



First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

Transport and Communications

Chair:
The Honourable JOAN FRASER

Tuesday, April 12, 2005
Wednesday, April 13, 2005

Issue No. 13

Thirtieth and thirty-first meetings on:
The current state of Canadian media industries

WITNESSES:
(See back cover)

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transports et des communications

Présidente :
L'honorable JOAN FRASER

Le mardi 12 avril 2005
Le mercredi 13 avril 2005

Fascicule n° 13

Trentième et trente et unième réunions concernant :
L'état actuel des industries de médias canadiennes

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C. (or Rompkey, P.C.) Carney, P.C. Chaput Eyton Johnson	* Kinsella (or Stratton) Merchant Munson Phalen Trenholme Counsell
--	---

*Ex officio members

(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk

et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P. (ou Rompkey, C.P.) Carney, C.P. Chaput Eyton Johnson	* Kinsella (ou Stratton) Merchant Munson Phalen Trenholme Counsell
--	---

*Membres d'office

(Quorum 4)

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Tuesday, April 12, 2005
(34)

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:34 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Eyton, Fraser, Merchant, Munson, Phalen and Tkachuk (7).

In attendance: Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:

Cogeco Inc.:

Michel J. Carter, President and Chief Executive Officer, TQS and Cogeco Diffusion;

Yves Mayrand, Vice-President, Corporate Affairs.

Messrs. Mayrand and Carter made a statement and answered questions.

At 11:23 a.m., the committee proceeded in camera pursuant to rule 92(2)(e) to consider its agenda.

At 11:25 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, April 13, 2005
(35)

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 6:20 p.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Chaput, Fraser, Johnson, Munson, Phalen and Tkachuk (7).

Other senators present: The Honourable Senators Biron and St. Germain, P.C. (2).

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mardi 12 avril 2005
(34)

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 34, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Eyton, Fraser, Merchant, Munson, Phalen et Tkachuk (7).

Également présents : Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

Cogeco Inc. :

Michel J. Carter, président et chef de la direction, TQS et Cogeco Diffusion;

Yves Mayrand, vice-président, Affaires corporatives.

MM. Mayrand et Carter font chacun une déclaration puis répondent aux questions.

À 11 h 23, le comité poursuit ses travaux à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, pour examiner son ordre du jour.

À 11 h 25, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 13 avril 2005
(35)

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 20, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Chaput, Fraser, Johnson, Munson, Phalen et Tkachuk (7).

Autres sénateurs présents : Les honorables sénateurs Biron et St. Germain, C.P. (2).

In attendance: Terrence Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:

CanWest Global Communications Corporation:

Richard C. Camilleri, President, CanWest MediaWorks;
 Steve Wyatt, Vice-President and Editor-in-Chief, Global Television News;
 Gerry Nott, Editor-in-Chief, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications;
 Scott Anderson, Editor-in-Chief, *Ottawa Citizen*, and Vice-President and Editor-in-Chief, CanWest MediaWorks Publications.
 Geoffrey Elliot, Vice-President, Corporate Affairs, CanWest Global;
 Charlotte Bell, Vice-President, Regulatory Affairs, CanWest MediaWorks Television and Radio.

Messrs. Camilleri, Wyatt, Nott, and Anderson made a statement and, with Ms. Bell and Mr. Elliot, answered questions.

At 9 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

Également présents : Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

CanWest Global Communications Corporation :

Richard C. Camilleri, président, CanWest MediaWorks;
 Steve Wyatt, vice-président et rédacteur en chef, Global Television News;
 Gerry Nott, rédacteur en chef, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications;
 Scott Anderson, rédacteur en chef, *Ottawa Citizen*, et vice-président et rédacteur en chef, CanWest MediaWorks Publications;
 Geoffrey Elliot, vice-président, Affaires corporatives, CanWest Global;
 Charlotte Bell, vice-présidente, Affaires réglementaires, CanWest Media Works Television and Radio.

MM. Camilleri, Wyatt, Nott et Anderson font une déclaration puis, aidés de Mme Bell et de M. Elliot, répondent aux questions.

À 21 heures, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, April 12, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:34 a.m. to examine the current role of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

The Chairman: Honourable senators, members of the public and, of course, our witnesses, welcome to this session of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. We are continuing our hearings into the state of the Canadian news media and the appropriate role of public policy in helping to ensure that the media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably, globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

[*Translation*]

It is our pleasure to welcome officials from Cogeco today. They are Mr. Michel J. Carter, President and Chief Executive Officer of TQS and Cogeco, and Mr. Yves Mayrand, Vice-President, Corporate Affairs at Cogeco.

We will proceed in the following manner: you have 10 or 15 minutes to make an opening statement, and then we will move on to questions.

Mr. Yves Mayrand, Vice-President, Corporate Affairs, Cogeco: Madam Chair, I would like to make a small clarification. Mr. Carter is the Chairman of TQS. The President and Chief Executive Officer of Cogeco is Mr. Louis Audet who was supposed to be here this morning, but who unfortunately had other commitments abroad. He sends his apologies.

The Chairman: Please give him our best regards. I am sure that you will represent him well.

[*English*]

We thank you for your invitation to appear before your committee and hope that we can be of assistance in your examination of the current state of Canadian media industries. With copies of our presentation you will find a profile of our company and our activities in the Canadian media industries, as well as our latest financial statements. Some time ago, we provided the committee with a profile of our group and the various media properties that we operate.

You may be interested to know that we once held a cross-media ownership position in weekly newspapers in Quebec, which we sold in 1996 to G.T.C. Transcontinental Group Ltd., a

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 12 avril 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 34 pour examiner le rôle actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergeant au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

La présidente : Honorables sénateurs, membres du public et, bien sûr, messieurs les témoins, bienvenue à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications. Nous reprenons nos audiences sur l'état des industries de médias canadiennes et le rôle que doit jouer la politique de l'État pour faire en sorte que les médias puissent survivre tout en restant indépendants et diversifiés dans le contexte des changements énormes que l'on a connus ces dernières années, notamment la mondialisation, le progrès technologique, la convergence et une concentration accrue des capitaux.

[*Français*]

Nous avons le grand plaisir aujourd'hui d'accueillir des représentants de Cogeco. Il s'agit de M. Michel J. Carter, président et chef de la direction de TQS et de Cogeco et de M. Yves Mayrand, vice-président des affaires corporatives chez Cogeco.

Nous procéderons de la façon suivante : vous faites une déclaration de dix ou 15 minutes et ensuite, nous passons à la période des questions.

M. Yves Mayrand, vice-président, Affaires corporatives, Cogeco : Madame la présidente, j'aimerais apporter une petite précision. M. Carter est le président de TQS. Le président et chef de la direction de Cogeco est M. Louis Audet qui devait venir ce matin, mais malheureusement, il a été retenu à l'extérieur. Il s'en excuse.

La présidente : Vous lui transmettrai nos meilleurs vœux. Je suis certaine que vous le représenterez très bien.

[*Traduction*]

Nous vous remercions de votre invitation à comparaître devant votre comité et nous espérons contribuer ainsi utilement à l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. Avec le texte de notre exposé vous trouverez le profil de notre compagnie et de ses activités au sein des industries de médias canadiennes ainsi que nos derniers rapports financiers. Nous avons remis au comité il y a quelque temps un profil de notre groupe et des différents médias que nous exploitons.

Vous serez sans doute intéressés de savoir que nous avons eu dans le passé des intérêts de propriété croisée dans des hebdomadaires au Québec, que nous avons vendus en 1996 au

printing and publishing group that appeared before you last year. This shows that market dynamics can also lead to a reduction of cross-media ownership in some instances.

We have read your preliminary report and it seems to us that some of the answers to the questions that you are considering already emerge from the information gathered in that report. It will be our pleasure to give you our views on specific questions that you have raised. We would like to use our allotted time to give you a broader perspective on the key issues facing the electronic media in Canada, the sector in which we conduct our business activities.

Our main proposition to you today is that Canadians, as well as citizens throughout the world, now keep in touch through an amazingly complex and diverse array of communications and information sources and channels. We submit to you that this universe is bound to further expand exponentially with the combined thrust of digitization of all information content, which includes archival content, cheap pervasive broadband communications and cheap pervasive digital recording and storage devices. In this universe the citizen has found, and will increasingly find, an unbridled degree of freedom in selecting information for his or her own personal needs and preferences.

What does that mean in practical terms? First, the traditional mass media has become but one component of a much wider information ecosystem. Second, this ecosystem is so complex and rapidly evolving that it cannot be managed by detailed regulation, much less detailed regulation on a nation state basis. Third, citizens living in democratic states dearly love their new-found degree of freedom, and citizens living in non-democratic states yearn for the same degree of freedom.

[Translation]

Mr. Michel J. Carter, President and Chief Executive Officer, TQS and Cogeco Diffusion: Considering these trends, how and to what extent can and should national governments play a role in the development, operation and availability of information sources and channels to their citizens? In our view, by arm's length support a domestic information alternative, and by letting market forces do the rest, subject only to true, fair and sustainable competition across the communications and media industries.

You will certainly ask what we mean by arm's length support of a domestic information alternative. In the broadcast media, we have a system of comprising both public and

groupe Transcontinental G.T.C., groupe actif dans l'imprimerie et la publication de journaux qui a comparu devant vous l'an dernier. Cela montre que les forces du marché peuvent également mener à une diminution de la propriété croisée de médias dans certains cas.

Nous avons lu avec beaucoup d'intérêt votre rapport préliminaire et il nous semble que certaines des réponses que vous souhaitez obtenir se dégagent déjà des données rassemblées dans ce rapport. Il nous fera évidemment plaisir de vous faire part de notre position sur les questions que vous nous posez. Nous allons cependant utiliser le temps imparti pour nos représentations verbales aujourd'hui pour vous livrer une perspective plus large sur les grands enjeux qui touchent les médias électroniques canadiens, soit le secteur dans lequel nous exerçons nos activités commerciales.

L'observation principale que nous voulons vous faire aujourd'hui, c'est que les Canadiennes et les Canadiens, de même que les citoyens du monde entier, sont désormais en liaison par le truchement d'une gamme remarquablement complexe et diversifiée de sources et de canaux d'information. Nous soutenons devant vous que cet univers va inévitablement connaître une croissance exponentielle sous la pression combinée de la numérisation du contenu (y compris le contenu d'archives), des communications à large bande omniprésentes et à bon marché, et des appareils d'enregistrement et de stockage d'information également omniprésents et à bon marché. Dans cet univers, le citoyen a déjà trouvé et trouvera de plus en plus un niveau de liberté quasiment sans limites dans le choix de l'information, selon ses propres besoins et préférences.

Qu'est-ce que cela signifie d'un point de vue pratique? Premièrement, les médias de communication de masse sont devenus une simple composante d'un écosystème d'information beaucoup plus vaste. Deuxièmement, cet écosystème est tellement complexe et évolue si rapidement qu'il ne peut être géré par réglementation détaillée, encore moins une réglementation détaillée au niveau de l'État-nation. Troisièmement, les citoyens de démocraties aiment profondément leur nouveau degré de liberté et ceux des pays privés de démocratie recherchent ce même degré de liberté.

[Français]

M. Michel J. Carter, président et chef de la direction, TQS et Cogeco Diffusion : Compte tenu de ces tendances, comment et jusqu'à quel point les gouvernements nationaux peuvent-ils et doivent-ils jouer un rôle dans le développement, le fonctionnement et la disponibilité de sources et de canaux d'information pour leurs citoyens? À notre avis, en appuyant à distance un vecteur d'information domestique distinctif et en laissant les forces du marché faire le reste, sous réserve seulement d'assurer une concurrence véritable, juste et durable dans l'ensemble des industries de communication et de médias.

Vous nous demanderez sans doute ce que nous entendons par un appui à distance d'un vecteur d'information domestique distinctif. Dans le secteur de la radiodiffusion, nous avons un

private elements, and a licensing scheme with domestic policy objectives.

While improvements can no doubt be pursued on either side of the public-private broadcasting equation, there is nothing structurally wrong with this dual broadcasting system, or the fact that public broadcasting captures declining overall audience shares in the face of growing diversity within the communications ecosystem.

Quite the contrary, this broadcasting system supports not only the presence of domestic information sources and channels, but also provides an inherent diversity of sources and balance within that system.

Do we need more publicly-funded information channels or vehicles for that matter? We think not. The existing public broadcasting information infrastructure that we have has already extended its reach through the Internet, video distribution and printed material.

Let public broadcasting continue to play its role, but focusing on original domestic content, and increasingly on domestic content that cannot be as effectively provided by the private sector of broadcasting.

Let our public broadcaster have predictable arm's length financing for that original, and increasingly differentiated, domestic content mandate.

[English]

Mr. Mayrand: On the private sector side, let private information sources and channels proliferate in Canada to the fullest extent possible. If we are serious about diversity, accessibility, relevance and balance in information, we should no longer pursue regulatory schemes designed to limit or impede these very objectives. For example, let us welcome the distribution and use of non-domestic information sources in Canada, even if they may compete with our own. Let us wear ourselves of exclusive, regulated formats for specialty television networks. Let us welcome the distribution and packaging of local information by Canadian broadcasting distributors, and let us distribute our existing local broadcast information sources on all Canadian broadcasting distribution undertakings, including Canadian satellite services. In a nutshell, with respect to the broadcasting media, less and smarter regulation can go a long way in promoting more diversity, relevance and balance in information.

If you look at the CRTC's latest broadcasting policy-monitoring report issued on December 16, 2004, you will see that our broadcasting system constitutes a key asset for Canadians in the pursuit of their communication and information needs. It is a major contributor to the overall

système qui comprend, à la fois, des éléments publics et privés et un régime d'attribution de licences avec des objectifs de politique domestique.

Bien que l'on puisse envisager des améliorations des deux côtés de cette équation secteur public/secteur privé, il n'y a rien de fondamentalement incorrect avec cette dualité de structure ni avec le fait que la radiodiffusion du secteur public obtient des parts d'auditoire qui vont en décroissant au fur et à mesure de l'accroissement de la diversité au sein de l'écosystème des communications.

Bien au contraire, ce système de radiodiffusion supporte non seulement la présence de sources et de canaux d'information domestiques diversifiés, il assure structurellement une diversité de sources et un équilibre dans la radiodiffusion.

Avons-nous, par ailleurs, besoin d'un plus grand nombre de canaux ou de vecteurs supportés par les fonds publics? Nous ne le croyons pas. L'infrastructure de radiodiffusion publique actuelle a déjà étendu son rayonnement par le biais de Internet, de la distribution de vidéogrammes et de documents imprimés.

Laissons la radiodiffusion publique continuer à jouer ce rôle, mais en se concentrant sur les contenus domestiques originaux, et de plus en plus, sur des contenus domestiques qui ne peuvent être réalisés par le secteur privé de la radiodiffusion.

Laissons la radiodiffusion publique bénéficier d'un financement public à distance et prévisible pour l'accomplissement de ce mandat de contenu domestique original, et de plus en plus distinctif.

[Traduction]

M. Mayrand : Du côté du secteur privé, laissons les sources et les canaux d'information proliférer le plus possible au Canada. Si nous voulons sérieusement la diversité, l'accessibilité, la pertinence et l'équilibre en matière d'information, nous devons abandonner des formules de réglementation dont la raison est essentiellement de limiter ou de nuire à ces mêmes objectifs. Par exemple, accueillons à bras ouverts la distribution et l'utilisation de sources d'information provenant de l'étranger, même si elles font concurrence dans une certaine mesure aux nôtres. Apprenons à nous passer de formules de programmation exclusives et réglementées pour les services de télévision spécialisés. Accueillons la distribution et l'offre de services d'information locale par les entreprises de distribution de radiodiffusion canadiennes. Et assurons-nous de distribuer, même sur nos services canadiens de distribution par satellite, toutes nos sources d'information locales diffusées sur les ondes. En somme, dans le domaine de la radiodiffusion, une réglementation moins détaillée et plus intelligente pourrait contribuer énormément à un accroissement de la diversité, de la pertinence et de l'équilibre en matière d'information.

Lorsqu'on jette un coup d'œil sur le dernier rapport de surveillance de la politique de radiodiffusion publié par le CRTC le 16 décembre 2004, on se rend compte que notre système de radiodiffusion constitue un actif important pour les Canadiennes et les Canadiens dans la poursuite de leurs besoins de

diversity, accessibility, relevance and balance in information. Yet, the federal government does not seem determined to do all that is necessary to uphold this key asset.

With respect, we are shooting ourselves in the foot by driving our fellow citizens to bypass the Canadian broadcasting system altogether in order to access non-Canadian broadcasting sources that we deny them through regulatory means. We are allowing a culture of theft of service to thrive for lack of credible law enforcement.

A Canadian household illegally hooked up to a U.S. satellite service does not get any Canadian broadcast information or public affairs programming through that source, including our public and private national network news and CPAC, our parliamentary and public affairs channel. The longer we condone this situation, the more difficult it will be to get those disconnected Canadian households to tune back into our domestic broadcasting sources.

While we study the effects of cross-media ownership and concentration in the Canadian media industries, we simply cannot afford to let a major component of these industries wither due to outdated regulatory requirements, public neglect or both. Doing better on this front should be a top priority, in our view. In any event, we submit to you that unauthorized satellite signal reception, if left unchecked, will fuel increased concentration in the Canadian broadcast media because the domestic market for Canadian broadcast media will suffer growing shrinkage to the grey and black markets.

We stated earlier that market forces should take care of the rest but should be subject to true, fair and sustainable competition across the communications and media industries. Whether we like it or not, collecting, presenting, packaging and distributing information constitutes economic activity. For any economic activity in a market economy, experience has shown that competition is a desirable public policy objective because it breeds innovation, efficiency and responsiveness to consumer needs. Experience has also shown that in some situations involving market power by one or more players in a relevant market, the government has a legitimate role in ensuring that competition ultimately prevails, hence the need for competition policy.

You have already heard about the application of competition policy to the Canadian media industries, and how the Competition Bureau and the CRTC share responsibility when broadcasting activities are involved. You have also heard about the uneasy interface between competition and

communication et d'information, et qu'il génère un apport considérable à la diversité, l'accessibilité, la pertinence et l'équilibre de l'information en général. Pourtant, le gouvernement fédéral ne semble pas décidé à faire tout ce qui est nécessaire pour conserver cet actif.

Nous nous nuisons nous-mêmes en amenant nos concitoyens à se passer du système canadien de radiodiffusion pour accéder à des sources diffusées en provenance de l'étranger que la réglementation en vigueur les empêche de recevoir, et en permettant à une véritable culture de vol de signaux de se développer ici faute de sanctions crédibles pour les violations de la loi.

Un ménage canadien raccordé illégalement à un service de distribution par satellite américain ne reçoit pas nos émissions d'information et d'affaires publiques canadiennes au moyen de cette source, y compris nos émissions nationales d'information réseau ou CPAC, notre propre chaîne parlementaire et d'affaires publiques. Plus on laisse la situation perdurer, plus il devient difficile de ramener ces ménages débranchés du système canadien de radiodiffusion aux sources canadiennes d'information sur les ondes.

Pendant que nous étudions les effets de la propriété croisée et de la concentration des industries canadiennes de médias, nous ne pouvons tout simplement pas nous permettre de laisser un élément important de ces industries périliter pour cause d'exigences réglementaires dépassées, de négligence des corps publics, ou des deux à la fois. Nous devrions avoir pour priorité de faire mieux à cet égard. De toute façon, nous estimons que la réception non autorisée des signaux satellite, laissée sans contrôle, ne peut qu'engendrer un accroissement de la concentration dans la radiodiffusion canadienne en raison de pertes de part de marché des entreprises canadiennes au profit des marchés gris et noir.

Nous avons dit précédemment que les forces du marché devraient s'occuper du reste, pour peu que l'on ait une concurrence véritable, juste et durable dans les industries de communications. Qu'on le veuille ou non, la collecte, la présentation, le regroupement et la distribution de l'information constituent une activité économique. Pour toute activité économique dans une économie de marché, l'expérience a démontré que la concurrence est un objectif souhaitable de politique publique parce qu'elle engendre l'innovation, l'efficacité et la sensibilité aux besoins des consommateurs. L'expérience a démontré aussi que, dans certaines situations de pouvoir de marché d'un ou de plusieurs joueurs dans un marché pertinent, le gouvernement a un rôle légitime à jouer pour s'assurer que la concurrence peut s'établir à demeure, et de là la nécessité d'une politique de concurrence.

Vous avez déjà reçu des témoignages sur l'application de la politique de concurrence dans les industries de médias canadiennes et sur le fait que le Bureau de la concurrence et le CRTC partagent des responsabilités à ces égards lorsque des activités de radiodiffusion sont en cause. Vous avez également

broadcasting policy objectives in the current state of Canadian law.

In our view, the competition policy requirements, the relevant markets involved and other evaluation criteria are not sufficiently clear and consistent at this time with respect to Canadian media industries, and neither are the respective roles and responsibilities of the federal government agencies involved.

While one can readily observe that there is concurrency of competition and broadcasting policy implementation in several countries with developed market economies, this does not mean that concurrency issues in other countries have equal clarity and efficiency. We submit to you that Canada could do better in this respect. You may want to look at the model developed in the U.K. by the Office of Communications, Ofcom. Ofcom has been set up not only to supervise the electronic communications industries in the U.K., with a clear bias against detailed regulation and a clear bias in favour of market governance, but also with a clear mandate to apply competition policy across these industries. Ofcom retains the ability to refer a matter to the Office of Fair Trading, OFT, which is the equivalent of our Competition Bureau, but assumes front-line responsibility for the implementation of competition policy in the communications industries.

In Canada, the CRTC has yet to be convinced that competition in broadcasting is not inherently dangerous to the attainment of broadcasting policy objectives, or that the most dominant and highly integrated players in our media industries do not need to be protected by the regulator. The federal government can provide appropriate policy directions to the CRTC in this respect, appoint new CRTC commissioners with experience in competition policy, have the CRTC retooled for a new role as a front-line promoter of competition across the communications industries, and set the appropriate interface requirements between the Competition Bureau and the CRTC until such time as the relevant federal statutes are updated.

While we can clarify competition policy requirements with respect to the Canadian media, we must go further to ensure that there is an appropriate control mechanism in place to ensure the quality and consistency of individual decisions. We must be aware of the relevant markets involved and other evaluation criteria with respect to these industries, as well as the appropriate interface between the CRTC and the Competition Bureau. No administrative tribunal or agency should have absolute discretion and final say on determinations that have broad and irreversible public policy consequences.

reçu des observations sur la démarcation malaisée entre les objectifs de la politique de concurrence et de la politique de radiodiffusion dans l'état actuel du droit canadien.

À notre avis, les exigences de la politique de concurrence, les marchés pertinents considérés et les autres critères d'évaluation ne sont pas suffisamment clairs et conséquents à l'heure actuelle pour les industries de médias canadiennes, de même que les rôles et responsabilités des diverses agences fédérales en cause.

Bien que l'on puisse facilement constater qu'il y a des administrations concurrentes en matière d'application des politiques de concurrence et de radiodiffusion dans plusieurs pays ayant des économies de marché développées, cela ne veut pas nécessairement dire que les problèmes d'administration concurrente sont résolus de façon aussi claire et efficace dans tous ces pays. Nous pensons que le Canada pourrait faire mieux à cet égard. Vous voudrez peut-être examiner le modèle mis en place au Royaume-Uni. L'Office des communications, Ofcom, a été établi non seulement pour superviser les industries des communications électroniques au Royaume-Uni, avec pour objectif de préférer la gouvernance du marché à la réglementation détaillée, mais aussi avec le mandat clair d'appliquer la politique de concurrence à l'ensemble de ces industries. Ofcom garde la possibilité de référer un dossier à l'Office des pratiques de concurrence, ou OFT, qui est le pendant du Bureau de la concurrence ici mais qui assume la responsabilité de première ligne pour l'application de la politique de concurrence dans les industries des communications.

Ici, le CRTC doit encore être convaincu que la concurrence en radiodiffusion n'est pas fondamentalement dangereuse pour l'atteinte des objectifs de la politique de radiodiffusion, ou que les joueurs les plus dominants et intégrés de l'industrie n'ont pas besoin d'être protégés par l'autorité de réglementation. Le gouvernement fédéral peut prendre des directives de politique appropriées au CRTC à cet égard, nommer au CRTC de nouveaux conseillers qui ont une expérience pertinente en matière de politique de concurrence, inviter le CRTC à mieux s'équiper pour jouer un rôle de première ligne pour la promotion de la concurrence dans l'ensemble des industries de communications et établir les exigences de démarcation des actions relevant du Bureau de la concurrence et du CRTC en attendant que les lois fédérales applicables soient mises à jour.

Bien que nous puissions préciser les exigences de la politique de concurrence applicables aux médias canadiens, les marchés pertinents qui doivent être considérés ainsi que les autres critères d'évaluation applicables aux industries de médias canadiennes, sans oublier la démarcation appropriée entre le CRTC et le Bureau de la concurrence en la matière, il faut aller plus loin et s'assurer qu'il y a un mécanisme de contrôle approprié pour garantir la qualité et la constance des décisions rendues dans les cas d'espèce. Aucun tribunal ou organisme administratif ne devrait avoir une discrétion absolue et le mot final sur des décisions qui ont une incidence profonde et irréversible sur les politiques publiques.

In this respect, CRTC determinations on ownership changes, including major ownership transactions, are based on a record of unsworn evidence and on internal staff analyses and recommendations that are not available as part of the public record. Once the determination is made, there is no revision mechanism available, and it is virtually impossible to obtain leave to appeal from the Federal Court of Appeal. There is no political control of CRTC ownership decisions and this should remain the case.

We suggest that effective judicial review and control mechanisms would go a long way in promoting transparency, quality, and consistency of CRTC determinations on future large transactions involving major broadcasting properties.

[Translation]

Mr. Carter: There are effective measures that can address practical issues arising from ownership changes in the Canadian media industries, which are inevitable in a fast-changing market environment.

Let us illustrate this with a concrete example. When Quebecor acquired TVA in 2001, it was appropriately required by the Competition Bureau to divest from its ownership interest in TQS. A company controlled by Cogeco stepped up to the plate as the proposed new owner of TQS. Our proposal did not involve any cross-media ownership or market power in conventional television, it brought a new player in French-language television network broadcasting and it resolved the concern of the Competition Bureau.

This clearly desirable outcome created however some concerns with respect to the preservation of distinct local information sources in Jonquière, Sherbrooke and Trois-Rivières, where we own local television stations affiliated with Radio-Canada. We struck new and very innovative affiliation arrangements with Radio-Canada that ensure that our local news programs on these local stations are completely produced by Radio-Canada employees under the direction of Radio-Canada. Each particular media transaction has its own set of benefits, costs and potential concerns, but practical solutions can usually be found to address these concerns.

Other parties that have already appeared before you commented that Canadian ownership and control requirements contribute to the overall level of convergence and integration in the Canadian media industries because the pool of potential purchasers of media properties that come up for sale is consequently artificially constrained. We agree. If we want to keep Canadian ownership and control as a key policy objective for Canadian media industries, we must be willing to accept a higher level of media integration than would otherwise be the case if foreign capital were free to acquire control of media properties here.

À cet égard, les décisions du CRTC sur les changements de propriété, y compris les très grandes transactions de propriété des médias, se fondent sur un dossier qui ne comporte pas de preuve sous serment et sur des analyses et recommandations internes du personnel qui ne sont pas versées au dossier public. Lorsque la décision est rendue, il n'y a pas de mécanisme de révision et il est pratiquement impossible d'obtenir de la Cour d'appel fédérale la permission d'en appeler. Il n'y a pas de contrôle politique des décisions de propriété rendues par le CRTC et nous croyons que c'est bien ainsi.

Nous ne faisons que laisser entendre que des mécanismes de révision et de contrôle judiciaire pourraient contribuer beaucoup à promouvoir la transparence, la qualité et la constance des décisions du CRTC dans le cas de futures transactions de grande envergure mettant en cause de grandes entreprises de radiodiffusion.

[Français]

M. Carter : Dans le contexte actuel de changement rapide des marchés, il y a des mesures efficaces pour régler les problèmes d'ordre pratique que soulèvent inévitablement les changements de propriété dans les industries de médias canadiennes.

Permettez-nous d'illustrer ce point de vue avec un exemple concret. Lorsque Quebecor a acquis TVA, en 2001, le Bureau de la concurrence a exigé, à juste titre, qu'il se départisse de sa participation dans TQS. Une compagnie contrôlée par Cogeco s'est alors présentée comme nouveau propriétaire de TQS. Notre proposition n'impliquait aucune propriété croisée ou pouvoir de marché dans la télévision conventionnelle; elle amenait un nouveau joueur sur le champ de la télévision réseau de langue française et réglait la préoccupation du Bureau de la concurrence.

Cette issue clairement souhaitable soulevait, par contre, des préoccupations au sujet du maintien de sources locales d'information distinctes à Jonquière, Sherbrooke et Trois-Rivières, en raison des stations de télévision locales affiliées à Radio-Canada que nous y possédons. Nous avons donc conclu de nouvelles ententes d'affiliations fort innovatrices avec Radio-Canada. Ces ententes assurent que les émissions de nouvelles locales sur ces antennes de télévision locales soient entièrement produites par des employés de Radio-Canada, sous la direction de Radio-Canada. Chaque transaction particulière sur des médias a son propre ensemble d'avantages, de coûts et de préoccupations éventuelles, mais des solutions pratiques peuvent habituellement résoudre ces préoccupations.

D'autres parties qui se sont déjà présentées devant vous ont souligné que les exigences de propriété et de contrôle canadiens contribuent au degré de convergence et d'intégration dans les industries de médias canadiennes, puisque le bassin d'acquéreurs potentiels de propriétés médiatiques, qui sont mises en vente, est artificiellement restreint. Nous sommes du même avis. Si nous souhaitons garder comme objectif politique la propriété et le contrôle canadiens des entreprises de médias canadiennes, il nous faut donc accepter un plus grand niveau d'intégration des médias, ce qui ne serait pas le cas si des capitaux étrangers pouvaient librement acquérir le contrôle de propriétés médiatiques ici.

[English]

Mr. Mayrand: We do not purport to understand the print media as well as you do, Madam Chair; we are not in that line of business. It seems to us, however, that trying to extend the regulatory concepts used in Canadian broadcasting to other types of media, including the print media, or trying to regulate or undo cross-media ownership or convergence by regulatory intervention cannot and ultimately will not work to the advantage of Canadians.

These are our thoughts. We thank you for hearing us and this provides you with some food for thought.

The Chairman: I should point out to you that I am not the only former journalist in the room. We also have a distinguished former broadcast journalist and a distinguished former journalist in all media. Even though I came out of print, many people here understand broadcasting. We also have among us some very sceptical non-journalists who think that maybe journalists tend to overestimate their own importance.

Senator Carney: There are some sceptical ex-journalists here too.

Senator Tkachuk: Thank you very much for appearing before us today. I have a few questions and I may come back on a second round if we have more time.

On page 3, you say,

Let public broadcasting continue to play its role, but focussing on original domestic content, and increasingly on domestic content that cannot be as effectively provided by the private sector of broadcasting.

What is it that the CBC does that the private sector does not or cannot do?

Mr. Carter: For example, it is impossible for private broadcasters to provide international news coverage. TQS cannot afford to provide that kind of coverage, but SRC, the French CBC, can and does. Both SRC and CBC have the funds to cover the arts and theatre, which generally attract smaller audiences. Private broadcasters cannot afford to provide that coverage.

Senator Tkachuk: If the private sector received subsidies like the CBC does, could it provide us with international news and news on the arts?

If there was direct subsidy to the arts communities could they afford to supply their own programming?

Mr. Carter: There is already a system for private broadcasters to produce some form of art.

Senator Tkachuk: I noticed that.

[Traduction]

M. Mayrand : Nous ne prétendons pas comprendre les médias imprimés aussi bien que vous, madame la présidente. Nous n'avons pas d'activités commerciales dans ce secteur. Il nous semble toutefois qu'une tentative de transposer les concepts de réglementation utilisés en radiodiffusion à d'autres genres de médias, incluant les médias imprimés, ou de régir ou défaire la propriété croisée ou la convergence des médias par intervention réglementaire, ne peut être et ne serait pas, le cas échéant, à l'avantage des Canadiennes et des Canadiens.

Voici ce que nous avons à vous dire. Nous vous remercions de nous avoir écoutés et espérons que vous aurez là matière à réflexion.

La présidente : Je vous signalerais que je ne suis pas la seule ancienne journaliste dans la salle. Nous avons également un ancien éminent journaliste en radiotélédiffusion et un autre éminent journaliste dans tous les médias. Même si je viens de la presse écrite, il y a ici beaucoup de gens qui comprennent la radiotélédiffusion. Nous avons par ailleurs parmi nous certains non-journalistes très sceptiques qui pensent que les journalistes ont quelquefois tendance à surestimer leur propre importance.

Le sénateur Carney : Il y a aussi ici certains ex-journalistes sceptiques.

Le sénateur Tkachuk : Merci beaucoup d'être venus aujourd'hui. J'aurais quelques questions à vous poser et je demanderai peut-être un deuxième tour si nous avons le temps.

À la page 3, vous déclarez :

Laissons la radiodiffusion publique continuer à jouer ce rôle, mais en se concentrant sur les contenus domestiques originaux, et de plus en plus sur les contenus domestiques qui ne peuvent être réalisés par le secteur privé de la radiodiffusion.

Que fait la SRC que le secteur privé ne fait pas ou ne peut faire?

M. Carter : Par exemple, il est impossible pour des radiotélédiffuseurs privés de couvrir les actualités internationales. TQS ne peut se permettre d'assurer cette couverture, mais la SRC, le réseau français de Radio-Canada, peut le faire et le fait. Les réseaux anglais et français de Radio-Canada ont les fonds voulus pour couvrir les arts et le théâtre qui, habituellement, attirent moins de téléspectateurs. Les radiotélédiffuseurs privés ne peuvent se permettre de couvrir cela.

Le sénateur Tkachuk : Si le secteur privé recevait des subventions comme la SRC, pourrait-il offrir des émissions d'actualité internationale ou couvrir les arts?

S'il y avait des subventions directes au milieu artistique, pourrait-il se permettre de fournir ses propres émissions?

M. Carter : Il existe déjà un système qui permet aux radiotélédiffuseurs privés de produire une certaine forme d'art.

Le sénateur Tkachuk : Je l'ai noté.

Mr. Carter: We have examined that possibility. Although there are a few specialty channels that specialize in that form of broadcasting, we as conventional broadcasters could certainly not afford to do it, even with the funding available.

Senator Tkachuk: Part of your presentation examines the problem that we have with our American neighbours. You seem to say that less regulation is better, rather than having Canadian households illegally hooked up to get programming they want to watch. I agree with that proposition.

How long will it be before the Internet will provide good quality programming? When that happens there will be absolutely nothing that anyone will be able to do about getting information.

In other words, how soon will it be before I can go to cable in the U.S. or ESPN and watch it on television through my Internet?

How long will it be before the quality becomes good enough that people will bypass television all together?

Mr. Mayrand: The technology exists. It is proven, it works. The new video standards provide for that type of quality. You will see a whole array of different types of technical quality in video programming. The long and short is that it will be a market-driven environment with a significant amount of audiovisual content circulating on the Internet, essentially on demand.

That is what we tried to capture in the earlier part of our presentation. We are in an entirely different world where there is pervasive broadband communications that allow this kind of transmission with more than satisfactory quality, even for demanding types of audiovisual content. This has been the case for some time for audio content. We all know the extent to which music is freely circulated, stored and carried by individuals around the world. There is no doubt that we are heading in that direction for audiovisual content as well.

Senator Tkachuk: Canadian regulations and the CRTC's need to control news perplex me. There was a situation a number of months ago where CTV had to go on bended knee to say they wanted to do more than a headline, they wanted to run a documentary.

It seems so nonsensical.

Is there any reason why the CRTC should be involved in regulating anyone that wants to open up a news specialty channel?

Why should that be the business of the government?

If someone wants to have a magazine, it is as simple as borrowing the money and starting a magazine. If someone wants to present news via the cable companies, they have to go to the CRTC.

Is there any reason why the CRTC should be involved?

M. Carter : Nous avons examiné cette possibilité. Bien qu'il y ait certains canaux spécialisés dans cette forme de radiotélédiffusion, en tant que radiotélédiffuseurs conventionnels, nous ne pourrions certainement pas nous permettre de le faire, même si nous avons les fonds voulus.

Le sénateur Tkachuk : Dans l'exposé que vous nous avez fait, vous posez le problème que nous avons avec nos voisins américains. Vous semblez dire que moins il y a de réglementation, mieux c'est, afin que les foyers canadiens n'aient pas à se raccorder illégalement à des réseaux qui leur permettent d'obtenir les émissions qu'ils souhaitent. Je suis d'accord là-dessus.

Combien de temps faudra-t-il pour qu'Internet assure une programmation de bonne qualité? Quand ce sera le cas, il n'y aura absolument rien que l'on pourra faire pour empêcher que l'on obtienne n'importe quelle information.

Autrement dit, vais-je bientôt pouvoir me raccorder à un câble aux États-Unis ou à ESPN et suivre ces émissions à la télévision par le biais de mon Internet?

Combien de temps va-t-il falloir pour que la qualité soit suffisante pour que les gens contournent totalement la télévision?

M. Mayrand : Je vais répondre un peu différemment à votre question. La technologie existe. Elle a été éprouvée et marche. Les nouvelles normes vidéo offrent ce type de qualité. Vous avez tout un éventail de types de qualité technique dans les émissions vidéo. Bref, ce sera un environnement contrôlé par le marché avec beaucoup de contenu audiovisuel circulant sur Internet, essentiellement à la demande.

C'est ce que nous avons essayé d'expliquer dans la première partie de notre exposé. Nous nous trouvons dans un monde entièrement différent où énormément de communications par large bande permettent ce genre de transmission de façon plus que satisfaisante, même pour des gens de contenu audiovisuel exigeants. C'est déjà le cas depuis un certain temps pour le contenu audio. Nous connaissons tous la mesure dans laquelle la musique circule librement, est emmagasinée et transmise par des particuliers dans le monde entier. Il ne fait aucun doute que nous allons dans ce sens également pour le contenu audiovisuel.

Le sénateur Tkachuk : La réglementation canadienne et le besoin du CRTC de contrôler les nouvelles me laissent perplexe. On a connu une situation il y a quelques mois dans laquelle la SRC a dû aller demander à genoux de diffuser un documentaire et de ne pas simplement présenter une manchette.

Cela semble insensé.

Y a-t-il une raison quelconque pour laquelle le CRTC devrait s'occuper de régler quiconque veut ouvrir une chaîne de nouvelles spécialisée?

Pourquoi cela devrait-il appartenir à l'État?

Si quelqu'un veut avoir une revue, il suffit d'emprunter l'argent pour mettre une revue sur pied. Si quelqu'un veut présenter les nouvelles par une entreprise de câblodistribution, il doit en faire la demande au CRTC.

Y a-t-il une raison pour laquelle le CRTC devrait intervenir?

Mr. Mayrand: We have to acknowledge that we are part of that industry and that Canada regulates the broadcast media. The Broadcasting Act has quite a series of cultural objectives and the application of the cultural objects is possibly a matter for discussion. The statutory scheme is set up differently for magazine and newspaper publishing.

I believe your question deals with the issue of format exclusivity.

Why should we have tightly regulated formats in which a particular service operator ought to remain?

Why is the operator obliged to make applications for a variation because of market conditions or the evolution of the market?

We say that we should move away from these exclusivities. You may or may not agree with that statement. I think that when we tried, some 20 years ago, to develop domestic sources of specialty programming on television, quite appropriately the commission wanted to foster the emergence of as many differentiated and viable alternatives as possible before foreign sources took a hold.

There has been a heck of a lot of change since then, and the players and services are well established. One provision of the act requires that a broadcasting service have a license. That does not necessarily mean that we cannot now afford a little more flexibility and more competition among services if these services are actually licensed.

Senator Tkachuk: Should it be wide open?

Mr. Mayrand: How wide is a matter of what the statutory scheme or the Broadcasting Act allows. Do you still have a Broadcasting Act and some relevant objectives if pretty well everything is exempt? That is quite debatable. Even within the confines of the act as it is there is room for a lot more flexibility and a lot more cross-pollination of content and a lot more entry.

Senator Carney: I really enjoyed this brief. It is very clear. It is on the issues, and informs us of broadcasting issues that we have not spent a lot of time on.

I will come back to the issue of the Internet, but first I want to ask you about the competition policy comments that you made, because that is a policy area of concern to us. You say,

In our view, competition policy requirement, the relevant markets involved and other evaluation criteria are not sufficiently clear and consistent at this time with respect to Canadian media industries, and neither are the respective roles and responsibilities of the federal government agencies involved.

M. Mayrand : Il nous faut reconnaître que nous faisons partie de cette industrie et que le Canada réglemente les médias de radiotélédiffusion. La Loi sur la radiotélédiffusion comporte toute une série d'objectifs culturels et l'application de ces objectifs peut être matière à discussion. Il en va différemment pour les revues et journaux.

Je suppose que votre question porte sur la question de l'exclusivité du format.

Pourquoi imposer à un fournisseur de services particulier des formats réglementaires stricts?

Pourquoi ce fournisseur doit-il présenter des demandes lorsqu'il décide de modifier un format à cause de l'évolution du marché?

Nous disons en effet que ces exclusivités ne se justifient pas. Vous n'êtes pas forcément d'accord là-dessus. Je pense que lorsque nous avons essayé, il y a quelque 20 ans, de développer des sources nationales de programmation spécialisée à la télévision, le Conseil avait à très juste titre voulu encourager l'émergence d'autant de solutions viables et différentes que possible avant que des sources étrangères ne s'emparent de la chose.

Les choses ont considérablement changé depuis et les joueurs et services sont maintenant bien établis. Une disposition de la loi exige qu'un service de radiotélédiffusion détienne une licence. Cela ne veut pas nécessairement dire que nous ne pouvons pas nous permettre maintenant un peu plus de souplesse et de concurrence entre les services si ceux-ci détiennent effectivement une licence.

Le sénateur Tkachuk : Cela devrait-il être entièrement libre?

M. Mayrand : Il faut voir ce que le cadre juridique ou la Loi sur la radiotélédiffusion permet. Doit-on avoir encore une Loi sur la radiotélédiffusion et certains objectifs pertinents si pratiquement tout est exempté? On peut en débattre. Même dans les limites de la Loi telle qu'elle se présente actuellement, il serait possible de faire preuve de plus de souplesse et de permettre une pollinisation croisée de contenu bien supérieure et beaucoup plus de joueurs.

Le sénateur Carney : J'ai beaucoup apprécié votre exposé. Vous avez été clair. Vous nous avez parlé des questions qui nous intéressent ainsi que de questions de radiodiffusion sur lesquelles nous ne nous sommes pas énormément penchés.

Je vais revenir à la question d'Internet, mais d'abord je m'interroge sur les observations que vous avez faites au sujet de la politique de concurrence, car c'est un domaine qui nous préoccupe. Vous avez dit :

À notre avis, les exigences de la politique de concurrence, les marchés pertinents considérés et les autres critères d'évaluation ne sont pas suffisamment clairs et conséquents à l'heure actuelle pour l'industrie des médias canadienne, de même que les rôles et responsabilités des diverses agences fédérales en cause.

I remember a time years ago when Southam's was in existence. They owned *The Vancouver Sun* and *The Province*, and when it bought up all the local community newspapers, the Competition Bureau could not find that was a market-dominating factor.

Could you give us your views on what you would like to see in terms of clarity of competition policy?

What evaluative criteria would you would like to see?

Mr. Mayrand: I can try to address that complex question.

Senator Carney: Right, it is a swap.

Mr. Mayrand: One of the elements is trying to achieve more clarity in the attribution of roles and responsibilities as they apply to competition in the broadcast sector or in mergers and acquisitions that involve broadcasting properties.

As we say in our brief, pretty well around the world, at least the countries that we have looked at, there is a concurrency of jurisdiction between some form of competition authority and some kind of communications or broadcast regulator.

There are, however, different ways in which the policy considerations and their implementation are coordinated between these agencies. In Canada there is document that describes how the CRTC and the Competition Bureau are prepared to consider mergers and acquisitions involving broadcast properties and competition issues involving the behaviour of broadcasting firms. It is not a regulation. It is not an enforceable document.

Senator Carney: Is it guidelines?

Mr. Mayrand: It is a very loose guideline. I take it that there can be some consultation between the two bodies, but there is no real channel set up in the law or by regulation to allow that to take place. It creates situations. The argument goes that very seldom do we see that the two bodies are at odds, but it has happened before.

Senator Carney: In terms of an operator, if you are looking at a merger and acquisition, is your problem the fact the guidelines are too vague, or is the problem that you do not know whether there is a conflict between the CRTC and the Competition Bureau?

Mr. Mayrand: It is both. It is difficult to understand how the relevant market will be considered for that purpose.

Senator Carney: You do not care for regulation; that is clear.

Is there a concern that the regulations would be too specific?

Je me souviens de l'époque où la société Southam était en affaires, il y a un certain nombre d'années de cela. Southam était propriétaire des journaux *The Vancouver Sun* et *The Province*. Or, lorsque cette entreprise a fait l'acquisition de tous les journaux communautaires locaux, cela n'a pas suffi au Bureau de la concurrence pour conclure que Southam dominait le marché.

Selon vous, quels changements faudrait-il apporter à la politique de concurrence pour la rendre plus claire?

Quels critères d'évaluation souhaitez-vous voir adoptés?

M. Mayrand : Je peux tenter de répondre à cette question complexe.

Le sénateur Carney : En effet, c'est un échange.

M. Mayrand : L'un des éléments de solution consiste à rendre plus clairs les rôles et responsabilités de chacun des intervenants dans le domaine de la concurrence au sein du secteur de la radiodiffusion et dans le domaine des fusions et acquisitions d'entreprises de radiodiffusion.

Comme nous l'indiquons dans notre mémoire, dans presque tous les pays du monde, ou du moins dans les pays que nous avons étudiés, les autorités responsables de la concurrence et les agences réglementaires qui s'occupent de communication ou de radiodiffusion ont toutes deux des compétences parallèles.

En revanche, la coordination de l'élaboration des politiques et de l'application des politiques publiques entre ces organismes se fait de différentes façons. Au Canada, il existe un document qui décrit le mécanisme auquel le CRTC et le Bureau de la concurrence sont prêts à se conformer lorsqu'ils doivent examiner les fusions et acquisitions d'entreprises de radiodiffusion et lorsqu'ils doivent se pencher sur des questions de concurrence qui ont trait au comportement de certaines entreprises de radiodiffusion. Il ne s'agit pas de règlements. Ce n'est pas un document exécutoire.

Le sénateur Carney : S'agit-il de lignes directrices?

M. Mayrand : Ce sont des lignes directrices très souples. Je crois que les deux organismes peuvent se consulter, mais ni la loi ni les règlements ne prévoient de mécanismes formels de consultation. Cela donne lieu à des situations difficiles. D'aucuns affirment que le CRTC et le Bureau de la concurrence adoptent rarement des positions contradictoires, mais cela s'est déjà produit.

Le sénateur Carney : Pour les entités exploitantes qui envisagent une fusion ou une acquisition, le problème tient-il au fait que les lignes directrices sont trop vagues, ou au fait que l'entreprise ne sait pas s'il y a un conflit entre le CRTC et le Bureau de la concurrence?

M. Mayrand : Ces deux facteurs posent problème. Il est difficile de comprendre quelle analyse sera faite des marchés pertinents à cette fin.

Le sénateur Carney : Il est clair que vous n'êtes pas en faveur de la réglementation.

Craignez-vous que les règlements ne soient trop détaillés?

You say that there is no clarity, and that there is a need for less regulation. What is acceptable to you?

Mr. Mayrand: When we say less detailed regulation, we are talking about the regulation of broadcasting.

With respect to competition policy and dealing with transactions involving media properties, we need more clarity, not necessarily a great amount of detail, but more clarity on who does what in what circumstances, and whether there are thresholds or benchmarks that trigger some concern.

Senator Carney: That is what I wanted from you.

You do not make much comment on foreign ownership. You refer to it but you do not indicate whether you think that the broadcast industry should be open to increased foreign ownership.

What is your view, for the record?

Mr. Mayrand: For the record, our view is that we should consider relaxing the rules for foreign ownership of these undertakings. We include foreign ownership at control levels for telecommunications companies and cable companies that provide electronic communications and telecommunications, as well.

Senator Carney: For the majority or minority?

Mr. Mayrand: Foreigners should have the ability to take controlling positions as well.

Senator Carney: That is interesting, considering your company is held so closely.

Mr. Mayrand: I say that because we have a separate group that deals with content and broadcasting. We have always taken the corporate view that with respect to content we should keep things as they are. In other words, in the distribution infrastructure, there is room for relaxation. We support a continuation of the existing regime concerning content.

Senator Carney: I have one more question on high-speed Internet service. There are so many questions that come from your brief. Video-on-demand and other impacts I leave to my colleagues or a second round.

We seem to be in a box here. The CRTC regulates broadcasters, but does not regulate the Internet. Some witnesses have expressed concern that the big media conglomerates will dominate the Internet and access to Internet services.

In the *Al-Jazeera* decision, the CRTC told the distributors, who are the conglomerates, that it is their job to edit offensive material on the Internet. They have found themselves in the

Vous dites que la politique en matière de concurrence n'est pas assez claire, et qu'il doit y avoir moins de réglementation. Quelle solution vous paraît acceptable?

M. Mayrand : Lorsque nous parlons de réglementation moins détaillée, nous parlons de la réglementation de la radiodiffusion.

Pour ce qui est de la politique de concurrence et du régime applicable aux transactions dans le marché des entreprises médiatiques, il faut que les règles soient plus claires, pas nécessairement beaucoup plus détaillées. Nous avons besoin de règles claires pour déterminer qui fait quoi dans quelles circonstances, et s'il existe des seuils ou des points de repère qui suscitent des préoccupations.

Le sénateur Carney : C'est ce que je voulais vous entendre dire.

Vous ne faites pas beaucoup d'observations au sujet de la propriété étrangère. Vous y avez fait allusion mais vous n'avez pas indiqué si, selon vous, les règles concernant la propriété étrangère d'entreprises de radiodiffusion devraient être assouplies.

Quel est votre point de vue officiel sur cette question?

M. Mayrand : Officiellement, nous estimons qu'il conviendrait d'envisager la possibilité d'assouplir les règles relatives à la propriété étrangère de ces entreprises. Nous entendons également par là la possibilité pour des capitaux étrangers d'avoir le contrôle sur des entreprises de télécommunications et des entreprises de câblodistribution qui offrent des services de communications électroniques et de télécommunications.

Le sénateur Carney : Pour la majorité ou la minorité?

M. Mayrand : Des capitaux étrangers devraient avoir la possibilité d'acquérir également le contrôle d'entreprises canadiennes.

Le sénateur Carney : C'est une observation intéressante, si l'on considère le fait que votre entreprise a si peu d'actionnaires.

M. Mayrand : J'exprime cette opinion parce que nous avons un groupe distinct qui s'occupe de contenu et de radiodiffusion. Notre politique d'entreprise au sujet du contenu a toujours été la même : les choses doivent demeurer comme elles sont. En d'autres termes, les règles qui s'appliquent à l'infrastructure de distribution pourraient être assouplies. En revanche, nous sommes en faveur du maintien du régime actuel qui s'applique au contenu.

Le sénateur Carney : J'ai une autre question sur le service Internet à haute vitesse. Votre exposé suscite un grand nombre de questions. Je vais laisser à mes collègues le soin de vous poser des questions sur les services de vidéo à la demande et les autres innovations qui auront des incidences, lors du deuxième tour de table.

Il semble que nous nous trouvions dans une impasse. Le CRTC réglemente la radiodiffusion, mais pas Internet. Certains témoins ont exprimé leurs craintes de voir les gros conglomerats d'entreprises médiatiques dominer Internet ainsi que l'accès aux services Internet.

Dans sa décision rendue dans l'affaire *Al-Jazeera*, le CRTC a indiqué aux distributeurs, donc aux conglomerats, qu'il leur appartient de supprimer le contenu injurieux que l'on retrouve

position of gatekeeper. They are required to monitor the information content and to deliver that content through these convergence agencies. At the same time, we have the Charter of Rights and Freedom in this country.

How do we get out of that box?

That is a broad question, but I think you understand what I am saying.

If you are responsible for monitoring my offensive, racist, western alienation, anti-Ontario statements, just as an example, and at the same time have freedom of information, then how can you possibly meet the challenge laid down by the CRTC?

Mr. Mayrand: Our view is that when we act as a cable distributor we should not intervene in the content that we distribute. In fact, we see that as a fundamental principle of the Broadcasting Act. We do not want to do that. We have no intention of doing that further on.

The only extent to which we intervene on content is with our community channel because we produce a community channel with the input of the community and have some control over that content.

However, if we are thinking of the distribution of pretty well any other television or radio content on our systems, we are distributors. We should not be involved in the business of monitoring, cutting, deleting, changing, or exerting pressure with respect to content of any service.

I am not thinking that this is something that would arise only with a service such as Al-Jazeera. Clearly that is our view, and in fact, there are enormous practical difficulties in doing that in any event.

Senator Carney: Therefore, it is basically an unenforceable regulation?

Mr. Mayrand: Well, I guess that the facts speak for themselves. Certainly, we have not launched Al-Jazeera in those conditions, and I do not think that any cable distributor has done that yet.

Senator Munson: I am in a state of feigned shock this morning.

Do you not have a newspaper?

Everywhere we go across this country, and everywhere we have gone across the country, we hear that big is better, that cross-media ownership works, that it is good for the economy, and let the best man or woman win and that sort of thing. However, I see here in your testimony that you do not have any newspapers. You did.

Does this not put you at a disadvantage in the great big competitive media world?

dans Internet. Les distributeurs doivent ainsi assumer le rôle de contrôleurs d'accès. Le CRTC leur demande de vérifier le contenu et de le rendre accessible par l'entremise de ces entités issues de la convergence. Parallèlement, il y a la Charte canadienne des droits et libertés.

Comment sortir de cette impasse?

C'est une question plutôt vaste, mais je crois que vous comprenez l'essentiel de mes propos.

Comment une entreprise peut-elle à la fois empêcher la diffusion de contenu injurieux, raciste, des déclarations anti-Ontario ou qui suscitent la désaffection de l'Ouest, à titre d'exemple, tout en respectant la liberté d'information? Comment une entreprise peut-elle relever le défi lancé par le CRTC?

M. Mayrand : Selon nous, les entreprises ne devraient exercer aucun contrôle sur le contenu qu'elles distribuent, lorsqu'elles agissent comme câblodistributeurs. En effet, de notre point de vue, il s'agit là d'un des principes fondamentaux de la Loi sur la radiodiffusion. Nous ne voulons pas contrôler le contenu. Nous n'avons absolument pas l'intention de le faire à l'avenir.

Nous nous prononçons sur le contenu seulement dans le cas de notre canal communautaire, car nous produisons des émissions communautaires grâce aux contributions de la collectivité et nous avons un certain contrôle sur ce contenu.

Toutefois, pour ce qui est de la distribution d'à peu près toutes nos émissions de radio ou de télévision par l'entremise de nos systèmes, nous ne sommes que des distributeurs. Notre rôle ne devrait pas consister à vérifier le contenu de nos services, à couper ou supprimer les informations, à apporter des changements ou à exercer des pressions.

Je ne crois pas qu'il s'agisse d'un problème posé par un service en particulier, comme Al-Jazeera. C'est là notre opinion sans équivoque, et, par ailleurs, le fait de jouer un tel rôle se heurterait à d'énormes difficultés d'ordre pratique.

Le sénateur Carney : Par conséquent, essentiellement, cette règle ne peut être appliquée?

M. Mayrand : Je crois que les faits sont éloquents. Bien entendu, nous n'avons pas lancé Al-Jazeera dans de telles conditions, et je crois qu'aucun câblodistributeur ne l'a fait jusqu'à maintenant.

Le sénateur Munson : Je me dois de paraître tout à fait choqué ce matin.

Ne possédez-vous pas de journal?

Tous les témoins que nous entendons et que nous avons entendus aux quatre coins du pays nous disent que plus l'entreprise est grande, mieux elle se porte, que la propriété médiatique croisée est une bonne chose, qui est bénéfique pour l'économie, qu'il faut que le meilleur gagne, et autres opinions de même nature. Toutefois, je constate d'après votre exposé que vous ne possédez pas de journaux. C'était le cas auparavant.

Cela ne vous rend-il pas la vie difficile dans le monde très concurrentiel des grandes entreprises médiatiques?

Mr. Mayrand: Let me start, and I think Mr. Carter will want to add something. It affects our market dynamics, particularly with respect to cross-promotions. Obviously, we do not have the same degree of flexibility that some groups with that level of cross- ownership have.

We manage to compete in the fields of broadcasting and broadcast distribution. I thought that you were suggesting that we might have something to correct. In fact, we manage to compete in our circumstances without any ownership of newspapers.

Mr. Carter: We find that we can create partnerships with independent owners of papers. We do this all over the Province of Quebec with owners of magazines or newspapers that do not have television or electronic media services.

We can create partnerships that work well for us. We can say that we are at a certain disadvantage, but by developing creative partnerships with other people, we can manage.

Senator Munson: What is your overall view of cross-media ownership, as we see in Vancouver, for example?

Mr. Mayrand: It is difficult for us to comment on the situation in Vancouver, because we do not have any activities there.

Senator Munson: I am just thinking of the terms of the dynamic, for the viewer, for the reader, the individual getting different sorts of information in one market.

Mr. Mayrand: We could perhaps comment more usefully with respect to the situation in Montreal.

Senator Munson: Please.

Mr. Mayrand: I am sure you are aware that there are a number of cross-ownership situations in Montreal. I guess what we find is that there remains quite an extensive degree of competing sources, and that there is a very vibrant competitive environment in Montreal across the mass media that includes television, radio, and the print media.

Now, that is a trying market to work in and we face intense competition. We have just absorbed a write-off on our television activities there, but it is and remains a very competitive environment on both the francophone and the anglophone side.

Now, if there were further concentration beyond what we have in Montreal, that certainly could be a matter for debate, but in the present circumstances, there are a number of alternatives and a lot of competition.

Senator Munson: With a lot of risk.

Mr. Mayrand: Yes, with a lot of risk.

M. Mayrand : Je vais commencer par vous répondre, et je crois que M. Carter prendra le relais. Le fait de ne pas posséder de journaux a des répercussions sur la dynamique de nos marchés, en particulier au chapitre des promotions croisées. Il est évident que nous ne disposons pas de la même souplesse que certains groupes pour qui la propriété croisée est aussi importante.

Nous supportons la concurrence dans les domaines de la radiodiffusion et de la distribution de radiodiffusion. J'ai cru comprendre que, selon vous, nous devons remédier à une lacune. Or, notre entreprise telle qu'elle est actuellement réussit à soutenir la concurrence bien que nous ne possédions pas de journaux.

M. Carter : Nous constatons qu'il est possible de créer des partenariats avec des propriétaires indépendants de journaux. D'ailleurs, nous le faisons dans toute la province de Québec avec des propriétaires de magazines ou de journaux qui n'offrent pas de service de télévision ou de service de presse électronique.

Nous pouvons forger des partenariats qui sont bénéfiques pour nous. On peut dire que, dans une certaine mesure, nous sommes en position désavantageuse. Toutefois, en tissant des partenariats novateurs avec d'autres entreprises, nous réussissons à tirer notre épingle du jeu.

Le sénateur Munson : De façon générale, quel est votre point de vue sur la propriété croisée, comme elle existe à Vancouver, par exemple?

M. Mayrand : Il est difficile pour nous de vous parler de la situation à Vancouver, car nous n'avons aucune activité commerciale dans cette ville.

Le sénateur Munson : Je voulais plutôt parler la dynamique du marché, du point de vue du téléspectateur, du lecteur, du consommateur qui veut obtenir toutes sortes d'information dans un seul marché.

M. Mayrand : Si vous le permettez, nous pourrions vous parler de la situation à Montréal, car nous la connaissons mieux.

Le sénateur Munson : Très bien.

M. Mayrand : Vous savez certainement qu'il existe de nombreux cas de propriété croisée à Montréal. Néanmoins, nous constatons qu'il y a encore de nombreuses sources de concurrence, et que le milieu des médias de masse à Montréal, qui comprend la télévision, la radio et les médias imprimés, demeure très concurrentiel et dynamique.

Malgré tout, ce marché comporte d'importants défis et nous sommes confrontés à une concurrence difficile. Nous venons d'ailleurs d'accuser des pertes au chapitre de nos activités de télévision, mais le milieu est et demeure très concurrentiel, qu'il s'agisse du marché francophone ou anglophone.

Toutefois, si la concentration devait s'intensifier à Montréal, on pourrait bien entendu en débattre, mais à l'heure actuelle, il y a beaucoup de concurrence et de nombreuses possibilités.

Le sénateur Munson : C'est un marché qui comporte beaucoup de risques pour les entreprises.

M. Mayrand : Oui, il y a beaucoup de risques.

Senator Munson: I am interested in your statement on page 4. We are trying to find a way around information that deals with satellite operators that operate by stealth. You say that we are shooting ourselves in the foot.

What kind of strong recommendation would you have for us to pass on to these regulatory bodies to penalize people who are doing a disservice to good strong Canadian content with these pirate satellite operations?

Mr. Mayrand: I think there are two things that we would like to see happen. We would like to see a change that brings more options and more choices to Canadians who feel constrained to use unauthorized means to get content that they cannot get otherwise.

That is on the regulatory side. Certainly, there has been debate on whether there is reason for more enforcement and stiffer penalties for theft of service if we still have the lingering situation whereby ordinary Canadians are constrained in their choices.

Let us address the choice issue and then let us be consequent and clear that the choices exist and that there is intellectual property and value involved. They have to be financed, and services that require a payment require payment for a good and valuable reason. Stealing those services is theft, no matter which way you slice it. That means we have to ensure that we have credible sanctions for theft, particularly theft organized by people who make a business out of that theft.

I do not think we have ever advocated being unduly harsh for individuals who take matters into their own hands and deal with access to services in a way that they think is appropriate, even though it is wrong. For the most part, we must address the organized businesses that operate within the theft issue. The House of Commons has proposed amendments to try to improve the situation through stiffer penalties, particularly for those who profit from this activity.

Senator Munson: What are the current penalties?

I should know this, but I have not seen a headline saying that people have been charged hundreds of thousands of dollars for this kind of theft, although I continue to see little dishes all over the city.

Mr. Mayrand: The penalties are quite small and usually imposed on the people who profit from the theft. Generally, they do not exceed a few thousand dollars so they do not deter the continuance of the activity. That is a problem.

Senator Tkachuk: Is that not the way in which the original cable companies made their money? Did they not steal the signals from the Americans?

Le sénateur Munson : Je m'intéresse aux observations contenues à la page 4 de votre exposé. Nous voulons comprendre les témoignages que nous entendons au sujet des services non autorisés de distribution par satellite. Vous dites que nous nous nuisons nous-mêmes.

Quelles sont les recommandations fermes que vous aimeriez nous voir transmettre aux organismes de réglementation afin qu'ils punissent les entreprises qui portent atteinte à un excellent contenu canadien en volant des signaux satellites.

M. Mayrand : Nous souhaitons que les autorités prennent deux mesures. Nous sommes en faveur d'une modification des règles actuelles afin que davantage de choix et d'options soient offerts aux Canadiens qui se tournent vers des services non autorisés, car c'est le seul moyen de recevoir certaines émissions.

Voilà pour le volet réglementaire. Évidemment, il est une question qui a suscité bien des débats : est-il légitime de sanctionner davantage le vol de services et d'imposer des peines plus sévères aux contrevenants tant que persiste une situation qui restreint les choix des Canadiens?

Il faut aborder la question du choix et être à la fois clair et conséquent. En effet, nous devons reconnaître que les choix existent et qu'il faut tenir compte de la propriété intellectuelle et de la valeur du service. Celui-ci doit être financé, et si le client doit payer pour l'obtenir, c'est pour une bonne raison qui est tout à fait légitime. Le vol de ces services, c'est du vol, peu importe l'interprétation qu'on donne à la situation. Par conséquent, il faut que des sanctions crédibles soient prises contre ceux qui volent des signaux satellites, en particulier contre ceux qui font de ce vol leur entreprise.

Je ne crois pas que nous préconisons des sanctions trop sévères à l'encontre des particuliers qui décident de combler eux-mêmes les lacunes en matière d'accès aux services d'une façon qui leur semble adéquate, même si c'est inacceptable. Nous devons surtout viser les entreprises qui se consacrent au vol de signaux. La Chambre des communes a proposé des modifications qui ont pour objet d'améliorer la situation en infligeant des peines plus sévères, en particulier aux personnes qui tirent des profits de cette activité.

Le sénateur Munson : Quelles sont les peines actuelles?

Je devrais le savoir, mais je n'ai pas vu de manchette où l'on indiquait que des personnes se sont vues infliger des amendes de centaines de milliers de dollars à cause du vol de signaux, bien que je continue à voir des petites soucoupes dans toute la ville.

M. Mayrand : Les pénalités sont très minimes et habituellement infligées à ceux qui profitent du vol. Cela ne dépasse pas en général quelques milliers de dollars si bien que cela ne dissuade personne de poursuivre cette activité. C'est là un problème.

Le sénateur Tkachuk : N'est-ce pas la façon dont les câblodistributeurs originaux gagnaient leur vie? Ne volaient-ils pas les signaux aux Américains?

Is that not the way in which it all began? That is the way our cable companies got their start. They were stealing NBC, CBS and ABC signals and selling to Canadian consumers a product they obtained for free.

Mr. Mayrand: The cable operators started out in the late 1940s and early 1950s. At that time, and particularly in border areas in Quebec and British Columbia, they began to extend the distribution of a number of signals, not only the American signals but also local signals.

The structure has evolved in such a way that cable operators now have retransmission fees that they pay for distant signals, so there is payment and consideration. There was an emergence of an absolutely novel technology and I do not think we can draw any lessons from the early beginnings of a few border cable systems in 1949 and 1950.

Senator Tkachuk: I beg to differ on that. In the 1960s in Saskatchewan, the cable companies were selling us NBC, CBS, ABC and PBS. They charged consumers a fee for the service and the Americans complained about it. When the town of Nipawin wanted to have a co-op cable company, it was not allowed to do it. I do not see the difference between that original action to obtain signals to build a cable company and people taking satellite information.

What is the difference?

Mr. Mayrand: There is a big difference because the satellite signals today are encrypted. There is clearly a design to ensure that these signals are made available in the areas where the rights are purchased and compensated. Those are the encrypted signals. In the early days of cable, the signals were freely available over the air. That is the major difference.

Senator Tkachuk: Thank you, I apologize for the interruption.

Senator Munson: This cosy relationship that you have with the CBC seems to work and seems to put you in a unique position. You are a private broadcaster but you said that there is a place for the CBC and you to cohabit.

Would you describe how that works with the CBC?

Mr. Carter: As we mentioned, when we acquired the TQS Network, we were already affiliates of both the TQS and the SRC in the regions of Sherbrooke, Trois Rivières and the Saguenay.

At the time of the acquisition, the SRC and a number of public bodies were concerned because we had one newsroom serving two different networks. We cut a deal with the SRC so that they now have their own employees under our roof. They produce the SRC newscast with their employees. We share the facilities to produce and broadcast the news for them. It has worked well for four years and the newsrooms are completely independent. We have the TQS newsroom and there is the SRC

N'est-ce pas ainsi que tout a commencé? C'est la façon dont nos câblodistributeurs ont débuté. Ils volaient les signaux de NBC, CBS et ABC et vendaient aux consommateurs canadiens un produit qu'ils obtenaient gratuitement.

M. Mayrand : Les câblodistributeurs ont débuté à la fin des années 1940 et au début des années 1950. À l'époque, et en particulier dans les régions frontalières du Québec et de la Colombie-Britannique, ils ont commencé à élargir la diffusion d'un certain nombre de signaux, non seulement des signaux américains mais également des signaux locaux.

La structure a évolué de façon à ce que les câblodistributeurs aient maintenant des frais de retransmission à payer pour les signaux éloignés si bien qu'il y a effectivement une forme de paiement. Il s'agissait d'une technologie tout à fait nouvelle et je ne pense pas que nous puissions tirer des leçons des débuts de quelques câblodistributeurs frontaliers en 1949 et 1950.

Le sénateur Tkachuk : Je me permettrais d'avoir un autre avis là-dessus. Dans les années 1960, en Saskatchewan, les câblodistributeurs nous vendaient NBC, CBS, ABC et PBS. Ils faisaient payer les consommateurs ce service et les Américains s'en sont plaints. Lorsque la ville de Nipawin a voulu se doter d'une coopérative de câblodistribution, elle n'y a pas été autorisée. Je ne vois pas la différence entre cette façon initiale d'obtenir des signaux pour mettre sur pied une entreprise de câblodistribution et le fait que les gens captent des informations par satellite.

Quelle est la différence?

M. Mayrand : Il y a une grosse différence parce que les signaux par satellite aujourd'hui sont encodés. L'idée est évidemment de s'assurer que ces signaux sont disponibles dans les régions où les droits ont été achetés et payés. Ce sont les signaux encodés. Au début de la câblodiffusion, les signaux étaient disponibles gratuitement. C'est la grosse différence.

Le sénateur Tkachuk : Merci, désolé de cette interruption.

Le sénateur Munson : Cette relation confortable que vous avez avec la SRC semble bien marcher et vous mettre dans une situation unique. Vous êtes un radiotélédiffuseur privé mais vous avez dit qu'il y avait une place pour la SRC et que vous cohabitez.

Pourriez-vous nous décrire comment cela fonctionne?

M. Carter : Comme nous l'avons dit, lorsque nous avons acheté le réseau TQS, nous étions déjà des filiales à la fois de TQS et de la SRC dans les régions de Sherbrooke, de Trois-Rivières et du Saguenay.

Au moment de cette acquisition, la SRC et un certain nombre d'organes publics s'inquiétaient que nous ayons une seule salle de nouvelles pour servir deux réseaux différents. Nous nous sommes donc entendus avec la SRC pour qu'elle ait ses propres employés sous notre toit. Elle réalise ses émissions d'actualités avec ses propres employés. Nous partageons les locaux de la production et la radiotélédiffusion de ces actualités. Cela marche bien depuis quatre ans et les salles de nouvelles sont totalement

newsroom. They do not share information or anything else. They are quite rigorous and proud of their respective broadcasts and do not want to share with one another. It works well.

Senator Munson: Is the same union involved for employees?

Mr. Carter: No, there are different unions, except for our shared employees that produce and broadcast. News people, journalists and field cameramen are with a separate union.

Mr. Mayrand: The purpose of that setup was to ensure that following our acquisition of the TQS Network, in the three regions where there are “twin stick operations,” news programming and the news sources would actually remain different and continue to differ over time. The arrangement ensured continued diversity of sources in those regions.

The Chair: Is this for local news or for all news?

Mr. Carter: It is primarily for local news but some of that ends up on the network feed as well.

Mr. Mayrand: Respectively, CBC for them or TQS for us.

Senator Munson: That is fine.

[*Translation*]

The Chairman: Why did you choose to get into the newspaper business? My colleague was saying that this goes against the general trend called convergence.

Mr. Mayrand: We were unable to develop a strong synergy between the weekly papers and, for instance, our radio stations. This was at the beginning of the 1990s, at the very start of the convergence wave, and we believed that it would be possible for us to develop synergies. But it did not really happen. So we ended up in a situation where other players developed better synergies. For instance, it made a lot of sense for a printing company to develop synergies. That is why we sold our weeklies to GTC Groupe Transcontinental.

The Chairman: Did you end up regretting doing so?

Mr. Mayrand: We did not have time to regret anything. We are always turned towards the future.

The Chairman: I found your remarks on the Competition Act's regulations very interesting. You said that competition policy requirements must be clarified, including for markets. I imagine that you defined what these markets are. That is one of the trickiest issues in this field. Can you tell us more about your definition of what a market is?

Mr. Mayrand: It would be difficult for us to give you a detailed presentation on what we perceive as being relevant markets. However, we can say that increasingly — and this is something

indépendantes. Nous avons la salle de nouvelles de TQS et il y a la salle de nouvelles de la SRC. Elles ne partagent absolument pas les informations ni rien d'autre. Elles sont très rigoureuses et fières de leurs émissions respectives et ne veulent rien partager l'une avec l'autre. Cela fonctionne bien.

Le sénateur Munson : Est-ce le même syndicat pour les employés?

M. Carter : Non, ce sont des syndicats différents, sauf pour les employés que nous partageons pour la réalisation et la diffusion. Pour la salle des nouvelles, les journalistes et les caméramans de reportage, il s'agit de syndicats différents.

M. Mayrand : Les choses sont organisées ainsi pour veiller à ce qu'après notre acquisition du réseau TQS, dans les trois régions où il y a « exploitation de réseau jumelée », la programmation de nouvelles et les sources de nouvelles puissent demeurer différentes. Cette formule a permis de maintenir la diversité des sources dans ces régions.

La présidente : Voulez-vous parler des actualités locales ou de toutes les actualités?

M. Carter : Il s'agit surtout des actualités locales, mais une partie des reportages aboutissent aussi sur l'alimentation réseau.

M. Mayrand : Il s'agit de la SRC pour eux et de TQS pour nous.

Le sénateur Munson : Très bien.

[*Français*]

La présidente : Pourquoi avez-vous choisi de vendre les journaux? Mon collègue disait que cela va à l'encontre de la tendance générale qu'est la convergence.

M. Mayrand : Nous n'avons pas réussi à dégager de fortes synergies entre les journaux hebdomadaires et, par exemple, nos propriétés de radio. C'était au début des années 90, au tout début de la vague de convergence et nous croyions pouvoir dégager des synergies. Nous ne les avons pas trouvées de façon substantielle. Nous nous sommes retrouvés dans une situation où d'autres joueurs étaient en mesure d'avoir de meilleures synergies. Par exemple pour un imprimeur, la synergie est assez évidente. C'est pourquoi nous avons vendu nos hebdomadaires à G.T.C. Groupe Transcontinental.

La présidente : Vous ne l'avez pas regretté?

M. Mayrand : Nous n'avons pas eu le temps de regretter quoi que ce soit. Nous continuons toujours à nous tourner vers l'avenir.

La présidente : J'ai trouvé très intéressantes vos remarques sur le système de réglementation et sur la Loi sur la compétition. Vous dites que les exigences de la politique pour la concurrence doivent être clarifiées, entre autres pour les marchés. J'imagine que vous parliez de la définition des marchés. Voilà une des questions les plus difficiles dans ce domaine. Avez-vous des précisions à nous donner sur votre opinion de la définition des marchés?

M. Mayrand : Il nous serait difficile de vous donner un exposé détaillé de ce que nous comprenons comme étant des marchés pertinents. Nous pouvons cependant vous dire que de plus en

you probably noticed in your previous analyses —, Canada's communication market offers bundled services, that is, it offers radio broadcasting distribution services, Internet access services, fixed-line telephone services, and in some cases, mobile telephone services. With time, the dynamics of this competitive market will offer consumers more and more bundled services. Up until now, the authorities, or the CRTC, examined competition problems on a service-by-service, or a company-by-company basis, and sometimes on a regional basis. But clearly, important changes are happening. It would be important for us to understand how competition criteria, market dominance criteria and criteria related to major players should be established in an environment which offers bundled services. In our opinion, there has to be a change in philosophy in that regard. How will this play out more specifically? I cannot give you any detailed answer right now.

The Chairman: Your most recent financial statements are not what you would have wished. If I understand correctly, it is because of TQS. You said that TQS has faced bad competition from two nearly opposing sides. On the one hand, specialized services are attracting advertising revenues, and on the other hand, conventional television networks have improved their content. I found that observation rather interesting. You really are stuck. Is there a solution for the third largest station in that market?

Mr. Carter: We believe there are solutions. Specialized television programs have an audience share of 30 per cent of French-Canadian viewers, or francophone Quebecers, in the Quebec market. We began at nearly zero per cent in 1986 when the first licenses were granted and we now have a market share of 30 per cent. Throughout that entire period, the viewership for general television programming has decreased, falling from 90 per cent to 60 per cent.

However, the ratings for specialty television programming have been stable for several years now. Specialty television has two revenue sources, as opposed to general television programming which only has one. Specialty television programmers receive monthly lump sum payments and sell advertising as do general television programmers, which is their only source of revenue. Given the fact that specialty television programming has two sources of revenues, it can, and still does, offer much lower advertising rates than general television programming.

As far as general television programming is concerned, there has been downward pressure on tariffs, but we do not have as many programming hours anymore either, of course. We are therefore in a situation where we have completely, or almost completely, sold out our inventory. The only way for us to increase our revenues is to attract more viewers.

The Société Radio-Canada has recently been particularly aggressive in broadcasting more popular programs such as *Les Bougons* and *Tout le monde en parle*. We could mention other programs which have also garnered large audiences. You do not see *Les beaux dimanches* on Radio-Canada anymore. The SRC

plus — vous l'avez sans doute constaté lors de vos analyses antérieures —, le marché des communications au Canada offre des services groupés, c'est-à-dire qu'il offre des services de distribution de radiodiffusion, des services d'accès Internet, des services téléphoniques filaires et dans certains cas, des services téléphoniques mobiles. Plus nous avançons dans la dynamique de ce marché concurrentiel, plus nous avons des offres groupées de services. La façon dont les autorités ou le CRTC ont examiné les problèmes de concurrence a toujours été jusqu'à maintenant, service par service, entreprise par entreprise, et parfois dans des régions données. Il y a clairement un changement important. Il serait important pour nous de comprendre comment devraient s'établir les critères de concurrence, de dominance et de poids excessif de marché dans un environnement où il y a ces offres groupées de services. Selon nous, il doit y avoir un changement de philosophie à cet égard. Comment cela s'articulera-t-il de façon précise? Je ne suis pas en mesure de vous donner un exposé détaillé à ce sujet.

La présidente : Vos résultats financiers ne sont pas ce que vous auriez souhaité dernièrement. Si j'ai bien compris, c'est à cause de TQS. Vous dites que TQS subit une mauvaise concurrence dans deux sens presque opposés. D'une part, les services spécialisés attirent des revenus publicitaires et d'autre part, les réseaux de télévision conventionnels ont amélioré leur contenu. J'ai trouvé cette remarque assez intéressante. Vous vous trouvez coincés. Y a-t-il une solution pour la chaîne numéro trois d'un marché?

M. Carter : Nous croyons qu'il y a des solutions. La télé spécialisée dans le marché québécois retient 30 p. 100 de l'écoute télévisuelle des Canadiens français ou des Québécois francophones. Nous sommes partis presque à zéro, en 1986 lors des premières licences et nous sommes maintenant rendus à 30 p. 100. Pendant tout ce temps, l'écoute de la télévision généraliste a diminué, elle est passée de 90 p. 100 à 60 p. 100.

L'écoute de la télé spécialisée, quant à elle, est stable depuis quelques années. Elle a deux sources de revenus, contrairement à la télé généraliste qui n'en a qu'une. La télé spécialisée reçoit des distributeurs des paiements forfaitaires mensuels et vend de la publicité de la même façon que la télé généraliste alors que cette dernière n'a que la publicité. Compte tenu de la dualité des sources de revenus de la télé spécialisée, elle est en mesure, encore aujourd'hui, de vendre sa publicité beaucoup moins chère que la télévision généraliste.

Du côté de la télévision généraliste, il y a eu des pressions à la baisse sur la tarification, mais évidemment, nos heures d'écoute ont diminué. Nous sommes donc dans une situation où nos inventaires sont vendus complètement ou presque. La seule façon d'augmenter nos revenus est d'augmenter nos auditoires.

Récemment, la Société Radio-Canada a été particulièrement agressive en mettant en ondes une programmation plus populaire comme *Les Bougons* et *Tout le monde en parle*. Nous pouvons en nommer d'autres qui ont attiré des auditoires importants. À la Société Radio-Canada, nous ne voyons plus *Les beaux dimanches*.

has decided to broadcast much more popular programs and as a result it has attracted substantial inventory by adding significant program costs to its schedule. TVA, which is the market leader, has tried to keep its ratings by investing much more money in its schedule.

We are the black sheep and we have to try to bypass two heavyweights. However, it has to be said that we do not have nearly as many resources as they do. But there is a place for our kind of television, which takes risks and does things differently. We will succeed.

As far as our financial results are concerned, operational results go hand in hand with budgets. However, accounting rules are so strict that as soon as there is even a hint of future loss of revenue, the value of intangible assets must come down. That is what happened during the last quarter.

The Chairman: I simply wanted to understand the situation; I did not want to accuse anyone.

You support increased competition and the freedom to operate in the private sector in every area except in what you call the “theft of satellite distribution signals.” Is that not a contradiction?

Mr. Mayrand: I do not think so. With all due respect, if government said that there should be absolute freedom in the field of broadcasting, there would ensue hugely dramatic changes, even chaos, but one thing is sure, it would be total and equal freedom for everyone.

As things stand now, we have financial obligations towards the Canadian broadcasting system. We pay license fees and telecommunications fees. We are obligated to contribute to the Canadian system, whereas foreign satellite services are not. I do not think that there would be any dichotomy.

We say that within the Canadian system, there should be more competition; there should also be greater competition in Canada in the communications industry. But for now we have to make sure that the broadcasting regulations are applied as Parliament intended.

But if the intention is to change our broadcasting system, then let us admit it and change the regulation accordingly. However, what is unfair is not fair and sustainable competition, rather, it is the fact that some players are allowed to bypass the rules, to be completely exempt from them, and to impose a long series of obligations on other players, including the obligation of license renewal, of forcing them to increase their commitment to programming, to provide services to local markets, to contribute to programming production funds, and so on. There is a problem.

[English]

Senator Tkachuk: I want to follow up on Senator Carney’s and Senator Fraser’s line of questioning on the Competition Bureau and the CRTC. In your report, you lay out how the CRTC should

La SRC s’est tournée vers une programmation beaucoup plus populaire et elle a ainsi attiré des inventaires substantiels en ajoutant des coûts de programme importants à sa grille. TVA, qui est le leader du marché, tente de garder ses auditoires en injectant beaucoup d’argent dans sa grille-horaire.

Nous, le mouton noir, nous devons nous faufiler entre les deux gros. Il faut se le dire que les moyens sont complètement différents. Toutefois, il y a une place pour une télé comme la nôtre, une télé audacieuse qui fait les choses de façon différente et nous allons y arriver.

En ce qui concerne les résultats financiers, les résultats opérationnels comme tels vont avec les budgets. Cependant, les règles comptables sont tellement strictes que dès qu’il y a apparence de baisse de revenus à l’horizon, la valeur des actifs intangibles doit être révisée à la baisse. C’est ce qui est arrivé au dernier trimestre.

La présidente : Je voulais simplement comprendre la situation, je ne voulais pas faire d’accusation.

Vous prônez une augmentation de la concurrence, de la liberté de fonctionnement dans le secteur privé, partout sauf dans le cas de ce que vous appelez le « vol des signaux de distribution satellite ». N’y a-t-il pas une contradiction?

M. Mayrand : Je ne crois pas. Avec respect, si l’État nous dit que c’est la liberté absolue dans la radiodiffusion, il y aura des changements fort dramatiques, même chaotiques, mais une chose est certaine, ce sera la liberté totale pour tous et égale pour tous.

Dans l’état actuel des choses, nous avons des obligations financières envers le système de radiodiffusion canadien. Nous payons des droits de licence, des droits de télécommunication. Nous sommes tenus de contribuer au système canadien alors que les services de satellite étrangers ne le sont pas. Je ne pense pas qu’il y ait de dichotomie.

Nous disons qu’au sein du système canadien, la concurrence peut jouer un rôle accru; au sein des industries de communication en général, la concurrence peut et devrait jouer un rôle accru au Canada. Maintenant, assurons-nous que les règles qui régissent la réglementation du secteur de la radiodiffusion soient appliquées conformément à l’intention du législateur.

Si l’intention est de faire autre chose avec notre système de radiodiffusion, qu’on se le dise et que les règles soient modifiées en conséquence. Toutefois, ce qui est injuste, et ce n’est pas de la concurrence juste et durable, c’est de permettre à certains joueurs de se passer de règles, d’être complètement exempts de règles, et d’astreindre d’autres à toute une série d’obligations, y compris celle de faire renouveler leur licence, d’augmenter leurs engagements envers la programmation, de desservir les collectivités locales, de contribuer aux fonds de production de programmation, et cetera. Il y a un problème.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Je voudrais reprendre dans la même veine que le sénateur Carney et le sénateur Fraser à propos du Bureau de la concurrence et du CRTC. Vous expliquez dans votre

be involved in competition policy, however, nowadays we also have the Competition Bureau for newspapers, and we have television stations that own newspapers and vice versa.

Do you believe that the CRTC should govern all competition policy amongst television, radio and newspapers?

Do you see a problem with the Competition Bureau handling all competition matters of Canadian business in Canada?

Mr. Mayrand: In our view, it makes more sense for the CRTC to apply competition policy and issues as a front line implementer of competition policy for the broadcast media, as long as there is a statutory scheme that specifically governs broadcasting.

It seems to us that when broadcasting or electronic communications is involved, it makes more sense for the CRTC to be the front line authority to deal with competition issues.

Now, in the print media, there is a different situation. I guess that the Competition Bureau has in past instances and would continue, understandably, to deal with situations involving non-broadcast media.

Senator Tkachuk: They kind of work together. In other words, a television station that is a dominant player in a particular city could own all the newspapers in that city or perhaps even in that province and the Competition Bureau might be involved and the CRTC.

Mr. Mayrand: To the extent that there are broadcast properties involved as well, yes.

There are countries where this interface between the competition authority and the communications regulator are formalized into some kind of an ongoing consultative mechanism. That is how it happens in the U.K. It is perfectly licit for Ofcom and the competition authorities there to meet and to discuss competition issues because the scheme provides for it. We do not have that situation right now in Canada.

Senator Carney: I would like to explore some of the issues on page 3 of your report, where you say,

On the private sector side, let private information sources and channels proliferate in Canada to the fullest extent possible.

Then you list a beautiful world where there would be very few regulatory schemes, because you say correctly that they limit choices. You go on to tell us to welcome the distribution of non-domestic information. I do not quite know what you mean.

You go on to say we should get away from regulated formats for specialty television that leads to the concept of video-on-demand. Let people demand whatever information they want in whatever means.

rapport que le CRTC devrait participer à l'élaboration de la politique sur la concurrence, mais il y a aussi le Bureau de la concurrence qui s'occupe des journaux et il y a des stations de télévision qui sont propriétaires de journaux et vice versa.

Selon vous, le CRTC devrait-il régir toute la concurrence entre la télévision, la radio et les journaux?

Y aurait-il un problème si le Bureau de la concurrence s'occupait de toutes les questions de concurrence des entreprises canadiennes au Canada?

M. Mayrand : Selon nous, il est plus logique que le CRTC s'occupe de faire respecter la politique en matière de concurrence par tous les médias de radiodiffusion tant qu'il existe un régime statutaire particulier pour la radiodiffusion.

Selon nous, il est plus logique que le CRTC s'occupe des questions de concurrence quand elles touchent la radiodiffusion ou les communications électroniques.

La situation est différente pour les médias écrits. Dans le passé, c'est le Bureau de la concurrence qui s'est occupé des problèmes touchant les médias autres que les médias de radiodiffusion et il me semble qu'il continuerait de le faire.

Le sénateur Tkachuk : Le CRTC et le Bureau de la concurrence sont parfois tous deux en cause. Si une station de télévision occupe une position dominante dans une ville, elle peut être propriétaire de tous les journaux de la ville ou peut-être même de la province, ce qui veut dire que le Bureau de la concurrence et le CRTC s'en mêleront.

M. Mayrand : En effet, si les médias de radiodiffusion sont en cause.

Dans certains pays, les rapports entre l'organisme qui régir la concurrence et celui qui régir les communications font l'objet d'un mécanisme de consultation permanent officiel. C'est ce qui se fait au Royaume-Uni. Ofcom et les organismes qui régissent la concurrence peuvent très bien se rencontrer pour discuter des questions reliées à la concurrence. Ce n'est pas le cas maintenant au Canada.

Le sénateur Carney : Je voudrais examiner certaines des questions dont vous parlez à la page 3 de votre mémoire. Vous dites :

Du côté du secteur privé, laissons les sources et les canaux d'information proliférer le plus possible au Canada.

Ensuite, vous décrivez un monde idéal où il y aurait très peu de régimes de réglementation parce que ceux-ci limitent les choix selon vous, et vous avez raison sur ce point. Ensuite, vous nous dites qu'il faudrait accueillir la distribution de l'information étrangère. Je ne sais pas ce que vous voulez dire au juste.

Vous dites plus loin que nous devons nous passer des formules réglementées pour les services de télévision spécialisée, ce qui nous mènerait à la vidéo sur demande où les gens pourraient visionner l'information qu'ils souhaitent par n'importe quel moyen.

Broadcasters are using a public resource, are they not? They are using frequencies and channels that are a public resource.

Given the fact that the CRTC allocates the right to use a public resource, do you still see that need in the future?

You cannot just give unlimited use to a public resource, because the public resource is finite.

Mr. Mayrand: Underlying your question, Senator Carney, there is the issue of what really is a public resource.

I agree with you that when over-the-air transmission is involved there is spectrum allocation. You cannot have freedom of entry on a particular frequency because there would be chaos. In fact, all of these issues are before the Federal Court of Appeal right now in the *Genex Communications* case. This case involves a radio station that lost its licence some time ago. The Federal Court of Appeal will consider to what extent there is a public resource allocation factor that justifies CRTC regulation on broadcast content.

In any event, we are talking about over-the-air frequencies. When we look at broadband resources that are line based, it is somewhat of a different equation. These are facilities that are deployed by largely private company facilities at the expense of their shareholders. There is massive investment in those facilities. They have a lot of capacity, and the Internet traffic circulates over these facilities. I do not think that you have the same type of constraint in that situation.

The attitude of our regulators with respect to anything that has to do with the new media and Internet has been that they will not regulate, because implicitly, the same problems of allocating scarce resources are not present in those cases.

Senator Carney: Are you saying that by having unlimited access to the Internet we have really lost our ownership of a public resource or our ability to control a public resource?

Is it that there is no "public" in the resource any more?

Mr. Mayrand: I put it to you differently. I would say the public resource that used to be the commanding factor in electronic communications is increasingly taking a smaller role in the overall scheme of things.

Senator Carney: Could you tell us what is going to be the impact of video-on-demand on the existing programming structure?

Pourtant, les radiodiffuseurs utilisent une ressource publique, n'est-ce pas? Ils utilisent des fréquences et des canaux qui appartiennent au public.

Vu que le CRTC octroie l'autorisation d'utiliser la ressource publique, pensez-vous que ce sera encore nécessaire à l'avenir?

On ne peut pas simplement octroyer l'utilisation illimitée de la ressource publique parce que cette ressource est restreinte.

M. Mayrand : Pour répondre à votre question, sénateur Carney, il faut d'abord déterminer ce qui constitue une ressource publique.

Je suis bien d'accord qu'on doit attribuer des bandes de fréquence quand des émissions sont transmises sur les ondes. On ne peut pas autoriser n'importe qui à se servir d'une fréquence donnée parce que cela causerait le chaos. La Cour d'appel fédérale est en train d'examiner toutes ces questions dans l'affaire *Genex Communications*, qui met en cause une station de radio qui a perdu sa licence il y a quelque temps. La Cour d'appel fédérale déterminera dans quelle mesure il existe un facteur d'attribution des bandes de fréquence qui permet au CRTC de régir le contenu des émissions.

De toute façon, il s'agit de fréquences hertziennes. La question se présente un peu différemment dans le cas des ressources sur large bande qui sont linéaires. Ces ressources sont déployées par de grandes entreprises du secteur privé aux frais de leurs actionnaires. Ces installations représentent un investissement massif. Elles ont une très grande capacité et servent notamment à Internet. Je ne pense pas qu'il existe le même type de restrictions dans ce cas-là.

Les offices de réglementation au Canada ont décidé de ne pas réglementer dans le cas des nouveaux médias et d'Internet, et ce, parce qu'il ne semble pas exister les mêmes problèmes d'attribution de ressources restreintes dans leurs cas.

Le sénateur Carney : Voulez-vous dire que le fait d'avoir un accès illimité à Internet nous a fait perdre la propriété d'une ressource publique ou notre capacité de contrôler cette ressource?

Cela veut-il dire que cette ressource n'est plus publique?

M. Mayrand : Je préfère une autre façon d'envisager la question. Je dirais que la ressource publique qui était auparavant le principal facteur dans le domaine des communications électroniques joue un rôle de moins en moins important dans le domaine des communications.

Le sénateur Carney : Pouvez-vous nous dire quelle sera la conséquence de la vidéo sur demande sur la structure actuelle de la programmation?

Mr. Mayrand: As a cable operator, we provide video-on-demand services. The content is still somewhat in its infancy. I do not think we have explored the possibilities of video-on-demand fully. Mostly, the content is movie driven. We do get into some television programming that is made available on an on-demand basis; but it is still largely focused on movie content.

Senator Carney: I should define the term for the purposes of our use. I am talking about video-on-demand as the ability to look up the men's curling championship last weekend in Victoria and view it when I want to, not necessarily at the time that it is playing.

You say it is still in its infancy, but down the road can you see this influencing the way we deliver programming?

Mr. Mayrand: Most definitely. We can see that people will increasingly order, consume and store video content from databases. They will access those databases in any number of locations around the world, and they will store that to the extent to which the rights to store are provided. They will carry that content around in portable devices.

Senator Munson: I have a couple of brief questions. I notice you own radio stations.

Mr. Mayrand: Yes, we do.

Senator Munson: Do they make money?

Mr. Carter: We have three in the start-up mode that have just received their licences. We have one that is very popular in Montreal, and another one in Quebec City that has been up and down over the years.

Senator Munson: What kind of resources do you put into newsgathering?

I ask that in the context that in the last 10 years to 15 years, some people have come before us and have talked about news talk radio and open-line programs. That has a great place in democracy because it allows people to vent, but I do not know what it has to do with covering news. In the old days, we had many reporters here on the Hill, and many reporters covering town halls, city halls and so on.

Do you think your listeners are getting the same calibre of local radio news?

Do you spend enough money so that citizens can understand their own communities?

Mr. Carter: On our radio stations, we have a music network for adults. We provide small bits of news that we buy from Broadcast News. We have some local journalists that cover mainly the arts and variety types of programming.

We have one station in Quebec City that is more public affairs oriented, that has more local journalists, with debates and open lines, but I guess radio has evolved from the old

M. Mayrand : À titre de câblodistributeur, nous fournissons des services de vidéo sur demande. Le contenu de ces services est encore relativement incomplet. Je ne pense pas que nous ayons bien exploré les possibilités de la vidéo sur demande. Pour l'instant, on y passe surtout des films. Certaines émissions de télévision sont maintenant disponibles sur demande, mais il y a surtout des films.

Le sénateur Carney : Je devrais vous dire ce que j'entends par vidéo sur demande. Je veux parler de la possibilité de visionner le championnat de curling des hommes la semaine dernière à Victoria quand je veux le faire et non pas nécessairement à l'heure où cela passe en ondes.

Vous dites que ce service est encore à ses débuts, mais pensez-vous que cela influera sur la programmation à l'avenir?

M. Mayrand : Tout à fait. Nous envisageons le moment où les consommateurs commanderont, visionneront, et entreposeront des documents vidéo à partir de bases de données. Ils auront accès aux bases de données de divers endroits dans le monde et pourront enregistrer ces vidéos dans la mesure où on leur accordera les droits d'entreposage. Ils pourront transporter ces vidéos dans des appareils portatifs.

Le sénateur Munson : J'ai quelques brèves questions à vous poser. Je vois que vous êtes propriétaire de stations de radio.

M. Mayrand : En effet.

Le sénateur Munson : Sont-elles rentables?

M. Carter : Nous en avons trois qui viennent d'être lancées et qui ont tout juste obtenu leurs licences. Nous avons une station très populaire à Montréal et une autre à Québec qui a connu des hauts et des bas au cours des années.

Le sénateur Munson : Quel genre de ressources consacrez-vous à l'obtention de nouvelles?

Je pose la question parce que, depuis 10 ou 15 ans, certains témoins sont venus nous parler de la radio à prépondérance verbale et des émissions de ligne ouverte. Ce type d'émission joue un rôle important en démocratie parce qu'il permet au public de donner son avis, mais je ne vois pas ce que cela a à avoir avec les actualités. Il y avait jadis bon nombre de journalistes sur la colline et bien des journalistes qui assistaient aux réunions publiques, aux réunions des conseils de ville, et cetera.

À votre avis, vos auditeurs obtiennent-ils d'aussi bonnes nouvelles locales radiophoniques qu'auparavant?

Dépensez-vous assez d'argent pour vous assurer que les membres du public savent ce qui se passe dans leurs propres localités?

M. Carter : Parmi nos stations radiophoniques, il y a un réseau de musique pour adultes qui offre aussi de brèves actualités que nous achetons de Broadcast News. Nous avons aussi des reporters locaux qui s'occupent surtout des événements artistiques et d'émissions de variétés.

Il y a une station à Québec qui s'occupe davantage d'affaires publiques, où nous avons plus de journalistes locaux, de débats et de lignes ouvertes, mais la radio a changé depuis l'époque des

AM-type newscast of the past. We mainly offer music and entertainment, rather than news, except for one of our stations, which is personality driven.

Senator Munson: It may have evolved but is that a good thing?

Mr. Carter: There are a number of ways that you can get your information. You can get it directly on the Internet. You can get it through the CPAC provision. You have local newspapers, which you did not have at the time. Whatever information you are looking for you can get, not necessarily only with radio but with a number of devices.

Mr. Mayrand: If I may add, we now have all-news radio. All-news radio is present in a number of our markets, so there is an alternative that focuses on news. It clearly provides an alternative and, as well, gathers audience from those people who want more news.

Senator Munson: People have to start somewhere. You talked about broadcast news, and that is news from away. All news is local. Where do young men and women start if they cannot start in a small local market that simply has evolved into an FM station concept where it is very different now?

My personal view is that local communities do not receive enough of their local news and that local issues are poorly covered.

Mr. Carter: Our television stations cover the news more in-depth day after day in all of those smaller markets and even in the bigger markets.

Some radio formats specifically address the news portion. Obviously, not all radio formats are targeted to news, but television covers it very well.

Senator Carney: I have a supplementary to Senator Munson, and it involves digital radio. Do I have the right term? If I remember correctly, in the last year or so the CRTC has been allocating rights into digital radio. Nobody seems to be making any money on it.

Mr. Carter: That is right. We have a licence to broadcast in DAB, but we have not put up the broadcasting equipment simply because there are no tuners, either in cars or in homes, to get the signal. There are a few digital broadcasters out there but virtually no tuners to listen to it. I do not know where this will end up.

There are other proposals on the table from either satellite radio distribution or using the DAB frequencies. There is a proposal from CHUM and Astral to provide a new type of subscription radio, but we still do not know what the CRTC decision will be on that.

Senator Carney: For the record, would you define DAB for us?

émissions d'actualités de la radio à modulation d'amplitude. Nous offrons surtout de la musique et des divertissements plutôt que des actualités, sauf pour une de nos stations qui met l'accent sur les personnalités.

Le sénateur Munson : La radio a évolué, mais est-ce une bonne chose?

M. Carter : Vous pouvez obtenir les actualités de diverses façons. Vous pouvez le faire directement sur Internet. Vous pouvez les obtenir de CPAC. Il y a aussi les journaux locaux, qui n'existaient pas à l'époque. Si vous voulez des informations, vous pouvez en obtenir, pas nécessairement seulement à la radio, mais ailleurs aussi.

M. Mayrand : J'ajoute qu'il y a aussi des stations de radio qui diffusent uniquement des actualités. La radio d'information existe dans certains de nos marchés. Il y a donc un service qui est concentré sur l'actualité. C'est un autre choix qui permet aussi d'attirer ceux qui veulent plus d'actualités.

Le sénateur Munson : Il faut commencer quelque part. Vous avez parlé de Broadcast News, mais ce sont des informations d'ailleurs. La radio de l'information est une chose locale. Où les jeunes reporters peuvent-ils faire leurs preuves si ce n'est pas dans un petit marché local, qui est maintenant devenu le marché de stations de diffusion MF, qui sont maintenant très différentes de ce qu'elles étaient?

Pour ma part, il me semble que le public ne reçoit pas suffisamment de nouvelles locales et qu'il n'y a pas suffisamment de reportages sur les questions d'intérêt local.

M. Carter : Nos stations de télévision font des reportages plus approfondis tous les jours dans les marchés plus petits et même dans les marchés plus importants.

Certains types d'émissions de radio sont concentrés sur les informations. Ce ne sont pas toutes les stations de radio qui donnent des informations, mais la télévision offre de très bonnes émissions d'actualités.

Le sénateur Carney : Je voudrais poser une question qui découle de celle du sénateur Munson et qui porte sur la radio numérique. Est-ce l'expression appropriée? Si je me rappelle bien, le CRTC a attribué des droits depuis environ un an pour la radio numérique, mais personne ne semble avoir réalisé de bénéfices dans ce domaine.

M. Carter : C'est exact. Nous avons une licence pour diffuser en DAB, mais nous n'avons pas installé le matériel de diffusion encore parce qu'il n'existe pas suffisamment de syntoniseurs pour capter le signal dans les automobiles ou les maisons. Il y a quelques radiodiffuseurs numériques, mais presque aucun syntoniseur. J'ignore ce qui va se passer.

D'autres groupes ont présenté des propositions pour la distribution de signaux radio par satellite ou par DAB. CHUM et Astral ont proposé un nouveau genre de radio par abonnement, mais nous ne savons pas encore ce que le CRTC décidera à ce sujet.

Le sénateur Carney : Pouvez-vous nous définir ce qu'est DAB?

Mr. Carter: It is digital audio broadcasting, based on the Eureka 147 world system, which is used in other countries of the world but not accepted by the United States. Canada and the United States have different views concerning digital radio, which is problematic because they will now install in U.S. cars U.S.-type decoders, but they will not install Canadian-type decoders.

Senator Carney: Is the intent here simply to broaden the range of choices for listeners?

What is the impact of digital audio broadcasting?

Mr. Carter: It improves the quality of broadcasting, and it can add ancillary services to the person that has the appropriate or adequate decoder.

Senator Carney: What are ancillary services?

Mr. Carter: On top of the musical audio, you could see traffic information, for example, or weather information.

The Chairman: Stock indexes, sports scores, anything.

Senator Carney: I can hardly wait.

Senator Eyton: I had flight problems this morning and I apologize for coming in late. As a result, I did not hear your presentation. I scanned it but I am a little behind, so I will just ask a few miscellaneous questions that I am sure have not been asked up to now.

Looking through your material, I see your structure, in financial terms, is as a parent company listed on the TSE, and the cable company also listed on the TSE. I am curious about the history of the share price and the experience on the TSE for both companies.

Mr. Mayrand: That is a broad question.

Senator Eyton: When were they listed and at what prices? What are the prices today?

Mr. Mayrand: I believe that today the price per share of Cogeco Cable is \$26.17 and \$24 for Cogeco Incorporated, which is the mother company. Yes, I own some of those shares. Senator Eyton, the first company to go public was Cogeco Inc. in 1985. It was followed by the listing of the cable subsidiary in 1993. The share prices of these companies have varied quite considerably over that time. The issue price for Cogeco Inc. in 1985 was \$7.50 per share when Mr. Carter was Vice-president of Finance.

Senator Eyton: These are two industries because I think of the cable side as separate, given the service that it provides, and then the one-way media communication business.

Who are your comparators? Who are your stocking horses in Canada? Whom do you look to for comparison's sake of the standard from day-to-day?

M. Carter : Il s'agit de radiodiffusion numérique selon le système mondial Eureka 147, qui est utilisé dans d'autres pays du monde, mais qui n'est pas accepté par les États-Unis. Le Canada et les États-Unis ont des idées divergentes au sujet de la radio numérique, ce qui cause un problème parce que les fabricants d'automobiles américaines sont prêts à installer des décodeurs de type américain, mais pas de décodeurs de type canadien.

Le sénateur Carney : Cela vise-t-il simplement à donner plus de choix aux auditeurs?

Que représente la radio numérique?

M. Carter : La radio numérique améliore la qualité de son et permet d'ajouter des services accessoires pour ceux qui ont les décodeurs appropriés.

Le sénateur Carney : Quels services accessoires?

M. Carter : En plus des émissions de musique, on pourrait capter de l'information sur la circulation routière, par exemple, ou sur la météo.

La présidente : Les cours boursiers, les résultats sportifs, n'importe quoi.

Le sénateur Carney : J'ai bien hâte de voir cela.

Le sénateur Eyton : Mon avion avait du retard ce matin et je m'en excuse. Je n'ai pas entendu votre exposé. J'y ai jeté un coup d'œil, mais je vais me contenter de poser quelques questions que personne d'autre n'a posées jusqu'ici, j'imagine.

D'après votre documentation, votre société mère est cotée à la Bourse de Toronto ainsi que la compagnie de câblodistribution. Je voudrais savoir quel a été le cours de vos actions en bourse et ce que le fait d'être cotées à la Bourse de Toronto a voulu dire pour vos deux entreprises.

M. Mayrand : C'est une question très vaste.

Le sénateur Eyton : Quand ont-elles été cotées en bourse et à quel prix? Quel est le prix des actions maintenant?

M. Mayrand : Si je ne m'abuse, le prix des actions de Cogeco Cable est maintenant de 26,17 \$ et celui de Cogeco Incorporated, la société mère, de 24 \$. Oui, je détiens moi-même des actions. Sénateur Eyton, la première compagnie à être cotée en bourse a été Cogeco Inc. en 1985. La filiale de câblodistribution a été cotée en bourse en 1993. Le prix des actions des deux compagnies a varié beaucoup depuis. Le prix des actions de Cogeco Inc. était de 7,50 \$ en 1985, quand M. Carter était vice-président des Finances.

Le sénateur Eyton : Il s'agit selon moi de deux compagnies distinctes parce que la compagnie de câblodistribution offre un service particulier et l'entreprise de communication en un sens aussi.

Quelles sont les entreprises auxquelles vous pouvez vous comparer au Canada? À quelles compagnies vous comparez-vous pour évaluer la performance de vos actions d'un jour à l'autre.

Mr. Mayrand: We would typically benchmark on the cable side with the other major cable operators in Canada: Rogers, Shaw and Vidéotron. On the broadcasting side, we look at comparables with the other major players in television, TVA and, for some areas, CBC.

Senator Eyton: Within those two industries, do you share common views in terms of policy? Is policy coordinated in any way? Is there a forum to meet, discuss public policy issues and agree on a combined course of action?

Mr. Mayrand: The two companies have the same president and chief executive officer. However, the two companies have separate board of directors. There is not a particular forum for discussion of policy issues. In some cases, it can happen that the cable company has views that are somewhat different from the holding company or from some of the broadcasting subsidiaries. By and large, the holding company, Cogeco Inc., has the same key management group and CEO as Cogeco Cable. There is some broad understanding of the overall function of our companies within the legal and regulatory environment.

Mr. Carter: If I may complement, in respect of the industry, the cable side is a member of the CCTA and the broadcasting side is a member of the CAB. We discuss broad policy decisions and representations to the government and to the CRTC with our peers in the industry.

Senator Eyton: Generally, in those cases, your views and attitude toward public policy would be similar. Do you share the same attitude and outlook?

Mr. Carter: We have good discussions with our peers at board and committee meetings. We do not necessarily always agree but that is democracy.

Senator Eyton: We have heard from a variety of witnesses in both industries but when the CAB speaks, it would be speaking for you, as a member.

Mr. Carter: Yes, it would consult with the membership.

Senator Tkachuk: I can understand why cable companies or satellite providers bundle certain products, such as movies. Is this part of your mandate or do you make your own choices for the first 55 channels: CBC, NBC, and Newsworld, et cetera? Why do you bundle the choices?

Mr. Mayrand: Well, there are numerous factors, senator. First, as a cable operator, we have some priority carriage rules to observe.

Senator Tkachuk: Could you give the committee an example?

Mr. Mayrand: We are required to carry most conventional signals and television services available within our service area. There are some additions to that, including CPAC, for example. There is a corpus of signals that we must distribute in priority. Typically, that has built up our basic service offering.

M. Mayrand : Pour notre câblodistributeur, nous nous comparons d'habitude aux autres principaux câblodistributeurs du Canada, c'est-à-dire Rogers, Shaw et Vidéotron. Pour la radiodiffusion, ce sont les autres principaux télédiffuseurs comme TVA et, dans certains domaines, la SRC.

Le sénateur Eyton : Les deux compagnies ont-elles une perspective commune relativement à la politique? Leur politique est-elle coordonnée? Y a-t-il des rencontres pour déterminer la politique publique et s'entendre sur une approche commune?

M. Mayrand : Les deux compagnies ont le même PDG. Cependant, elles ont chacune leur propre conseil d'administration. Il n'existe pas vraiment de mécanisme particulier pour discuter de questions de politique. Il peut arriver que la compagnie de câble ait des opinions quelque peu différentes de la société de portefeuille et de certaines filiales de radiodiffusion. Dans l'ensemble, la société de portefeuille, Cogeco Inc., a le même groupe de gestion et le même PDG que Cogeco Cable. Les deux compagnies connaissent leur rôle et savent comment évoluer compte tenu de la loi et de la réglementation.

M. Carter : J'ajoute que la compagnie de câblodistribution est membre de l'ACTC et que la compagnie de radiodiffusion est membre de l'ACR. Nous discutons de nos décisions générales de politiques et des mémoires ou propositions que nous faisons au gouvernement ou au CRTC avec les autres membres de l'industrie.

Le sénateur Eyton : De façon générale, vos opinions et votre attitude à l'égard de la politique publique devraient donc être relativement uniformes. Avez-vous la même perspective des deux côtés?

M. Carter : Nous avons de bonnes discussions avec nos homologues lors de réunions du conseil et de comités. Nous ne sommes pas toujours d'accord, mais c'est ainsi que fonctionne la démocratie.

Le sénateur Eyton : Nous avons entendu des témoins des deux industries, mais l'ACR reflète le point de vue de ses membres.

M. Carter : Oui, l'ACR consulte ses membres.

Le sénateur Tkachuk : Je peux comprendre pourquoi les câblodistributeurs ou les fournisseurs de signaux satellites regroupent certains produits comme les films. Cela fait-il partie de votre mandat ou faites-vous vos propres choix pour les 55 premiers canaux, comme CBC, NBC, Newsworld, et cetera? Comment faites-vous les regroupements?

M. Mayrand : Plusieurs facteurs sont en cause, sénateur. D'abord, comme compagnie de câble, nous devons respecter certaines règles de distribution prioritaire.

Le sénateur Tkachuk : Pouvez-vous en donner un exemple au comité?

M. Mayrand : Nous devons fournir la plupart des signaux conventionnels et les services de télévision disponibles dans notre secteur de service. À cela s'ajoutent d'autres services, y compris CPAC. Nous devons distribuer certains signaux en priorité. Ordinairement, c'est ce qui a déterminé notre service de base.

The next intervening factor was the technology available to cable companies when the first specialty services emerged. That technology set out analogue traps to block certain signals and allow certain other signals to go through for those who decided to purchase those extra services.

It is a somewhat unwieldy technology because once it was set on the system and it deployed, the number of channels remained set. Those channels are difficult to change.

Senator Tkachuk: What do you pay CBC Newsworld? What do you pay them in Quebec? What do you pay them in English Canada?

Mr. Mayrand: I am afraid that we cannot disclose the specific payment terms. We have confidentiality requirements in our agreements.

Senator Tkachuk: Is that so?

Mr. Mayrand: Yes.

Senator Tkachuk: Do you pay more to them than you pay to CTV?

Mr. Mayrand: I truly could not comment on that.

Senator Tkachuk: I want to buy the service so I go to the cable provider, Shaw, and he charges me \$9 for the product package. To have the product I want, I have to buy others that I do not want; nonetheless, I buy the package.

Can you not tell me what you pay to these providers?

Mr. Mayrand: I cannot disclose the specific amounts but I can tell you that at the retail level, whatever you pay for a particular tier of discretionary services, there is a blend of the aggregate amount of fees that have to be paid for the various services involved in that tier. The fees can differ depending on whether the services are available on the first, second or third tier and on some recapture of the costs involved in making the service available.

Senator Tkachuk: I am not complaining about the fact that you bundle because I believe in free enterprise. You can package your product in any way that you choose because you have competition and there are satellite companies that offer the same product. In Saskatchewan, we have SaskTel as well; there is a great deal of competition.

Is it in your mandate to carry CBC Newsworld? Do you have to put it in a bundle? Do you have to put it in a certain tier?

Mr. Mayrand: We have to provide access to CBC Newsworld. Certainly, carrying CBC Newsworld is a non-issue.

Senator Tkachuk: I understand that but is it in your mandate to carry it?

Mr. Mayrand: It is not per se a mandatory service. It is carried as a discretionary service, but we have the obligation to provide access for that service.

Senator Tkachuk: Therefore, I have to pay for it.

Il y a ensuite la technologie dont disposaient les compagnies de câble quand les premiers services spécialisés sont apparus. Cette technologie comprenait des dispositifs analogiques pour bloquer certains signaux et permettre à d'autres de passer pour ceux qui décidaient d'acheter des services supplémentaires.

C'est une technologie relativement difficile à manipuler parce que le nombre de canaux devait rester le même une fois qu'il était fixé et déployé. Il est donc difficile de changer ces canaux.

Le sénateur Tkachuk : Que payez-vous à CBC Newsworld? Que payez-vous au Québec? Que payez-vous au Canada anglais?

M. Mayrand : Nous ne pouvons malheureusement pas divulguer les montants que nous versons. Il existe des clauses de confidentialité dans nos contrats.

Le sénateur Tkachuk : Est-ce vrai?

M. Mayrand : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Leur donnez-vous plus d'argent qu'à CTV?

M. Mayrand : Je ne peux vraiment pas vous le dire.

Le sénateur Tkachuk : Si je veux acheter le service, je vais m'adresser à la compagnie de câble Shaw, qui me fera payer 9 \$ pour le service. Pour avoir tous les services que je veux, je devrai en acheter dont je ne veux pas, mais j'achète néanmoins le service complet.

Ne pouvez-vous pas me dire ce que vous payez à ces fournisseurs?

M. Mayrand : Je ne peux pas divulguer les montants précis, mais je peux vous dire que, au niveau du détail, le montant que vous payez pour une catégorie donnée de services discrétionnaires reflète les montants des droits qui doivent être versés pour les divers services que comprend cette catégorie. Les droits peuvent varier selon que les services offerts sont disponibles dans la première, deuxième ou troisième catégorie de services et des coûts que représente la fourniture du service.

Le sénateur Tkachuk : Je ne me plains pas que vous regroupiez les services parce que je crois en la libre entreprise. Vous pouvez vendre vos produits comme vous le voulez parce qu'il y a de la concurrence et que des compagnies de télévision par câble offrent les mêmes produits. En Saskatchewan, il y a aussi SaskTel. Il y a donc beaucoup de concurrence.

Votre mandat vous oblige-t-il à fournir CBC Newsworld? Devez-vous l'ajouter à un groupe de services? Doit-il être inclus dans une certaine catégorie?

M. Mayrand : Nous devons fournir accès à CBC Newsworld. Cela ne représente pas un problème.

Le sénateur Tkachuk : D'accord, mais est-ce prévu dans votre mandat?

M. Mayrand : Ce n'est pas un service obligatoire comme tel. Il s'agit d'un service discrétionnaire, mais nous devons donner accès à ce service.

Le sénateur Tkachuk : Je dois donc payer pour le service.

Mr. Mayrand: That depends on the way your provider offers it.

Senator Tkachuk: So, when I want CBC, ABC, NBC, CBS, I get Newsworld, right. I have no choice. It comes with the good package. It does not come as a separate package.

The Chairman: Some of us think it is part of a good package.

Senator Tkachuk: I did not say that. I said if other people want to get into the marketplace, how do they do that? What kind of money can they make? Can we have five types of channels in Canada? How would they be bundled into the process? Are they mandated? I am not just getting into Newsworld. We only have two, and we only have one Newsworld channel. That is why I am talking about it because CTV is a headline channel. They cannot even provide it, or did they get permission?

Senator Munson: Not yet.

Senator Tkachuk: You see they do not have permission. We only have one. That is what I am trying to get at, how does a new player get into the marketplace to compete there?

Since CBC is the only one in this monopoly that we have here in Canada, I want to find a little more about how we can get more players into the marketplace so we do not have to go to the United States and buy FOX and NBC and CNN.

I do not know if that is helpful, but I think for what we are setting, that is helpful. Can you help me?

Mr. Mayrand: I take your point. What you are saying is that the Canadian broadcasting system should be devoid of any prescription on the services that are distributed and the extent to which they are available to Canadians.

I thought that one of the considerations that this committee is looking at is the accessibility of services. I would think that includes our Canadian services.

I would submit to you that there ought to be a reasonable balance in making our own services widely available and accessible to Canadians, and allowing services that are not from Canada to be more accessible here.

Senator Tkachuk: The best of both worlds, right?

[Translation]

The Chairman: Mr. Carter, Mr. Mayrand, thank you very much, it was extremely interesting and truly very useful for us. We regret the fact that Mr. Audet could not be here, but you have represented him very well.

M. Mayrand : Cela dépend de la façon dont l'offre votre fournisseur de services.

Le sénateur Tkachuk : Donc, si je veux CBC, ABC, NBC, CBS, j'obtiens aussi Newsworld. Je n'ai pas le choix. Newsworld vient avec les autres services. Il n'est pas offert séparément.

La présidente : Certains trouvent que c'est un bon groupe de services.

Le sénateur Tkachuk : Ce n'est pas ce que je disais. Je voulais savoir comment d'autres peuvent entrer sur le marché. Peuvent-ils réaliser des bénéfices? Pouvons-nous avoir cinq types de canaux au Canada? Comment seraient-ils regroupés? Le service est-il obligatoire? Je ne voulais pas m'attaquer à Newsworld. Nous n'avons que deux canaux de ce genre et un seul Newsworld. C'est pourquoi je soulève la question. Le canal de CTV ne donne que les grands titres. Il ne peut même pas le faire ou a-t-il obtenu l'autorisation voulue?

Le sénateur Munson : Pas encore.

Le sénateur Tkachuk : CTV n'a pas encore l'autorisation. Nous n'avons qu'un seul canal de nouvelles. C'est pour cela que je demande comment un nouveau canal peut arriver sur le marché et devenir concurrentiel.

Vu que CBC est le seul canal à cause du monopole qui existe au Canada, je voudrais savoir comment nous pouvons obtenir davantage de services sur le marché pour ne pas être obligés d'aller acheter FOX, NBC et CNN aux États-Unis.

Il me semble que ce serait utile de le savoir vu ce que nous essayons de faire. Pouvez-vous m'aider?

M. Mayrand : Je comprends votre point de vue. Vous voulez dire que les réseaux de radiodiffusion au Canada ne devraient pas prescrire les services distribués et la mesure dans laquelle ils sont offerts aux Canadiens.

Je croyais qu'un des aspects que ce comité étudiait était l'accessibilité des services. D'après moi, cela inclut nos services canadiens.

Je vous soumettrais qu'il devrait y avoir un équilibre raisonnable entre l'accessibilité facile de nos services à tous les Canadiens, ainsi que l'accessibilité plus facile aux services étrangers.

Le sénateur Tkachuk : Ce serait le meilleur des deux mondes, n'est-ce pas?

[Français]

La présidente : Monsieur Carter, monsieur Mayrand, merci beaucoup, ce fut extrêmement intéressant et vraiment très utile pour nous. Nous regrettons l'absence de M. Audet, mais vous l'avez très bien représenté.

[English]

Senators, after this meeting is adjourned, I am going to ask senators and staff members to stay for five minutes while members of the public leave the room. Then, I am going to have another five minutes with the steering committee. That concludes this formal meeting of the committee.

The committee adjourned.

OTTAWA, Wednesday, April 13, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications is meeting today at 6:20 p.m. to examine the current status of the Canadian media industries; the emerging trends and developments within these industries; the role, rights and obligations of the media in Canadian society; and the current and future appropriate policies in regards to these industries.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) takes the Chair.

[Translation]

The Chair: Honourable senators, welcome to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. We are continuing our examination of the Canadian information media and the role the State should play in help it remain vigorous, independent and diversified within the context of the major changes that have occurred in this field over the last few years — notably globalization, technological changes, convergence and the concentration of ownership.

I want to extend a warm welcome to our witnesses.

[English]

This evening we are pleased to welcome representatives of CanWest Global, one of the country's largest, if not the largest, media operators. We have with us this evening Mr. Rick Camilleri, President of CanWest MediaWorks; Mr. Steve Wyatt, Vice-President and Editor-in-Chief of Global Television News; Mr. Gerry Nott, Editor-in-Chief of the Canadian News Desk at CanWest News Service and CanWest MediaWorks Publications; and Mr. Scott Anderson, Editor-in-Chief of the *Ottawa Citizen* and Vice-President and Editor-in-Chief of CanWest MediaWorks Publications; Mr. Geoff Elliot, Vice-President of Corporate Affairs at CanWest Global; and Ms. Charlotte Bell, Vice-President of Regulatory Affairs for CanWest Television and Radio.

Thank you all very much for being here. You know the normal pattern we follow. We ask you to make a brief opening statement, and then we ask you questions. Please proceed.

Mr. Richard C. Camilleri, President, CanWest MediaWorks, CanWest Global Communications Corporation: Good evening, senators. Just to situate myself in the company, I am the president

[Traduction]

Sénateurs, après la levée de la séance, je demanderais aux sénateurs et aux membres du personnel de rester encore cinq minutes pendant que les membres du public quittent la salle. Ensuite, je vais tenir une réunion de cinq minutes avec le comité de direction. Ceci met fin à la réunion officielle du comité.

La séance est levée.

OTTAWA, le mercredi 13 avril 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 18 h 20 pour étudier l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[Français]

La présidente : Honorables sénateurs, bienvenue à cette réunion du Comité sénatorial des transports et des communications. Nous poursuivons notre étude des médias canadiens d'information et du rôle que l'État devrait jouer pour les aider à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années — notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

J'aimerais accueillir très chaleureusement nos témoins.

[Traduction]

Ce soir, nous avons le plaisir d'accueillir des représentants de CanWest Global, l'une des entreprises du secteur des médias les plus importante du pays, si ce n'est la plus importante. Sont présents parmi nous, ce soir, M. Rick Camilleri, président de CanWest MediaWorks; M. Steve Wyatt, vice-président et rédacteur en chef de Global Television News; M. Gerry Nott, rédacteur en chef du bureau canadien des informations de CanWest News Service et CanWest MediaWorks Publications; M. Scott Anderson, rédacteur en chef du journal *Ottawa Citizen* et vice-président et rédacteur en chef de CanWest MediaWorks Publications; M. Geoff Elliot, vice-président, Affaires corporatives de l'entreprise de CanWest Global; et Mme Charlotte Bell, vice-présidente des affaires réglementaires de CanWest pour la télévision et la radio.

Merci infiniment à toutes ces personnes pour leur présence. Vous connaissez le déroulement habituel de nos travaux. Nous vous demandons de faire une déclaration préliminaire et nous vous posons ensuite des questions. Je vous laisse la parole.

M. Richard C. Camilleri, président, CanWest MediaWorks, CanWest Global Communications Corporation : Sénateurs, bonsoir. Pour me situer brièvement au sein de l'entreprise, je

of CanWest MediaWorks, and in that position I am responsible for all of CanWest's Canadian media operations, including newspapers, television, radio, our web-based interactive operations and our other ancillary businesses. I very much appreciate that you have devoted an entire evening session for our appearance, and I know you will want to ask us many questions. Before you do, we have prepared some introductory comments which will include brief contributions from three of the senior practitioners of journalism on my team, who I will also introduce to you. Our written brief contains more detail on what they each do in the company.

Steve Wyatt is our Senior Vice-President of news and information, Global Television. Gerry Nott is our Editor-in-Chief of CanWest's content-sharing facility based in Winnipeg called the Canadian News Desk.

I might also mention in the interest of precision that Mr. Nott is doing double duty at the moment filling in as head of our Ottawa News Bureau. Scott Anderson is well known to you as the Editor-in-Chief of the *Ottawa Citizen*, and also serves as Vice-President and Editor-in-Chief of CanWest Publications.

Also here to help deal with questions is Charlotte Bell, Vice-President of Regulatory Affairs for CanWest Television and Radio, and Geoffrey Elliot, Vice-President of Corporate Affairs.

We are aware that CanWest has been portrayed by many of your earlier witnesses as the poster boy for what is perceived by some to be what is wrong with Canadian media. I want to say at the outset that much of what you have heard about CanWest is either patently untrue or greatly exaggerated.

We make no apologies for who we are, what we are, or the way we do business. Our purpose today, however, is to tell you the CanWest story, which is indeed a very good one and one of which we are eminently proud.

Our impression is that much of the previous discussion in the committee reflected nostalgia for things past, a romantic desire to restore Canada's media industry to what it once was. A persistent theme was that the ownership of Canadian media has become too concentrated, that the diversity of news, information and opinion available to Canadians has somehow diminished, and that public policy remedies are required to restore the Canadian media industry to the utopian situation that existed in earlier times.

Testimony from earlier witnesses who share that perspective has consistently lacked quantitative or empirical analysis. Their arguments rarely rose above anecdotal observations specifically constructed to support their own proposed remedies. Absence of supporting analysis did not, however, prevent discussion of several bizarre proposals. One such proposal was that the

suis le président de CanWest MediaWorks et, de ce fait, je suis responsable de toutes les activités de CanWest dans le secteur des médias au Canada, ce qui comprend les journaux, la télévision, la radio, nos exploitations interactives sur le web et nos autres activités commerciales. Je vous suis très reconnaissant de nous avoir consacré toute une soirée. Je suis persuadé que vous aurez beaucoup de questions à nous poser. Avant de commencer, nous avons préparé quelques remarques d'introduction brefs, notamment les témoignages succincts de trois journalistes professionnels d'expérience de mon équipe, que je vous présenterai également. Le résumé écrit comporte davantage de renseignements sur le rôle joué par chacun d'entre eux dans l'entreprise.

Steve Wyatt est notre vice-président principal des actualités et de l'information à Global Television. Gerry Nott est notre rédacteur en chef du service de partage contenu de CanWest, service établi à Winnipeg et désigné comme le Canadian News Desk.

Je dois préciser, pour être exact, que M. Nott est également chargé, à l'heure actuelle, de notre bureau des actualités d'Ottawa. Vous connaissez déjà Scott Anderson comme le rédacteur en chef du journal *Ottawa Citizen*. Il est également le vice-président et rédacteur en chef de CanWest Publications.

En outre, pour nous aider à répondre aux questions, nous sommes accompagnés par Charlotte Bell, vice-présidente des affaires réglementaires de CanWest pour la télévision et la radio, ainsi que par Geoffrey Elliot, vice-président des Affaires corporatives.

Nous savons que CanWest ait été dépeint par plusieurs de vos témoins précédents comme une tête d'affiche des maux, perçus par certains, dont souffrent les médias canadiens. Je souhaite préciser tout de suite qu'une très grande partie de ce que vous avez entendu dire sur CanWest est manifestement faux ou considérablement exagéré.

Nous n'avons aucune excuse à présenter sur nous-mêmes, sur ce que nous sommes ou sur notre manière de travailler. Ceci dit, notre objectif d'aujourd'hui est de vous raconter l'histoire de CanWest, qui est en effet une histoire très belle et dont nous sommes éminemment fiers.

Nous avons l'impression qu'une grande partie des débats antérieurs au sein du comité reflétait une nostalgie du passé, un désir romantique de ramener l'industrie des médias du Canada à ce qu'elle était par le passé. L'un des thèmes récurrents est que la propriété des médias canadiens est devenue trop concentrée, que la diversité des nouvelles, de l'information et des opinions présentées aux Canadiens, d'une certaine façon, a diminué et que des politiques gouvernementales correctrices sont nécessaires pour faire en sorte que l'industrie canadienne des médias revienne à la situation utopique du passé.

Les témoignages des témoins précédents qui partagent cette opinion faisaient systématiquement preuve d'un manque d'analyse quantitative ou empirique. Leurs arguments dépassaient rarement le niveau des observations anecdotiques élaborées spécifiquement pour soutenir les mesures qu'ils proposent eux-mêmes. L'absence d'analyse à l'appui n'a cependant pas empêché

government should get into the newspaper business and launch a not-for-profit public newspaper alongside the Canadian Broadcasting Corporation.

Other witnesses called on the government, the broadcast regulator or the Competition Bureau to intervene in the media industry to require a separation of ownership as between broadcasting and newspapers. Still others suggested a need for government incentives to reward so-called independent newsrooms that presumably would publish news and information that government regards as appropriate.

Fortunately, several witnesses, including many respected academics and others involved directly in journalism, eloquently rebutted such assertions, pointing out the utter folly of such intrusions into the media by government.

In initiating the study in 2002, the committee itself offered no analysis of its own to support its apparent concern that media ownership had become too concentrated, that the diversity of opinion had somehow diminished, or that convergence or globalization and technological change had somehow damaged the quality, quantity or diversity of news, information and opinion available to Canadians.

It is fascinating that in calling for an end to cross-media ownership, particularly as it relates to newspapers and television broadcasting, not a single witness has even asserted that there has been a decline in the quality of news reporting on Canadian television. Certainly, no evidence was presented to the committee of a decline in the quality or diversity of news reporting on television. Similarly, no evidence was presented to the committee that the quality or quantity of reporting, analysis and opinion published in Canadian newspapers has diminished in any way from earlier years.

Conversely, more than one witness compared the quality of Canadian large-city and national newspapers very favourably with those published in cities of comparable size in the United States, ranking Canadian newspapers today as among the best in the world when compared with any newspapers of similar circulation size.

Of course, it will always be the case that individuals or groups, particularly those representing special interests, will disagree with, or be offended by, opinions in editorials and columns, or the depiction in newspapers and television news stories of events that run counter to their particular point of view.

CanWest newspapers have received their share of such criticism, as have other Canadian media. Indeed, if no one was offended by what they saw or read in the media, that, in itself, would be a telling comment on whether the media was doing its

les débats sur plusieurs propositions étranges. Selon l'une d'entre elles, le gouvernement devrait s'impliquer commercialement dans le des journaux et lancer un journal public à but non lucratif parallèlement à la société Radio-Canada.

D'autres témoins ont invité le gouvernement, les organismes de réglementation des médias de diffusion ou le Bureau de la concurrence à intervenir dans l'industrie des médias pour exiger une séparation de propriété entre les médias de radiodiffusion et de télédiffusion et les journaux. D'autres encore ont suggéré le besoin, pour le gouvernement, de récompenser certaines salles de presse prétendument indépendantes qui, vraisemblablement, publieraient des nouvelles et des renseignements jugés convenables par le gouvernement.

Heureusement, plusieurs témoins, dont nombre d'universitaires respectés et autres personnes directement impliquées dans le journalisme, ont réfuté avec éloquence de telles affirmations, en soulignant le non-sens absolu que constituent de telles intrusions du gouvernement dans les médias.

En entreprenant les travaux, en 2002, le comité lui-même n'a présenté aucune analyse personnelle pour étayer ses préoccupations apparentes sur le fait que la propriété des médias était devenue trop concentrée, que la diversité des opinions avait diminué d'une certaine façon ou que la convergence ou la mondialisation et le changement technologique avaient endommagé, d'une façon ou d'une autre, la qualité, la quantité ou la diversité des nouvelles, de l'information et des opinions présentées aux Canadiens.

Il est fascinant de voir qu'en réclamant la fin des participations croisées dans les médias, et ce tout particulièrement pour les journaux et la télévision, pas un seul témoin n'a affirmé avoir constaté un déclin de la qualité du compte rendu des informations à la télévision canadienne. Une chose est certaine : aucun élément de preuve n'a été présenté au comité pour démontrer un déclin dans la qualité ou la diversité des informations télévisées. De même, aucun élément de preuve n'a été présenté au comité sur une diminution de la qualité ou de la quantité des reportages, des analyses et des opinions publiés dans les journaux canadiens par rapport aux années passées.

Au contraire, plus d'un témoin a comparé favorablement la qualité des journaux nationaux et des grandes villes canadiennes à celle des journaux publiés dans les villes de taille comparable aux États-Unis, évaluant les journaux canadiens d'aujourd'hui comme étant parmi les meilleurs au monde vis-à-vis des journaux de même taille et de même tirage.

Naturellement, il y aura toujours des individus ou des groupes, en particulier ceux qui représentent des intérêts spécifiques, qui seront en désaccord ou qui s'offenseront des opinions exprimées dans les éditoriaux et les chroniques ou de la description d'événements, dans les journaux et à la télévision, qui contredit leur point de vue particulier.

Les journaux de CanWest ont reçu leur part de telles critiques, comme d'autres médias canadiens. De plus, si personne n'était offensé par ce qui peut être vu ou lu dans les médias, cela serait, en soi, indiquerait que les médias ne remplissent pas leur fonction. Le

job. The starting point of every call for change is an assertion that ownership of newspapers in Canada has become too concentrated.

Even a rudimentary examination of the statistical facts will demonstrate the opposite. Claims of growing concentration of media ownership, which appear to have formed the *raison d'être* for the initiation of this committee's review, are simply not based on empirical facts. On the contrary, the biggest challenge facing all media in Canada, big or small, including both television and newspapers, is indeed media fragmentation.

The availability of more media, including more television channels in Canadian homes, increased availability of local and distant newspapers via home delivery, at the newsstand or via the Internet, and the introduction of free newspapers in major Canadian cities including *Metro Ottawa* just two weeks ago in this city, taken together, have greatly increased competition for newspapers and television from other media.

Less visible to those not involved in the business side of media is that fragmentation not only dilutes TV viewers and newspaper readers by spreading them around many more media platforms, but it also, more importantly, dilutes the revenues necessary to sustain media businesses.

Just as consumers spread their loyalties around more choices, advertisers allocate their spending across a wider selection of media. The increased availability of media provides advertisers with greater flexibility to calibrate and target their ad buys to reach audiences with desired demographic characteristics. For example, the golf channel is probably a pretty cost-effective way to advertise government clubs and government balls.

Revenue fragmentation represents a very real challenge to the sustained quality and economic viability of Canadian media, as owners are forced to seek more efficient and cost-effective ways of delivering a better quality product to a dwindling customer base.

Consolidations that have occurred and will continue to occur among Canadian media companies, including cross-media consolidations, are a natural and strategic business response as individual companies seek to maintain and protect a diminishing share of total industry advertising revenues.

Thus, increased concentration of media ownership is indeed a myth. Reduced diversity of voices in news and information is simply not true. Calls for a government mandated breakup of Canadian media companies to make them smaller and less able to compete are ill-founded and profoundly unrealistic.

point de départ de chaque appel au changement est une affirmation selon laquelle la propriété des journaux au Canada est devenue trop concentrée.

Un simple examen rudimentaire des données statistiques démontre le contraire. Les cris d'alarme sur la concentration croissante de la propriété des médias, qui semblent être à l'origine de l'examen mis en place par le comité, ne sont tout simplement pas fondés sur des faits réels. Au contraire, l'enjeu le plus important auquel tous les médias du Canada font face, grands ou petits, y compris la télévision et les journaux, c'est précisément la fragmentation des médias.

Pris en tant qu'ensemble, la disponibilité d'un plus grand nombre de médias (notamment un plus grand nombre de chaînes de télévision dans les foyers canadiens, une plus grande disponibilité des journaux de portée locale ou de portée étendue par le biais d'abonnements, de kiosques à journaux ou de l'Internet, ainsi que l'apparition de journaux gratuits dans les grandes villes canadiennes, comme *Metro Ottawa*, lancé dans cette ville il y a tout juste deux semaines) a considérablement augmenté la concurrence à laquelle sont sujets les journaux et la télévision, comparativement aux autres médias.

Une réalité moins évident à percevoir pour les personnes qui ne sont pas impliquées dans le commerce des médias, c'est que la fragmentation dilue non seulement les téléspectateurs et les lecteurs en les répartissant autour de plates-formes médiatiques plus nombreuses, mais également, et ce d'abord et avant tout, les revenus nécessaires pour soutenir les entreprises de médias.

Du fait que les consommateurs partagent leur fidélité en fonction d'un choix plus important, les annonceurs partagent aussi leurs dépenses à travers une plus grande sélection de médias. La plus grande disponibilité des médias fournit aux annonceurs une plus grande flexibilité pour calibrer et cibler leurs annonces et atteindre le public qui possède certaines caractéristiques démographiques recherchées. Par exemple, la chaîne Golf est probablement une manière très rentable de diffuser des annonces sur les clubs et les balles du gouvernement.

La fragmentation des revenus représente un enjeu réel pour le maintien de la qualité et pour la durabilité économique des médias canadiens, car les propriétaires sont forcés de chercher des manières plus efficaces et plus rentables de fournir un produit de meilleure qualité à un nombre décroissant d'abonnés.

Les consolidations qui se sont produites et continueront à se produire parmi les entreprises canadiennes des médias, y compris les consolidations croisées, sont une réponse commerciale normale et stratégique car les entreprises individuelles cherchent à maintenir et à protéger une part tronquée des recettes publicitaires totales de l'industrie.

Ainsi, l'accentuation de la concentration de la propriété dans les médias est un mythe. La réduction de la diversité des opinions aux nouvelles et à l'information n'est tout bonnement pas vraie. Les appels demandant au gouvernement de fragmenter des entreprises canadiennes de médias pour les rendre plus petites et moins concurrentielles sans fondement et profondément irréalistes.

We have included charts in our written brief that demonstrate graphically what has really happened in the Canadian newspaper and television industries. The important message to take from these charts is that, regardless of how the numbers are counted, media ownership in Canada is becoming more diverse and not more concentrated. Canadians have access to more news and more opinion from a variety of sources than ever before, and that diversity is growing every day.

The ultimate in concentration of television ownership existed at the launch of Canadian television with the CBC in 1952, when Canadians had access to only one domestic channel. By the 1960s, cable had arrived and Canadian homes in the larger cities soon had good quality access to all major American, as well as Canadian, television networks, in addition to local independent channels.

By the 1980s, specialty channels had arrived in Canada. Specialty channels do not have transmission towers and are distributed to Canadian homes only via cable, satellite and telephone company distribution services. They have the characteristics of national network television through their coast-to-coast distribution, however. Since 1980, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission has issued many new television broadcasting licences for both conventional and specialty television services. Digital specialty channels arrived in 2001, creating the 200-channel universe for cable television and a 300-channel universe for satellite subscribers.

It is important to be aware that specialty channels have certain unique advantages. They receive a share of the subscription fees paid by consumers to cable and satellite companies, in addition to competing directly with conventional television for advertising revenues. Conventional TV stations, which are included on the basic tier of cable and satellite services, do not receive a share of the substantial fees that consumers pay monthly for their basic services.

Added to that, the CRTC permits many of the most popular U.S. cable channels, such as Arts and Entertainment, A&E, Spike, CNN, CNN Headline News, and soon, Fox News, to be carried on Canadian cable and satellite distribution systems. Collectively, these U.S. channels receive some \$250 million annually in subscription revenues from Canadian consumers while making no contributions to the public policy objectives of the Broadcasting Act. Those foreign channels are also exempted from paying licence fees to the CRTC.

It is really quite extraordinary that American cable channels receive substantial compensation for the use of their signals in Canada, but Canadian conventional television stations, including the CBC, are not compensated. The net result of all this must be obvious. Conventional Canadian television, which remains the only component of the industry that provides local news and local

Nous avons inclus dans notre dossier écrit des diagrammes qui démontrent sous une forme graphique ce qui s'est véritablement produit dans l'industrie canadienne des journaux et de la télévision. Le message important à retenir de ces diagrammes est que, indépendamment de la façon dont les chiffres sont comptés, la propriété des médias au Canada est de plus en plus diverse, et non pas de plus en plus concentrée. Les Canadiens ont accès à davantage d'information et à davantage d'opinions de diverses sources qu'auparavant et cette diversité se développe quotidiennement.

La concentration ultime de la propriété dans la télévision a existé lors du lancement de la télévision canadienne avec la CBC, en 1952, quand les Canadiens n'avaient accès qu'à une seule chaîne du pays. Dans les années 1960, le câble est arrivé et les foyers canadiens des grandes villes ont bientôt eu un accès de qualité aux réseaux de télévision américains et canadiens principaux, en plus des chaînes locales indépendantes.

Au début des années 1980, les chaînes spécialisées sont arrivées au Canada. Ces chaînes spécialisées n'ont pas de tours de transmission et ne sont distribuées dans les foyers canadiens que par l'intermédiaire des services de distribution par câble, satellite et téléphone. Néanmoins, elles présentent les caractéristiques d'une télévision nationale grâce à leur réseau de distribution sur l'ensemble du pays. Depuis 1980, le CRTC a octroyé de nombreuses licences de télédiffusion à des chaînes conventionnelles et spécialisées. Les chaînes spécialisées numériques ont fait leur apparition en 2001, créant un univers de 200 chaînes de télévision par câble et de 300 chaînes pour les abonnés de la diffusion par satellite.

Il est important de se rendre compte que les chaînes spécialisées présentent certains avantages uniques. Elles reçoivent une part des abonnements payés par les consommateurs des services de câble et de satellite en plus des revenus publicitaires dérivés de leur concurrence directe avec la télévision conventionnelle. Les chaînes de télévision classiques, qui figurent dans les services de base du câble et des satellites, ne reçoivent pas une part des revenus substantiels payée mensuellement par des consommateurs pour accéder à ces services.

De plus, le CRTC permet à de nombreuses chaînes du câble en provenance des États-Unis, chaînes qui comptent parmi les plus populaires, tels que Arts and Entertainment, A&E, Spike, CNN, CNN Headline News, et, bientôt, Fox News, d'être retransmises par les systèmes canadiens de distribution par câble et par satellite. Collectivement, ces chaînes des États-Unis reçoivent des consommateurs canadiens environ 250 millions de dollars de revenus d'abonnement par an, alors qu'elles n'apportent aucune contribution aux objectifs d'ordre public de la Loi sur la radiodiffusion. Ces chaînes étrangères sont également dispensées de payer des droits de licence au CRTC.

Il est tout de même extraordinaire que les chaînes américaines par câble reçoivent une rémunération substantielle pour l'usage de leur diffusion au Canada, alors que les chaînes canadiennes de télévision conventionnelle, dont Radio-Canada, n'en reçoivent aucune. Le résultat net de tout ceci est évident. La télévision canadienne conventionnelle, qui reste la seule composante de

information, as well as original national and international news programming, has faced a significant overall decline in its share of viewers and a substantial dilution of its revenue base. Specialty television has captured all the growth in revenue share for the past several years.

What should be of interest in this review is that Canadian specialty television provides no major original news programming with the exception of CBC Newsworld and CTV Newsnet, both of which derive their national and international news coverage from their parent conventional network news programs and journalists. Other Canadian specialty television channels provide no Canadian news programming whatsoever.

In terms of viewer concentration, no Canadian broadcaster dominates Canadian television viewing. Figure 1 in our written brief shows that CTV, together with the CTV-owned specialty channels such as The Sports Network, TSN, have the largest share of viewers at 19 per cent. CanWest has approximately a 14-per-cent audience share. CHUM accounts for a 9-per-cent share of viewers, while the CBC follows with 8 per cent. Other Canadian pay and specialty services capture 13 per cent of the viewers and other Canadian conventional channels account for about 5 per cent. The balance, roughly a 33-per-cent share of Canadian viewers, fully one third of the audience, tune in to U.S. conventional and cable channels.

Thus, a major challenge for Canadian television is to maintain the ability of the private sector conventional networks to invest in quality news programming at local and national levels as audiences and revenues migrate persistently to specialty television. In spite of all these very real economic challenges, at CanWest we have chosen to invest in news. We have brought an additional choice to Canadians in their daily rendezvous with national TV news with the introduction of *Global National with Kevin Newman*. Steve Wyatt will have more to say on that program in a few moments.

Ownership of Canadian newspapers has also evolved over the past decade. If you look at the ownership of the Canadian daily newspapers tracked by the Canadian Newspaper Association, as shown in Figure 2 in our brief, concentration of newspaper ownership actually peaked six years ago, in 1999, with Hollinger then owning 59 out of 106 Canadian daily newspapers. Fast forward to today, in 2005, and Hollinger is no longer a major player in Canada with its holdings reduced from 59 to 10 daily newspapers, none of which is a large city daily. New owners have emerged in Canada including not only CanWest but also Osprey and GTC, while Quebecor has substantially increased its newspaper holdings compared to 10 years ago.

l'industrie à fournir des nouvelles et des services d'information locaux et des nouvelles nationales et internationales originales, a connu un déclin important de sa part de marché et une dilution substantielle de ses revenus de base. La télévision spécialisée s'approprie l'ensemble de la croissance des parts de revenu depuis plusieurs années.

Ce qui devrait être d'un intérêt certain dans le cadre de cet examen est que la télévision canadienne spécialisée ne fournit aucun service d'information original, mis à part CBC Newsworld et CTV Newsnet, deux chaînes qui préparent leur propre couverture d'information nationale et internationale grâce aux programmes et aux journalistes des chaînes conventionnelles parentes. D'autres chaînes canadiennes de télévision spécialisée ne fournissent aucun service d'information, quel qu'il soit.

En termes de concentration des téléspectateurs, aucun radiodiffuseur canadien ne domine le marché de la télévision canadienne. Le schéma 1 de notre dossier indique que CTV, ainsi que les chaînes spécialisées de CTV telles que *The Sports Network* (TSN), ont la plus grande part de marché des téléspectateurs, avec 19 p. 100. CanWest possède une part de marché de 14 p. 100 des téléspectateurs. CHUM représente une part de marché de 9 p. 100 et Radio-Canada suit avec 8 p. 100. D'autres services canadiens spécialisés et payants obtiennent 13 p. 100 des téléspectateurs et d'autres chaînes conventionnelles canadiennes constituent environ 5 p. 100 du marché. Le reste, environ 33 p. 100 des téléspectateurs canadiens, soit un tiers de l'audience globale, se tourne vers les chaînes conventionnelles et câblodistribuées des États-Unis.

Ainsi, un enjeu important pour la télévision canadienne est de maintenir la capacité des réseaux conventionnels du secteur privé à investir dans des programmes d'information de qualité, et ce tant au niveau local qu'au niveau national, car les cotes d'écoute et les revenus se déplacent constamment vers la télévision spécialisée. Malgré tous ces enjeux économiques réels, chez CanWest, nous avons choisi d'investir dans des programmes d'information. Nous avons offert aux Canadiens un choix supplémentaire pour leurs rendez-vous quotidiens avec l'information télévisée nationale suite au lancement de l'émission *Global National with Kevin Newman*. Steve Wyatt, dans quelques moments, vous en dira davantage sur cette émission.

La propriété des journaux canadiens a également évolué au cours de la dernière décennie. Si l'on examine la propriété des journaux quotidiens du Canada qui sont suivis par l'Association canadienne des journaux, tel qu'indiqué au schéma 2 de notre dossier, la concentration de la propriété des journaux a atteint une crête il y a six ans, en 1999, lorsque le groupe Hollinger possédait 59 des 106 quotidiens canadiens. Avancions rapidement jusqu'à aujourd'hui, en 2005 : le groupe Hollinger n'est plus un intervenant important au Canada, ses titres ayant chutés de 59 à 10 quotidiens, dont aucun n'est le quotidien d'une grande ville. De nouveaux propriétaires ont fait leur apparition au Canada : non seulement CanWest, mais aussi Osprey et GTC, tandis que Quebecor a sensiblement augmenté ses avoirs dans les journaux, comparativement à la situation qui avait cours il y a 10 ans.

The other new development is free-sheet newspapers available now in Montreal, Ottawa, Toronto and Vancouver, with more to come. Distribution of the *Metro Toronto*, published by a joint venture of TorStar and Metro International SA, and *24 Hours Toronto*, published by Quebecor, together exceed 400,000 copies daily. That is about the same as the *Toronto Star* and significantly more than either *The Globe and Mail* or the *National Post*.

CanWest has its own free sheet magazine called *Dose* that launched on April 4 in five Canadian cities. *Dose* is different from free-sheet newspapers, however. It is targeted at the young adult market and youth demographic which, unfortunately, is less likely to read conventional newspapers. To appeal to that audience, which is enormously important to the future of our industry, we have combined other youth-oriented web-based and wireless services with the magazine to develop *Dose* as a comprehensive youth-oriented national brand and multi-platform media brand.

In recent weeks, we have seen the launch of *Metro Vancouver* and the *Metro Ottawa* newspapers in which CanWest has a one third interest, and the announcement of *24 Hours Vancouver*, a joint venture of Quebecor and the Pattison group.

Another way to look at newspaper ownership in Canada is by circulation. In Figure 3 in our brief it can be seen that CanWest newspapers taken together account for the largest circulation of any newspaper owner. Even so, CanWest accounts for less than 30 per cent of total circulation of major conventional daily newspapers. When daily newspapers are ranked in weekday circulation, as shown in Figure 4 in our brief, CanWest's largest circulation newspaper, the *National Post*, ranks fourth among Canadian dailies. In fact, as Figure 4 shows, two of the new free-sheet newspapers would rank in the top ten. *Metro Toronto* and *24 Hours Toronto* would rank fifth and sixth respectively. Quebecor's anticipated launch of *24 Hours Vancouver* is expected to have a distribution volume at launch about the same as *Metro Vancouver*, placing those two newspapers in a tie for eleventh place based on the daily number of copies distributed.

Thus, it can be seen that the premise of excessive and growing ownership concentration or the alleged impact of concentration and cross-media ownership on diversity of voices are simply fiction. Perhaps the most significant positive development in Canadian newspaper journalism in recent years was the launch six years ago of the *National Post*. Competition between *The Globe and Mail* and the *National Post* has, by most accounts, raised the quality of both newspapers, to the benefit of journalists and consumers alike. It is unlikely that the *National Post* would have survived as a stand-alone newspaper given the costly and sustained start-up losses incurred by the newspaper in the brutally competitive Toronto newspaper war and market. The ability of CanWest to provide certain centralized services to the *National Post* as part of a larger media group has contributed

L'autre développement nouveau est celui des journaux gratuits, disponibles maintenant à Montréal, Ottawa, Toronto et Vancouver, ainsi que dans d'autres villes ultérieurement. La distribution de *Metro Toronto*, publié par une coentreprise entre TorStar et Metro International SA, et *24 Hours Toronto*, publié par Quebecor, dépasse les 400 000 copies quotidiennes dans chacun des cas. C'est plus ou moins le même tirage que le *Toronto Star* et sensiblement plus que le *Globe and Mail* ou le *National Post*.

CanWest possède son propre magazine gratuit appelé *Dose*, lancé le 4 avril dernier dans cinq villes canadiennes. Toutefois, *Dose* diffère des journaux gratuits. Le magazine vise le marché démographique des jeunes et des jeunes adultes, marché qui, malheureusement, est moins habitué à lire les journaux traditionnels. Pour attirer ce lectorat, qui est essentiel pour l'avenir de notre industrie, nous avons combiné des services Web et des services sans fil avec le magazine pour développer *Dose* comme une marque nationale et une plate-forme multimédia qui cible la jeunesse.

Lors des dernières semaines, nous avons vu le lancement des journaux *Metro Vancouver* et *Metro Ottawa*, dans lesquels CanWest possède une participation d'un tiers, et l'annonce de *24 Hours Vancouver*, une coentreprise entre Quebecor et le groupe Pattison.

Une autre façon d'examiner la propriété des journaux au Canada consiste à regarder leur tirage. Au schéma 3 de notre dossier, on peut voir que les journaux de CanWest, pris dans leur ensemble, représentent le plus grand tirage par rapport aux autres propriétaires de journaux. Toutefois, CanWest constitue moins de 30 p. 100 de du tirage total des principaux quotidiens traditionnels. Lorsque les quotidiens sont classés par tirage en jours de la semaine, tel qu'indiqué au schéma 4 de notre dossier, le journal de CanWest dont le tirage est le plus élevé, le *National Post*, se classe quatrième parmi les quotidiens canadiens. En fait, comme l'indique le schéma 4, deux des nouveaux journaux gratuits se rangeraient dans les dix premiers s'ils étaient inclus. *Metro Toronto* et *24 Hours Toronto* seraient respectivement cinquième et sixième. Le lancement prévu de *24 Hours Vancouver* par Quebecor donnera sans doute lieu à un volume de distribution initial identique à celui du *Metro Vancouver*, plaçant ces deux journaux à même rang, la onzième place, en ce qui concerne le nombre quotidien d'exemplaires distribués.

Ainsi, on peut voir que l'idée d'une concentration excessive et croissante, de même que l'incidence prétendue, sur la diversité des opinions, de la concentration de la propriété et des participations croisées dans les médias, sont tout simplement fictives. Le développement positif le plus notable du journalisme canadien, ces dernières années, a probablement été le lancement, il y a six ans, du *National Post*. La concurrence entre le *Globe and Mail* et le *National Post* a certainement amélioré la qualité des deux journaux, ce dont les journalistes et les consommateurs ont bénéficié. Il est peu probable que le *National Post* aurait survécu en tant que journal autonome, étant donné les pertes importantes et continues encourues par le journal à son lancement, dans un marché torontois caractérisé par une concurrence féroce. La capacité qu'a CanWest de fournir certains services centralisés au

significantly to that paper's viability and to the company's willingness to continue to sustain significant financial losses at the *Post*.

In summary, fragmentation, not concentration, is the challenge facing Canadian media. Indeed, the business challenge for the media is to maintain the quality of reporting on news and information in the face of fickle audiences and revenues that are scattering in all directions to take advantage of news available on television, the Internet, new free-sheet newspapers, web browsing, hand-held wireless devices such as BlackBerries, and soon television delivered to mobile telephones.

In that challenging business environment, consolidations among media companies should be seen as a natural business response to those circumstances. Even so, consolidations will not be sufficient to reduce the trend toward greater media fragmentation and increased diversity as new sources contribute to disintegration much faster than consolidations can glue audiences back together.

Against that background the committee should be extremely cautious in its consideration of possible changes to public policy affecting the media. There is no doubt that some unions, journalism organizations and academics perceive issues as a result of the necessary adjustments made by media companies as they adapt to a new, more demanding and profoundly different set of marketplace circumstance. That media companies must constantly strive to innovate with new products and services to become more efficient and cost-effective is unassailable. That this will require media companies to constantly reinvent themselves and to find new and better ways to deliver the news to Canadians is indeed a fact of our life. Nostalgia for the past and a desire to protect the status quo is not a viable solution in an industry undergoing such transformational changes and challenges as exist in today's media.

With those cautionary words, I want to turn now to my colleagues to discuss some of the fascinating things that we do on the front lines of Canadian journalism at CanWest.

Mr. Steve Wyatt, Vice-President and Editor-in-Chief, Global Television News: It seems appropriate that I should be talking to you at the magic hour of television news. The hour between six o'clock and seven o'clock has for decades been a destination for Canadian families to tune in to their favourite local television station to hear the digest of news from their own backyards, from the nation and from around the world. How the world has changed.

The TV news-consuming audience is not what it used to be and no longer is the six o'clock news the only destination. The delivery of news and information on television is continuous and never before has there been such a vast array of choice on

National Post, en tant que composante d'un grand groupe de médias, a nettement contribué à assurer la viabilité de ce journal et à renforcer la volonté de l'entreprise de continuer à supporter les pertes financières importantes du *Post*.

En résumé, la fragmentation, et non pas la concentration, est l'enjeu auquel les médias canadiens font face. En effet, l'enjeu commercial des médias est de maintenir la qualité des reportages d'information face à des audiences et à des revenus qui se dispersent dans toutes les directions, de façon à tirer profit des informations diffusées via la télévision, l'Internet, les nouveaux journaux gratuits, les navigateurs Internet, les appareils sans fil tels que les BlackBerries et, bientôt, la télévision diffusée sur les téléphones cellulaires.

Dans cet environnement commercial difficile, les consolidations des entreprises médiatiques doivent être perçues comme une réaction normale des stratégies commerciales face aux circonstances. Malgré ceci, les consolidations ne seront pas suffisantes pour réduire la tendance vers une fragmentation et une diversité accrues des médias, car les nouvelles sources naissantes contribuent à une désintégration que les consolidations réalisées n'arrivent pas à contrer.

Dans ces circonstances, le comité doit se montrer prudent lors de son examen des changements possibles aux politiques en matière de médias. Il ne fait aucun doute que certains syndicats, organismes de presse et universitaires perçoivent ces questions par la prise des ajustements que les entreprises médiatiques ont dû réaliser en s'adaptant à un environnement de marché nouveau, plus exigeant et profondément différent. Il est indiscutable que les entreprises médiatiques doivent constamment innover en lançant de nouveaux produits et services pour devenir plus efficaces et plus rentables. Que ceci exige, de la part des entreprises médiatiques, de se réinventer constamment et de trouver des moyens nouveaux et meilleurs de présenter les actualités aux Canadiens, voilà un fait concret de notre vie actuelle. La nostalgie du passé et le désir de protéger le statu quo ne sont pas des solutions viables dans une industrie qui fait face à des changements et à des enjeux de transformation tels qu'ils existent dans les médias aujourd'hui.

Suite à ces appels à la prudence, je me tourne maintenant vers mes collègues pour une présentation de certains aspects fascinants de notre travail pour la défense du journalisme canadien chez CanWest.

M. Steve Wyatt, vice-président et rédacteur en chef, Global Television News : Il me semble approprié de vous parler de l'heure magique des actualités télévisées. La période entre six heures et sept heures a été, pendant des décennies, le rendez-vous que se donnaient les familles canadiennes pour syntoniser leur chaîne de télévision locale préférée et regarder le résumé des actualités de leur région, du pays et du monde entier. Le monde a bien changé.

Les codes d'écoute des informations télévisées ne sont plus ce qu'elles étaient et le journal de six heures n'est plus son unique destination. La diffusion des actualités et de l'information à la télévision est continue et il n'y a jamais eu un choix si vaste sur les

conventional broadcast stations, specialty channels and satellite. Our greatest challenge in 2005 is to earn audience loyalty in an ever-fragmenting universe.

To that end, CanWest has invested heavily in our news operations since it acquired the stations previously owned by Western International Communications, WIC, in 2000. Those stations included three in British Columbia, four in Alberta and one in Ontario. With that purchase, Global was in a position to compete on a national scale against CTV and CBC, and offer a compelling third voice in news broadcasting at both the local and national levels.

CanWest has identified television news as a central pillar in its strategy to generate content we produce and own, thereby reducing our reliance on acquired foreign programming. Most significantly, *Global National News with Kevin Newman* was launched in September 2001. In its very short time on the air, utilizing not only its own dedicated resources but also those of our affiliate stations and our partners in print, the program has emerged as a new voice originating in Western Canada.

Global has succeeded against the more traditional network newscasts at a non-traditional time for national news, the supper hour. There is now a three-way race among national newscasts in this country. For the calendar year 2004, it stacked up this way, according to the data provided by the Bureau of Broadcast Measurements: CTV National News, with an average audience of 956,300 viewers in the two-plus demographic; CBC National, with an average audience of 776,000 on the main network; and Global National with 712,000 viewers.

We have succeeded in becoming a serious player in just three short years. This is even more significant when you consider that *Global National* is aired on just nine television stations. Compare that to 22 for CTV and 25 for the CBC. All the more significant at a time when the total viewing audience is much lower than at the 10 p.m. and 11 p.m. time slots used by our rivals. As part of our commitment to attract more audience at *Global National*, we recently expanded to seven days a week with Tara Nelson anchoring on the weekends.

Global National's success in a short time is the result of a fiercely independent team of writers, producers and journalists headquartered in Vancouver and supported by teams stationed in every region of the country: bureaus in Ottawa and Washington D.C. plus freelancers based in London and Tel Aviv round out the news-gathering resources for Global National. I am pleased to tell you that our new and unique voice has been recognized by the Radio-Television News Directors Association, RTNDA, with their prestigious Edward R. Murrow award for our coverage of the last federal election. We packed the entire program into a bus and travelled

chaînes traditionnelles et les chaînes spécialisées offertes par satellite. Notre plus grand défi, en 2005, est d'assurer la fidélité du public dans un univers de plus en plus fragmenté.

À cet effet, CanWest a fortement investi dans le service d'information depuis l'acquisition des chaînes qui appartenaient à Western International Communications (WIC) en 2000. Ces services sont au nombre de trois en Colombie-Britannique, de quatre en Alberta et de un en Ontario. Grâce à cet achat, Global fut en mesure de pouvoir faire concurrence à CTV et Radio-Canada à l'échelle nationale et offre aujourd'hui une troisième voix de poids sur l'information locale et nationale.

CanWest a identifié l'information télévisée comme le pilier central de sa stratégie de production d'émissions propres, réduisant de ce fait notre dépendance vis-à-vis de l'achat de programmes étrangers. De manière significative, le programme *Global National News with Kevin Newman* a été lancé en septembre 2001. Peu de temps après son début sur les ondes, et en utilisant non seulement nos propres ressources, mais également celles de nos chaînes apparentées et de nos partenaires du domaine de la presse, l'émission fait maintenant figure de voix nouvelle issue du Canada de l'Ouest.

Global a réussi à s'imposer face aux bulletins des chaînes traditionnelles à une heure non traditionnelle pour les actualités nationales, celle du dîner. Il y a maintenant trois voix concurrentes dans les bulletins d'informations nationaux de ce pays. Pendant l'année 2004, selon les données fournies par BBM, l'audimètre avait les résultats suivants : *CTV National News*, avec une cote d'écoute moyenne de 956 300 téléspectateurs dans le secteur de population 2+, *CBC National*, avec une cote d'écoute moyenne de 776 000 téléspectateurs sur le réseau principal, et *Global National*, avec 712 000 téléspectateurs.

Nous avons réussi à devenir un intervenant important en tout juste trois années. Ceci prend une signification d'autant plus grande si l'on considère que l'émission *Global National* n'est diffusée que sur neuf chaînes de télévision. Ceci doit être comparé à 22 chaînes pour CTV et à 25 pour CBC. Un trait encore plus notoire à une heure où la cote d'écoute globale des téléspectateurs est bien inférieure à celle des grilles de 22 heures et 23 heures, employées par les chaînes rivales. Pour mettre en pratique notre engagement d'attirer plus de spectateurs vers *Global National*, nous sommes récemment passés à une diffusion sept jours par semaine, avec Tara Nelson pour le journal de la fin de semaine.

Le succès très rapide de *Global National* est le résultat du travail d'une équipe très indépendante de rédacteurs, de producteurs et de journalistes basés à Vancouver et soutenue par des équipes en poste dans chaque région du pays : des bureaux à Ottawa et à Washington D.C., ainsi que des journalistes indépendants basés à Londres et à Tel-Aviv, viennent s'ajouter aux ressources de *Global National*. Je suis heureux de vous annoncer que notre voix nouvelle et unique a été récompensée par la Radio-Television News Directors Association (RTNDA) et par la remise du prestigieux prix Edward R. Murrow pour notre couverture des dernières

across the country broadcasting *Global National* live from different communities for the duration of the campaign.

The national team is in turn supported by local news operations at our various stations across the country. Again, Global has made a significant investment at the local level to expand our news presence. In Alberta last year, for example, we expanded our local news broadcasts in Calgary and Edmonton, offering an additional 30 minutes of news at 5 p.m. These markets now follow the model of our very successful news operation in British Columbia where we provide 45 hours of local news every week, not including the national news broadcast, which I believe is more than any other English language local news operation in Canada.

In Ontario, we added a three-hour morning news program Monday through Friday and a national current affairs program, *Global Sunday*, produced in Calgary, which has succeeded in a very short time in becoming one of the most watched current affairs programs in the country. It is interesting to note the remarks issued recently by the Canadian Heritage department and its detailed response of the Lincoln report, which made over 90 recommendations on how to improve the Canadian broadcasting system. In its April 4 response, the government said it "intends to use its powers as set out in section 7 of the Broadcasting Act to direct the CRTC to ensure that Canadians from communities of various sizes have access to an appropriate level of local and regional news and public affairs programming from a variety of sources."

I would like to point out to this committee that there are already locally produced programs in many Canadian markets that are not being seen by Canadian consumers. That is because it is not a requirement under CRTC regulations that satellite distributors carry all local Canadian signals. The use of direct-to-home, DTH, satellite services is anywhere from 25 to 40 per cent of Canadian households, depending on the region of the country. In some cases, communities are being denied access to their local television station. This is the case in Kelowna, B.C., where news programs produced by the Okanagan's very own CHBC are not carried by the satellite distributors. This small community television station dedicated more than 12 hours of uninterrupted coverage a couple of years ago during the devastating forest fires that ripped through B.C.'s southern interior. The station's coverage was later turned into a full-hour documentary that won top national honours from the RTNDA as best documentary against some pretty stiff competition. Ironically, satellite penetration in that region tops 20 per cent, and those viewers were not able to watch their home-grown coverage of the crisis.

élections fédérales. Nous avons installé toute l'équipe dans un autobus pour voyager dans tout le pays et diffuser *Global National* en direct depuis différentes collectivités pendant toute la durée de la campagne.

L'équipe nationale est elle-même soutenue par les bureaux d'information locaux de nos chaînes dans tout le pays. Là encore, Global a réalisé un investissement de poids au niveau local pour accroître notre présence aux actualités. Par exemple, en Alberta, l'année dernière, nous avons augmenté nos services information locale à Calgary et à Edmonton, avec 30 minutes de plus au journal télévisé de 17 heures. Ces marchés suivent maintenant le modèle de notre bureau d'information de Colombie-Britannique, où nous présentons 45 heures d'actualités locales chaque semaine, sans compter le journal national, ce qui, à mon avis, constitue davantage que n'importe quel autre bureau d'information locale de langue anglaise au Canada.

En Ontario, nous avons ajouté une émission d'information de trois heures les matins du lundi au vendredi et une émission nationale d'actualités, *Global Sunday*, produit à Calgary, qui a réussi en très peu de temps à devenir l'un des émissions d'actualités les plus regardées dans le pays. Il est intéressant de noter les remarques faites récemment par Patrimoine canadien dans une réponse détaillée au rapport Lincoln, qui a présenté plus de 90 recommandations sur la manière d'améliorer le système de radiodiffusion canadien. Dans sa réponse du 4 avril, le gouvernement a indiqué qu'il prévoit avoir recours à son pouvoir comme présenté au chapitre 7 de la loi sur la radiodiffusion pour demander au CRTC de s'assurer que les Canadiens des communautés de toutes tailles ont accès à un niveau approprié de nouvelles locales et régionales et à des programmes sur des questions d'intérêt public provenant de sources variées.

Je souhaiterais préciser à ce comité qu'il existe déjà sur plusieurs marchés canadiens des émissions qui sont produites à l'échelle locale mais qui ne sont pas regardées par les consommateurs canadiens. Ceci est dû au fait qu'il n'est pas obligatoire pour les diffuseurs par satellite, selon les règlements du CRTC, de transmettre toutes les diffusions canadiennes locales. L'utilisation de services par satellite DTH (« direct-to-home ») concerne 25 à 40 p. 100 des foyers canadiens, selon la région du pays. Dans certains cas, les communautés n'ont pas accès à leur chaîne locale de télévision. C'est le cas pour Kelowna, en Colombie-Britannique, où les émissions d'information produites par le bureau de CHBC d'Okanagan lui-même ne sont pas transmises par les diffuseurs par satellite. Il y a deux ans, cette petite chaîne de télévision communautaire a consacré plus de 12 heures de couverture ininterrompue aux feux de forêt dévastateurs qui ont ravagé les terres intérieures du Sud de la Colombie-Britannique. La couverture de cette chaîne a été plus tard transformée en un documentaire d'une heure qui a remporté le premier prix national de la RTNDA en tant que le meilleur documentaire, et ce face à une concurrence très importante. Il est ironique que, malgré le fait que le satellite rejoignait, dans cette région, tout au plus 20 p. 100 des gens, les téléspectateurs n'ont pas pu voir la couverture locale de cette crise.

Another key part of our strategy in expanding our news and current affairs operations has been a partnership with the metropolitan dailies. We made a significant investment in installing remote-controlled cameras in every *Metro* daily in the country, which news directors at any one of our television stations can tap in to. This has been extremely valuable for our viewers to get access through another medium to the journalists they read every day. The print broadcast partnership has been especially effective in our coverage of big national and international events, from the war in Afghanistan where video journalists teamed up with CNS reporters to the war in Iraq where Matthew Fisher, embedded with U.S. troops, reported directly into live coverage provided by *Global National with Kevin Newman*. Most recently, our award-winning federal election campaign coverage drew on the resources of our website, every local television-station news operation, right through to the top columnists for the *National Post*. Our broadcast and print journalists work together to provide unique, comprehensive coverage on both a local and national level.

While we utilize our various resources to serve our own audiences in the spirit of independent editorial decisions, those decisions reign supreme. We encourage original enterprise reporting at every level based on a solid understanding of each individual market. With apologies to my friends in print sitting with me here, the morning newspaper headlines do not guide the decision-making in television. We measure ourselves on how prominently our original content the night before has landed on the front pages of the next morning's papers.

The partnership is an important part of our promotional strategy. As private broadcasters we depend on advertising to generate revenues so we can continue to invest in our television news expansion. We can promote newspapers during very valuable air time, and in exchange, we are given valuable print advertising space to promote our news programs. This is particularly valuable to our smaller television stations which may not otherwise be able to afford second-party advertising to promote their original Canadian programs. Together, all these pieces will help secure a future for *Global News* as a vibrant and distinct voice in Canadian journalism in the multi-channel universe. As we move deeper into the digital realm, our combined resources will allow us to compete more effectively on an international and unregulated playing field as we develop new ways to deliver Canadian content through broadband and wireless technologies.

From the television perspective, big is a good thing for us. It has helped us support and grow our news operations at a local level and introduce a third successful voice on the national news

Un autre aspect central de notre stratégie d'augmentation de nos activités d'information et d'actualités est notre partenariat avec les journaux métropolitains. Nous avons réalisé un investissement remarquable en installant des caméras télécommandées dans chaque journal *Metro* du pays, caméras que les rédacteurs en chef du service information de nos chaînes de télévision peuvent utiliser. Nos téléspectateurs ont beaucoup bénéficié de cette nouveauté car ils ont ainsi accès, par une autre voie, aux journalistes qu'ils lisent tous les jours. Le partenariat entre presse et télévision a été particulièrement efficace dans notre couverture des grands événements nationaux et internationaux, de la guerre en Afghanistan, où les journalistes vidéo ont collaboré avec des journalistes de CNS, à la guerre en Irak, où Matthew Fisher, incorporé à des troupes des États-Unis, a pu faire des reportages en direct au journal télévisé *Global National with Kevin Newman*. Plus récemment, notre couverture primée de la campagne des élections fédérales reposait sur les ressources de notre site Web pour tous les bureaux locaux d'information de nos chaînes, jusqu'aux meilleurs chroniqueurs du *National Post*. Nos journalistes de la télévision et de la presse travaillent ensemble pour fournir une couverture unique et complète aux niveaux local et national.

Même si nous utilisons nos ressources variées pour servir nos propres spectateurs dans un esprit de décisions éditoriales indépendantes, ces décisions conservent une valeur suprême. Nous encourageons une démarche originale de reportage à chaque niveau sur la base d'une bonne appréciation de chaque marché individuel. En m'excusant auprès de mes amis de la presse ici présents, je dois dire que les titres des journaux du matin ne guident pas les prises de décision à la télévision. Nous nous mesurons davantage selon la façon dont notre contenu original de la soirée se retrouve dans les unes des journaux du lendemain matin.

Le partenariat est une partie importante de notre stratégie promotionnelle. En tant que radiodiffuseurs du secteur privé, nous dépendons de la publicité pour générer des revenus afin de pouvoir continuer à investir dans notre expansion de l'information à la télévision. Nous pouvons promouvoir des journaux durant le temps d'antenne et, en échange, nous obtenons de l'espace publicitaire dans la presse pour promouvoir nos programmes d'information. Ceci est particulièrement vrai pour nos chaînes de télévision les plus petites, qui, autrement, n'auraient pas les moyens de s'offrir une publicité réalisée par des tiers pour promouvoir leurs émissions canadiennes originales. Ensemble, tous ces éléments permettent de cimenter l'avenir de *Global News* en tant qu'une voix vive et distincte du journalisme canadien dans un univers multi-chaînes. Alors que nous nous engageons de plus en plus profondément dans le domaine numérique, nos ressources combinées permettront une concurrence plus efficace dans un espace international non réglementé, tandis que nous élaborerons de nouvelles manières de présenter un contenu canadien via les technologies à haut débit et les technologies sans fil.

En ce qui concerne la télévision, l'adjectif *grand* est pour nous une bonne chose. Ceci nous a aidé à appuyer et à accroître nos services d'information au niveau local et à présenter avec succès

stage. We will continue to champion local independent decision-making and exploit our properties to secure our future on an international global scale.

Mr. Gerry Nott, Editor-in-Chief, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications: I appreciate the opportunity to appear before you to explain what the Canadian News Desk, CND, is, where it fits in with the CanWest group of newspapers, and the role it has played in enhancing the quality of our newspapers and television news programs since our launch two years ago. As then Deputy Editor of the *Calgary Herald*, I was invited in July 2002 by Murdock Davis, then Vice-President Editorial of CanWest, to attend a meeting with Patricia Graham, then Managing Editor of the *Vancouver Sun*, and Don Butler, then Executive Editor of the *Ottawa Citizen*. Mr. Davis challenged us to produce a plan that would see the creation of a national editing desk serving all of our editorial operations, newspapers, television and online. It was to have several tasks. By leveraging the vast expertise of the 1,000-plus journalists at our newspapers and TV stations, we were asked to find a way to share the best work they create daily across the country for our papers in a timely fashion by building and creating a CanWest-wide web-based assigning system.

We were asked to find ways to avoid duplication of assignment, thereby freeing local resources to focus on the local mission. By harnessing the reach of our newspapers, we were asked to determine how to coordinate and assign special projects that provide high-calibre quality that is unique, and great content for our papers. By playing a coordinating role, we were asked to find a method of enhancing coverage of major breaking news events so our writers working together could provide a varied and rich file of stories for our papers and television stations. By hiring carefully and with a very high standard, we were asked to create a national senior writing team whose work, by virtue of its uniqueness and quality, would fight daily for space on the front pages of our papers. We were asked to find a way to take advantage of the depth of talent of our papers and share it, to find a way to do once for all papers those functions and assignments that were being duplicated, and to foster and build a platform for excellence in journalism at CanWest.

How did we do it and does the CND work? We have a 19-person editing desk in Winnipeg set up along the lines of a traditional newsroom with news, sports, business and arts editors. Every day, each of these editors speaks with their colleagues at our 11 newspapers individually. They also host weekly conference calls with all those editors in their content areas. We learn what our papers are assigning, how their staffs are being deployed, and most importantly, what stories they are working on that might have national appeal. Those assignments are entered into our assignment website called News Sked, and from there, the CND identifies stories of national interest and produces a news budget

une troisième voix sur le plan des actualités nationales. Nous continuerons à appuyer une prise de décision indépendante au niveau local et à exploiter nos actifs pour garantir notre avenir à l'échelle mondiale.

M. Gerry Nott, rédacteur en chef, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications : Je me réjouis d'avoir la possibilité de m'adresser à vous pour expliquer ce qu'est le Canadian News Desk (CND), la façon dont il s'intègre au groupe de journaux CanWest et le rôle qu'il a joué dans l'amélioration de la qualité de nos programmes d'information, dans la presse et à la télévision, depuis son lancement il y a de cela deux ans. En tant que rédacteur en chef adjoint du *Calgary Herald*, j'ai été invité en juillet 2002 par Murdock Davis, alors vice-président de la rédaction de CanWest, à assister à une réunion avec Patricia Graham, directrice de la rédaction du *Vancouver Sun*, et Don Butler, directeur exécutif de l'*Ottawa Citizen*. M. Davis nous a mis au défi de créer un plan de création d'un bureau éditorial national desservant tous nos centres éditoriaux, nos journaux, notre télévision et nos services en ligne. Il devait pouvoir remplir plusieurs fonctions. En s'appuyant sur la vaste expertise de plus de 1 000 journalistes de nos journaux et de nos chaînes de télévision, nous avons été invités à trouver un moyen de partager le meilleur de leur travail dans tout le pays pour nos journaux en établissant et en créant un système Web fonctionnel qui regroupe l'ensemble de CanWest.

Nous avons été invités à trouver des moyens permettant d'éviter la duplication des tâches, libérant de ce fait des ressources locales, pour qu'elles puissent se concentrer sur leur mission locale. Nous avons été invités à déterminer, grâce à la portée de nos journaux, une façon de coordonner et de répartir les projets spéciaux de manière à assurer un niveau élevé et unique de qualité et à garantir la substance de nos journaux. Jouant un rôle de coordination, nous avons été invités à trouver une méthode pour améliorer la couverture des grands événements afin que nos rédacteurs, travaillant de concert, puissent fournir un ensemble d'articles diversifié et riche pour nos journaux et chaînes de télévision. En recrutant prudemment et à un niveau très élevé, nous avons mis en place une équipe nationale de rédacteurs principaux dont le travail, en vertu de son caractère unique et de sa qualité, serait en concurrence quotidienne à la une dans nos journaux. Nous avons été invités à trouver une manière de tirer profit du grand talent de nos journalistes et de le partager, à trouver une façon d'assurer, une fois pour toutes, les fonctions et les tâches en doubles et de d'établir et stimuler chez CanWest une plateforme d'excellence en journalisme.

Comment avons-nous fait et comment le CND fonctionne-t-il? Nous avons, à la rédaction du bureau de Winnipeg, 19 personnes travaillant comme dans une salle de presse traditionnelle, avec des rédacteurs chargés des actualités, du sport, du monde des affaires et de celui des arts. Tous les jours, chaque rédacteur discute avec ses propres collègues de nos 11 journaux. Ils organisent également des conférences téléphoniques hebdomadaires avec tous les rédacteurs de chaque secteur. Nous apprenons ainsi comment nos journaux attribuent les tâches, comment le personnel est déployé et, chose plus importante encore, les enquêtes auxquelles ils se consacrent pour déterminer celles qui pourraient avoir une

detailing the best work CanWest writers are creating in each of those content silos every day. We update our news budget throughout the day so that by day's end we will budget approximately 80 stories available for sharing and exchange among our newspapers. Our editors work through the day to extract those stories from our papers in a timely fashion, edit them for national perspective and move them to our papers and commercial clients. That content has gone a long way towards making our papers unique in each of the markets they serve.

In addition to our daily role, we also bundle stories from our papers in specific content areas such as fashion, food, homes, personal finance, auto and health, and re-edit it for a national audience, and circulate it to our papers for use in their specialty sections. We also do the same for major features that appear in our weekend papers, thereby providing a steady stream of high-quality, Canadian-produced content.

It is also worth mentioning the impact our writers' group has had on our newspapers. We have seven specialty writers whose work regularly illuminates the front pages of our papers. Among those writers are Randy Boswell, the only journalist in the country who has Canadian history and Canadians abroad as his beat area; Misty Harris, whose cutting-edge reporting on pop culture leads that field; and health writer Sharon Kirkey, whose excellent work has recently been honoured with a national newspaper award nomination. Their by-lines alone have appeared over 3,000 times in the last 12 months in papers that use our news service.

Has the CND made our papers better? By any measure we can apply, the answer is a resounding, yes. Until we launched the Canadian News Desk, there was very little chance that the best work — of the grand-daddy of NHL hockey writers, Red Fisher, for example, would appear in our papers outside the Montreal market. Our predecessor, the Southam Network, was under-resourced, under-sold and under-utilized. There was virtually no way for the amazing work of *The Vancouver Sun's* Kim Bolan, far and away the country's leading journalist covering the Air India tragedy, to make its way into our papers in eastern Canada, as it did during the recent acquittal in that dramatic case. It would have been impossible to coordinate the coverage of the Mayerthorpe shooting, that saw reporters and photographers from the *Calgary Herald*, the *Edmonton Journal* and *Global Television* working together to produce the nation's most authoritative and in-depth coverage of that incident. Finally, leveraging a partnership we have with the *Winnipeg Free Press*, their reporters filed to our desk a uniquely Canadian perspective on the recent shooting

portée nationale. Ces tâches sont inscrites sur notre site web appelé News Sked et, à partir de là, le CND identifie les articles d'intérêt national et produit un budget d'information qui met en valeur ce que les meilleurs rédacteurs de CanWest écrivent tous les jours dans chaque service. Nous mettons à jour notre budget d'information tout au long de la journée, de sorte que nous avons, en fin de journée, approximativement 80 articles disponibles à mettre en commun et à partager parmi nos journaux. Nos rédacteurs travaillent toute la journée pour extraire ces articles à partir de nos journaux, les remanient dans une perspective nationale et les envoient à nos journaux et à clients commerciaux. Cette banque d'articles a grandement contribué à rendre nos journaux uniques dans chacun des marchés qu'ils desservent.

En plus de notre rôle quotidien, nous nous consacrons également à l'extraction d'articles de nos journaux dans des secteurs spécifiques tels que la mode, l'alimentation, l'habitation, les finances personnelles, l'automobile et la santé; nous les remanions pour un public national et nous les faisons circuler vers nos journaux pour qu'ils y soient utilisés dans des sections spécialisées. Nous faisons la même chose pour les chroniques principales qui apparaissent dans nos journaux de fin de semaine et offrons, de ce fait, un contenu régulier de haute qualité produit au Canada.

Il est également intéressant de mentionner l'apport de nos rédacteurs de groupe sur nos journaux. Nous avons sept rédacteurs spécialisés dont le travail illustre régulièrement les premières pages de nos journaux. Parmi ces rédacteurs, nous comptons Randy Boswell, le seul journaliste du pays qui se consacre à l'histoire canadienne et à celle des Canadiens à l'étranger, Misty Harris, dont les reportages de pointe sur la culture pop sont les meilleurs du secteur, et Sharon Kirkey, qui écrit sur la santé et dont l'excellent travail a récemment été honoré par une nomination nationale à un prix pour les journaux. Leurs chroniques, à elles seules, sont parues plus de 3 000 fois au cours des 12 derniers mois dans les journaux qui utilisent notre service d'information.

Le CND a-t-il amélioré nos journaux? Quelle que soit la mesure appliquée, la réponse est un « oui » retentissant. Jusqu'au lancement du Canadian News Desk, il y avait peu de chance que le meilleur travail — par exemple celui de la personne qui fait office de grand-père des rédacteurs du domaine du hockey de la NHL, Red Fisher — ne paraisse dans nos journaux en dehors du marché de Montréal. Notre prédécesseur, le Southam Network, était peu organisé, peu vendu et peu utilisé. Il n'y avait pratiquement aucune chance que le travail remarquable de Kim Bolan, du *Vancouver Sun* — de loin le principal journaliste du pays pour la couverture de la tragédie d'Air India — puisse atteindre nos journaux du Canada de l'Est, comme ce fut le cas lors de l'acquiescement récent de cette affaire dramatique. Il aurait été impossible de coordonner la couverture de la fusillade de Mayerthorpe, qui a vu des journalistes et des photographes du *Calgary Herald*, de l'*Edmonton Journal* et de *Global Television* travailler ensemble pour produire la couverture nationale la plus digne de foi et la plus détaillée de cet incident. Enfin, en vertu d'un partenariat que nous avons conclu avec le *Winnipeg Free Press*,

rampage in Red Lake, Minnesota. Without that arrangement, our papers, like the vast majority of others in Canada, would have relied on the Associated Press file.

We have succeeded in building a culture of cooperation between newsrooms where they have come to understand that their newspapers are better for working together and leveraging the strengths that exist in our papers. We have done this by creating a culture of service, not command and control, where editors can see a measurable, qualitative impact on the operation of their newspapers. At the end of the day, it is our readers who win. They win by having access to the best writing and photojournalism being done at CanWest newspapers. They win by reading authoritative work written by specialists who are among the best in their fields in the country. They win by having access to opinion leaders at each of the papers whose perspectives are as varied as the weather.

I want to speak for a moment about how CND integrates with our broadcast colleagues. Global Television has access to our content in real time. While not every story we pursue is easily translated into a television clip, we have had many examples where the expertise of our staff has enhanced their newscast by sharing information and making guest appearances. More importantly, with the mutual cooperation of Global, we have been able to extend their reach in international reporting, often matching a camera crew of theirs with a print journalist of ours to deliver Canadian perspectives on major breaking stories. Most recent examples would include the coverage of the devastation caused by the tsunami in Asia, where CanWest writers and Global cameras combined to provide compelling stories to television, which on its own lacked the resources to cover that event with the reach that we were able to provide. Last month, CanWest sent senior writers to Geneva and Vietnam to report in depth on the frightening prospects surrounding the outbreak of the avian flu. A Global camera operator was with them. As a result, *Global National* aired two special reports. *Global Sunday*, the weekly national talk show, aired a debate on the issue, accessing the expertise of our writers in the field. In addition, the exceptional photography of the Global camera operator resulted in several still photos appearing in our newspapers.

Convergence, as we have managed it carefully, has enhanced news coverage by Global television, broadened the reach of our newspapers through access to their bureaus in places we are not, and helped us do things together better than we could have ever done them separately.

In closing, the Canadian News Desk has carved itself — in fact, has earned itself — a permanent place in the landscape of journalism in Canada. We are proud of our accomplishments. We

les reporters de ce journal ont envoyé à notre bureau une perspective purement canadienne sur la fusillade récente de Red Lake au Minnesota. Sans ce système, nos journaux, comme la grande majorité des autres journaux au Canada, auraient eu à utiliser les dossiers d'Associated Press.

Nous avons réussi à établir une culture de coopération entre les salles de presse, une culture où toutes les personnes impliquées comprennent que leurs journaux sont meilleurs lorsqu'elles travaillent ensemble et s'appuient sur les forces de notre presse. Nous avons réalisé ceci en créant une culture de service, et non d'obligation et de contrôle, où les rédacteurs peuvent mesurer une incidence réelle et qualitative dans le fonctionnement de leurs journaux. En fin de compte, ce sont nos lecteurs qui sont gagnants. Ils sont gagnants car ils ont accès aux meilleurs écrits et reportages photographiques réalisés par les journaux de CanWest. Ils sont gagnants car ils peuvent lire des travaux de qualité écrits par des spécialistes considérés comme faisant parti des meilleurs de leurs domaines à l'échelle du pays. Ils sont gagnants car ils ont accès à des opinions-phares dans chacun des journaux dont les perspectives sont aussi diverses que peu l'être le temps qu'il fait.

Je souhaite parler un moment de la façon dont CND s'intègre à nos collègues de la télédiffusion. Global Television a accès à notre banque d'information en temps réel. Certes, tous les articles que nous traitons ne se traduisent pas facilement en clips pour la télévision, mais nous pouvons citer beaucoup d'exemples où l'expertise de notre personnel a permis d'améliorer le bulletin d'information grâce au partage des renseignements et, de temps en temps, grâce à des participations d'invités. D'une façon primordiale, grâce à la coopération mutuelle au sein de Global, nous avons pu accroître la portée, dans les reportages internationaux, en assortissant fréquemment l'un de nos journalistes de presse à une équipe vidéo afin d'obtenir des points de vue canadiens sur les événements importants. La plupart des exemples récents pourraient inclure la couverture de la dévastation provoquée par le tsunami en Asie, où les rédacteurs de CanWest et les caméras de Global se sont associés pour fournir des reportages convaincants à la télévision, qui, à elle seule, manquait de ressources pour couvrir cet événement de la façon dont nous avons pu le faire. Le mois dernier, CanWest a envoyé des rédacteurs principaux à Genève et au Vietnam pour effectuer un reportage détaillé sur les inquiétants aspects futurs de la manifestation de la grippe aviaire. Un caméraman de Global était avec eux. Suite à ceci, *Global National* a diffusé deux reportages spéciaux. *Global Sunday*, l'émission de débat nationale hebdomadaire, a diffusé une discussion sur la question en se basant sur l'expertise de nos rédacteurs dans ce domaine. En outre, la main exceptionnelle du caméraman de Global a fourni plusieurs photos qui ont été publiées dans nos journaux.

La convergence, comme nous l'avons prudemment gérée, a augmenté la couverture du reportage de Global Television, élargi la portée de nos journaux par l'accès aux bureaux d'endroits où nous ne sommes pas présents et aidé à réaliser des projets commun mieux que nous n'aurions pu le faire isolément.

En conclusion, le Canadian News Desk s'est créé une place permanente dans le paysage du journalisme au Canada — en fait, il s'en est mérité le droit. Nous sommes fiers des projets que nous

are proud we have made a difference, and our hope is to continue to provide a valuable service that is unique not just in the country but around the world.

The Chairman: Senator Carney has an imperative responsibility elsewhere, and I know she has questions that she wanted to put to you. Before turning to Mr. Anderson, I will give Senator Carney a chance to ask her questions.

Senator Carney: If the witnesses agree.

The Chairman: I will get back to you. I promise.

Senator Carney: Was Mr. Anderson speaking on public policy issues?

Mr. Scott Anderson, Editor-in-Chief, *Ottawa Citizen*, and Vice-President and Editor-in-Chief, CanWest MediaWorks Publications: A little bit, yes.

Senator Carney: What were you going to talk about?

Mr. Anderson: I will talk about some government policy that I think is interfering with freedom of the press.

Senator Carney: Your brief is extremely valuable. It is loaded with a lot of valuable information. It is a lot for us to absorb from your fast-paced delivery, except possibly for Senator Munson.

I want to ask specifically about competition policy and some of the government policies. If concentration of ownership, convergence and the operation of CanWest as you outlined it in gratifying detail, if concentration is a myth or a fiction, or the negative impacts of concentration are just a myth or fiction, why is there so much concern out there, which has been expressed to us, about the concentration and the dominance of CanWest in Canada's media market? The concern is real.

Mr. Camilleri: I do not deny it. We have heard the concern. In our statement here today, we tried to point out that on the facts, it is a myth that any one company is as dominant as any of our critics assert. It is hard to speak just in generalities, but I think a lot of them are driven by special agendas and interests. It is easy to assert that somebody is too big, but look at the facts. The fact is that Canadian consumers, viewers and readers have more choices at their disposal than at any point in history. You can sit in your living room and read any newspaper from any point in the world, anywhere around the globe. You can watch 200 to 300 television channels. You can consume and listen to any single radio station you wish from any point in the world. It is just a myth to say that any one entity can dominate media. It is not borne out, the way technology has changed our industry.

I would respectfully submit to any of those people that, as I said in my opening statement, their assertions, and we have read them in the transcripts, are not backed by quantitative analysis but rather anecdotal stories. I defy them to deny that. Today,

avons réalisés. Nous sommes fiers d'avoir fait une différence et notre espoir est de continuer à fournir un service utile, unique non seulement dans notre pays, mais aussi dans le monde entier.

Le président : Le sénateur Carney a des engagements pressants ailleurs et je sais qu'elle a des questions à vous poser. Avant de me tourner vers M. Anderson, je souhaiterais donner au sénateur Carney une chance de poser ses questions.

Le sénateur Carney : Si les témoins y consentent.

Le président : Je serais à vous sous peu. Je vous le promets.

Le sénateur Carney : M. Anderson parlait-il de questions de politiques publiques?

M. Scott Anderson, rédacteur en chef, *Ottawa Citizen*, et vice-président et rédacteur en chef, CanWest MediaWorks Publications : Un peu, oui.

Le sénateur Carney : De quoi alliez-vous parler?

M. Anderson : Je vais parler d'une certaine politique du gouvernement qui, à mon avis, empiète sur la liberté de la presse.

Le sénateur Carney : Votre dossier est extrêmement intéressant. Il contient beaucoup de renseignements utiles. Il y a beaucoup pour nous à assimiler suite à votre présentation très rapide, excepté peut-être pour le sénateur Munson.

Je désire m'enquérir spécifiquement de la politique de concurrence et de certaines des politiques du gouvernement. Si la concentration de la propriété, la convergence et le fonctionnement de CanWest, comme vous les avez bien décrits en détail — si la concentration est un mythe ou une fausse idée ou si l'incidence négative de la concentration sont tout juste un mythe ou une fausse idée, pourquoi y a-t-il tellement d'inquiétudes dans l'air, comme celles qui nous ont été exprimées sur la concentration et la dominance de CanWest sur le marché des médias du Canada? L'inquiétude est réelle.

M. Camilleri : Je ne le nie pas. Nous avons entendu cette inquiétude. Dans notre déclaration, ici, aujourd'hui, nous avons essayé de montrer que, en réalité, c'est un mythe de dire qu'une entreprise est aussi dominante que l'affirment nos critiques. Il est difficile de parler uniquement en termes généraux. Je pense néanmoins que beaucoup d'entre eux sont motivés par des intentions et des intérêts particuliers. Il est facile d'affirmer que quelqu'un est trop grand. Mais regardons les faits. Le fait est que les consommateurs, les téléspectateurs et les lecteurs canadiens ont plus de choix à leur disposition qu'à n'importe quel moment de notre histoire. Vous pouvez être assis dans votre salle de séjour et lire n'importe quel journal de n'importe quel endroit du monde, partout dans le monde. Vous pouvez regarder 200 à 300 chaînes de télévision. Vous pouvez consommer et écouter la station de radio de votre choix à partir de n'importe quel endroit du monde. Dire qu'une entité quelconque peut dominer les médias est un mythe. Ce n'est pas confirmé par la manière dont la technologie a changé notre industrie.

Je dirai avec respect à toutes ces personnes que, comme je l'ai dit dans ma déclaration d'ouverture, leurs affirmations, que nous avons lues dans les dossiers, ne sont pas appuyées par une analyse quantitative, mais plutôt par des anecdotes. Je les mets au défi de

because of the Internet and changing technology, you can consume media from any point in the world, any time you want, anywhere you want on any device you want, virtually.

Senator Carney: I think we certainly have heard a lot of evidence and agree to that, but there are some markets where CanWest, despite or because of the operation, I suppose, of the Canadian News Desk, where the same material is repeated in all media. I am thinking of the Vancouver market where CanWest is dominant.

In simplistic terms, competition policy concerns itself with monopolistic market power. I think that is a fair summary. In the Vancouver market, which has the *National Post*, Vancouver's *The Province*, *The Vancouver Sun*, most of the weeklies in the area, the *North Shore News*, *Global*, *The Vancouver Courier*, et cetera, in the past, there has been concern about the dominant position of CanWest in that market. Has any government agency ever raised that with you? Let me point out that it is a longstanding concentration in the Vancouver market.

Mr. Camilleri: I would like to speak to it, and then I will ask Ms. Bell to speak to some of the history.

Senator Carney: There is concern that there is no legislative reporter in Victoria at the capital, reporting solely on legislative material stories for CanWest. Also, I can pick up four of the newspapers in the area, the *Province*, the *Sun*, the *National Post* and the *Victoria Times-Colonist*, which covers much of the same area, and the same story is repeated word for word in all four papers, which is hardly diversity. Do you address these market situations where you are very dominant.

Mr. Camilleri: Specifically dealing with Vancouver, I would like to deal with it in certain pieces. Let me speak to the issue of dominance. Ms. Bell will speak to the history in terms of the government review, because our assets were a result of acquisition. I will have Mr. Wyatt, Mr. Nott and Mr. Anderson speak to some of the specific examples you cite.

In terms of dominance in Vancouver, or the alleged dominance in British Columbia or Vancouver, you have to bear this in mind. In radio, we have a zero-per-cent share of marketplace. In television, CHUM has emerged as a new player in the market. CTV has continued to expand. All of the specialty channels reach into British Columbia. In terms of newspapers, with the presence of all the competitors, with the emergence of *Metro*, from the Pattison Group and now with *24 Hours* with Quebecor, those two papers alone rank 10 and 11 in the list of national circulation.

Senator Carney: They are targeted to a specific market.

Mr. Camilleri: *Dose*, our paper, is targeted to a youth market. *Metro* very much is in competition for traditional metro daily newspapers. That has been borne out with the history of the

réfuter ceci. Aujourd'hui, en raison de l'Internet et de l'évolution des technologies, vous pouvez recevoir des médias situés pratiquement n'importe où dans le monde, quand vous voulez, où vous voulez et avec l'appareil que vous voulez.

Le sénateur Carney : Je pense que nous avons entendu beaucoup de témoignages et je suis d'accord sur leur contenu. Mais il y a quelques marchés où CanWest, en dépit ou en raison du fonctionnement, je suppose, du Canadian News Desk, où le même matériel est répété dans tous les médias. Je pense au marché de Vancouver où CanWest a une position dominante.

En termes simplistes, la politique sur la concurrence se penche sur la question de la puissance monopolistique du marché. Je pense avoir bien résumé la situation. Sur le marché de Vancouver, qui a le *National Post*, le *Province* de Vancouver, le *Vancouver Sun*, la plupart des hebdomadaires du secteur, les *North Shore News*, *Global*, le *Vancouver Courier*, etcetera, dans le passé, il y a eu des inquiétudes concernant la position dominante de CanWest sur ce marché. Est-ce qu'un organisme gouvernemental a déjà soulevé cette question avec vous? Je précise que cette concentration existe de longue date sur le marché de Vancouver.

M. Camilleri : Je souhaiterais en parler; je demanderai ensuite à Mme Bell de présenter une page d'histoire.

Le sénateur Carney : Il y a un souci concernant l'absence de journalistes législatifs à la capitale pour Victoria, un journaliste qui puisse effectuer des reportages sur l'activité législative pour CanWest. En outre, je peux prendre quatre des journaux du secteur, le *Province*, le *Sun*, le *National Post* et le *Times-Colonist* de Victoria, qui couvre une grande partie du même domaine, et le même article est répété mot pour mot dans chacun des quatre journaux, ce qui n'est pas vraiment de la diversité. Tenez-vous compte des situations des marchés où vous êtes très dominants?

M. Camilleri : Pour parler spécifiquement de Vancouver, je souhaiterais traiter de cette question en plusieurs parties. Laissez-moi parler de la question de la dominance. Mme Bell parlera de l'histoire en termes d'examen par le gouvernement, parce que nos actifs sont le résultat d'une acquisition. Je demanderai à M. Wyatt, M. Nott et M. Anderson de parler de certains des exemples spécifiques que vous citez.

En termes de dominance à Vancouver, ou de prétendue dominance en Colombie-Britannique ou à Vancouver, vous devez garder à l'esprit ce qui suit. À la radio, nous avons une part de marché de zéro p. 100. À la télévision, CHUM vient d'apparaître en tant que nouvel intervenant sur le marché. CTV a continué son expansion. Tous les chaînes spécialisées atteignent la Colombie-Britannique. En termes de journaux, avec la présence de tous nos concurrents, avec l'apparition de *Metro*, du groupe Pattison, et maintenant avec le *24 Hours* de Quebecor, ces deux journaux se rangent à eux seuls aux 10^e et 11^e places dans la liste de tirage nationale.

Le sénateur Carney : Ils visent un marché spécifique.

M. Camilleri : *Dose*, notre journal, vise le marché de la jeunesse. *Metro* est en grande concurrence avec les quotidiens métropolitains traditionnels. Ceci a été confirmé avec l'histoire de

launch in Toronto and the impact it has had on the Sun group and the *Toronto Sun*, and even *The Toronto Star*. It is very much a type of metro newspaper.

In terms of the alleged dominance again, with respect, it is not borne out by the facts when you look at audience reach and the plethora of choices in the marketplace.

Senator Carney: Let us talk specifically about the Vancouver market, the two daily newspapers and these others. *Metro* is a new player. Other newspapers have come and gone in that market. I do not want to blur the story or the questions in terms of *Metro*. I am asking about where the dominant market share is held by CanWest, good or bad, I am not arguing that. I am not in the business of judging quality of newspapers in Senate hearings. That is for the privacy of my own living room. How do you deal with those specific concerns about Vancouver? Mr. Wyatt, who is an old friend of mine, is still based there.

How do you deal specifically with these large market areas where you are the dominant figure? Also, in the communities, and please do not tell me that we have diversity because there are Chinese language newspapers.

Mr. Camilleri: This predates me, but when we purchased the WIC stations, it was reviewed by the CRTC and approved as not creating disequilibrium in the marketplace or a dominant position. When we acquired the newspapers, the Competition Board reviewed the acquisition and determined it would not create a dominant position in the marketplace. Both those situations were reviewed by the appropriate and applicable government agencies and it was determined that an abuse of dominant position was not created.

Senator Carney: No one has done it recently, in terms of the newspapers?

Ms. Charlotte Bell, Vice-President, Regulatory Affairs, CanWest MediaWorks Television and Radio: No, but the CRTC looked at the relationship between newspapers and television and we have a code of conduct to deal with that, in all the markets.

Senator Carney: We are interested in the code of conduct. Could you share that with us?

Ms. Bell: You would like us to file it?

Senator Carney: Yes.

Ms. Bell: We could file it with you. I should point out also when we acquired the WIC television stations in 2000, CHUM was not in the marketplace at all. Their Victoria station was licensed further to that, and then they acquired our station, CKVU out of Vancouver. The commission has also licensed two other services in that marketplace, Trinity Broadcasting and Multivan. There are four additional television stations. That is in a short period of time. Even at that time when those stations did not exist they had determined that there was not undue dominance.

son lancement à Toronto et l'impact qu'il a eu sur le groupe Sun et le *Toronto Sun*, voire même le *Toronto Star*. C'est un journal de type tout à fait métropolitain.

Encore en termes de prétendue dominance, et respectueusement, ceci n'est pas confirmé par les faits quand vous regardez l'impact sur les cotes d'écoute et la pléthore de choix du marché.

Le sénateur Carney : Parlons spécifiquement du marché de Vancouver, des deux journaux quotidiens et des autres. *Metro* est un nouvel intervenant. D'autres journaux sont apparus et disparus sur ce marché. Je ne veux pas déformer l'histoire ou les questions en parlant de *Metro*. Je pose une question concernant la situation où la part dominante du marché est détenue par CanWest, bonne ou mauvaise chose, je ne discute pas de ce point. Mon propos n'est pas de juger de la qualité des journaux lors d'auditions au Sénat. Ceci ne concerne que l'intimité de mon propre foyer. Comment traitez-vous de ces questions spécifiques concernant Vancouver? M. Wyatt, qui est un vieil ami à moi, est encore basé là-bas.

Comment traitez-vous de façon spécifique ces grands secteurs du marché où vous êtes la figure dominante? De même dans les communautés — et ne me dites pas, s'il vous plaît, que la diversité existe parce que des journaux sont publiés en chinois.

M. Camilleri : Ceci est arrivé avant moi, mais quand nous avons acheté les chaînes de WIC, le CRTC a passé en revue l'acquisition puis l'a approuvée comme une opération ne créant pas de déséquilibre sur le marché, ni de position dominante. Quand nous avons acquis ces journaux, le Bureau de la concurrence a passé en revue l'acquisition et a déterminé qu'elle ne créerait pas de position dominante sur le marché. Ces deux cas de figure ont été examinés par les organismes gouvernementaux appropriés et il a été déterminé qu'aucun abus de position dominante n'était créé.

Le sénateur Carney : Personne ne l'a fait récemment, en termes de journaux?

Mme Charlotte Bell, vice-présidente, Affaires réglementaires, CanWest MediaWorks Television and Radio : Non, mais le CRTC a examiné les rapports entre la presse et la télévision et nous avons un code de conduite qui nous gouverne dans tous les marchés.

Le sénateur Carney : Nous sommes intéressés par ce code de conduite. Voulez-vous nous en parler?

Mme Bell : Souhaitez-vous que nous l'ajoutions au dossier?

Le sénateur Carney : Oui.

Mme Bell : Nous pouvons l'ajouter au dossier. Je dois également préciser que quand nous avons acquis les chaînes de télévision de WIC en 2000, CHUM n'était pas du tout présente sur le marché. Leur chaîne de Victoria avait une autorisation plus poussée, puis ils ont acquis notre chaîne, CKVU, de Vancouver. Le CRTC a également autorisé deux autres services dans ce marché, Trinity Broadcasting et Multivan. Il y a quatre chaînes supplémentaires de télévision. Ceci en une courte période. Même à l'époque où ces chaînes n'existaient pas, le Conseil avait déterminé qu'il n'y avait pas de position dominante anormale.

Senator Carney: The answer to us is that the government competition policy as administered — you passed the blood test on that.

Ms. Bell: Either that or additional voices.

Senator Carney: I should point out to my fellow senators that CanWest has done something very helpful to us. They have identified public policy issues in their brief. They have labelled some off limits where they do not think we should touch them. It is a very interesting aside, anything that interferes with CanWest is off limits, which is fine. They have really assisted us by identifying some of the policy issues where recommendations would be helpful and I want to commend them because a lot of our witnesses have not done that. One area I would like to touch on is what are CanWest's views on foreign ownership, or the increasing limits of communications companies to be held by foreigners?

Mr. Camilleri: Historically, we have taken a more liberal view on foreign ownership than our competitors, our colleagues in the industry. That is based on the fact that we believe in the globalization of the media market that is happening and the fact that we have holdings in other parts of the world — Australia, Ireland, and New Zealand — and the need to expand globally to be successful, and to maintain our place.

Senator Carney: I am talking about the ownership of Canadian —

Mr. Camilleri: We are also concerned about the fact and the interlinkages between broadcasters, cable companies and communications companies. If the playing field is altered for one or two of those constituents but not broadcasters, that can create an unfair advantage, we believe, so we have concerns about that.

Senator Carney: You have concerns, but in general, have you a view on whether Canadian communications conglomerates, of which you are definitely one, should have an opportunity to raise capital in foreign markets by the sale of their shares to non-Canadian interests? I have some reservations because I think some companies use it as a way of bailing themselves out of debt; sell the shares in the company in order to alleviate the debt load. In general, are you supportive of the present restrictions on Canadian communications companies?

Mr. Camilleri: We believe the playing field should be equal for communications companies, broadcasters and cable companies.

Senator Carney: One last question on convergence: We have heard about convergence of media, and you have outlined a lot of the efficiencies in this area, but where do you take your profits, in your cross ownership?

Mr. Camilleri: Where do we take them?

Le sénateur Carney : La réponse qui nous est fournie est que la politique de concurrence du gouvernement est appliquée — et que vous avez réussi le test à cet égard.

Mme Bell : Soit cela, soit les voix supplémentaires.

Le sénateur Carney : Je devrais préciser à mes collègues sénateurs que CanWest a fait quelque chose de très utile pour nous. Ils ont identifié dans leur dossier des questions touchant les politiques publiques. Ils ont indiqué des domaines hors limites qu'ils considèrent que nous ne devrions pas toucher. C'est une remarque très intéressante, si quelque chose interfère avec CanWest, c'est hors limites; c'est acceptable. Ils nous ont vraiment aidés en identifiant certains aspects des politiques où des recommandations seraient utiles et je veux les en remercier parce que beaucoup de nos témoins n'ont pas agi comme cela. Un domaine que je voudrais aborder est l'opinion de CanWest sur la propriété étrangère, ou les limites croissantes des parts d'entreprises de communications détenues par des étrangers?

M. Camilleri : Historiquement, nous avons adopté une position plus libérale sur la propriété étrangère que celle de nos concurrents, de nos collègues dans l'industrie. Ceci vient du fait que nous avons foi en la mondialisation du marché des médias qui a lieu en ce moment, ainsi que du fait que nous avons des actifs dans d'autres parties du monde — en Australie, en Irlande et en Nouvelle-Zélande — et que nous avons besoin d'une expansion globale pour réussir et pour maintenir notre position.

Le sénateur Carney : Je parle de la propriété au Canada —

M. Camilleri : Nous sommes également préoccupés par ce fait et par les interdépendances entre les diffuseurs, les entreprises du câble et les entreprises de communications. Si la règle du jeu est modifiée au profit de un ou deux de ces composantes, mais pas pour les radiodiffuseurs, nous pensons que ceci pourrait créer un avantage injuste. Nous avons donc des inquiétudes à ce sujet.

Le sénateur Carney : Vous avez des inquiétudes mais, en général, avez-vous une opinion sur l'idée que les entreprises canadiennes de communications qui forment des conglomerats, dont vous êtes certainement un représentant, devraient avoir ou non la possibilité de lever des capitaux sur les marchés étrangers par la vente de leurs actions à des intérêts non canadiens? J'ai certaines réserves parce que je pense que certaines entreprises utilisent ce système comme une manière d'échapper à leurs dettes; vendre des actions de l'entreprise afin d'alléger la charge de la dette. Êtes-vous généralement en faveur des restrictions actuelles qui pèsent sur les entreprises canadiennes de communications?

M. Camilleri : Nous croyons que la règle du jeu devrait être la même pour les entreprises de communications, les radiodiffuseurs et les entreprises du câble.

Le sénateur Carney : Une dernière question sur la convergence : nous avons entendu parler de la convergence des médias et vous nous avez décrit des caractéristiques d'efficacité dans ce secteur; mais d'où tirez-vous vos bénéfices, de vos prises de participation croisée?

M. Camilleri : D'où nous les tirons?

Senator Carney: Let me rephrase the question. Has convergence been profitable for you?

Mr. Camilleri: I have been in the company less than three years. Convergence has allowed us to do things such as continue to sustain and grow the *National Post*, and to launch a new multimedia platform and new voice for young Canadians in *Dose*. It has allowed us to launch, grow and expand *Global National*. It has allowed us to launch a books division, which now provides an opportunity for journalists to have their works published that heretofore may not have been.

We are still in the early days of tapping it, I believe, but I am passionate in that it has allowed us, and afforded us, a number of opportunities that otherwise we would not have been able to take advantage of.

Senator Carney: Thank you, that is helpful to us.

Senator Munson: Should existing foreign ownership regulations be changed? Should they be lifted?

Mr. Geoff Elliot, Vice-President, Corporate Affairs, CanWest Global: CanWest has taken the position that we are not necessarily seeking a change in the status quo. We filed written briefs to the National Heritage Committee of the House of Commons and also to the Trade and Industry Select Committee on this issue. Originally, we suggested that we would be comfortable with a relaxation in some measure, of the rules on a reciprocal basis. In other words, the Government of Canada should seek relaxation of the same rules in other countries, and that we should be prepared to relax our rules on a reciprocal basis. Then, we determined that it was not likely to happen in the broadcasting sector, so our concern then became a competitive concern with respect to other components of the industry with which we compete.

In that context, as Mr. Camilleri said a few moments ago, our position is, if you relax the rules for telecom companies, some of which own broadcasting entities, and if you relax the rules for cable companies, some of which own broadcast channels, then you have to look at what is happening for pure broadcasting companies as well.

The Chairman: This is an unusual way to conduct a hearing, but I think I explained to you why I wanted to give Senator Carney her chance. We revert.

Senator Carney: I am missing the good stuff on public policy.

The Chairman: We will fill you in.

Mr. Anderson: Thank you very much. I will try to get my momentum back here. I will be brief. I will explain to you what I do at CanWest, both as an editor and national vice-president, because that is perhaps an unusual role.

Le sénateur Carney : Laissez-moi reformuler la question. La convergence vous a-t-elle été profitable?

M. Camilleri : Je suis dans l'entreprise depuis moins de trois ans. La convergence nous a permis de faire des choses comme de soutenir et développer le *National Post* et de lancer une nouvelle plateforme multimédia et une nouvelle voix pour les jeunes Canadiens grâce à *Dose*. Elle nous a permis de lancer, de faire grandir et de développer *Global National*. Elle nous a permis de lancer une division de livres, qui offre maintenant aux journalistes un moyen de voir leurs travaux publiés, travaux qui, jusqu'ici, ne pouvaient pas forcément l'être.

Je pense que nous ne sommes qu'au début de l'utilisation de cette ressource mais j'en suis un fervent défenseur parce qu'elle nous a permis, et nous a fourni les moyens, de réaliser un certain nombre de projets dont nous n'aurions autrement pas pu tirer profit.

Le sénateur Carney : Merci, ceci nous aura été utile.

Le sénateur Munson : Les règlements actuels sur la propriété étrangère doivent-ils être changés? Doivent-ils être supprimés?

M. Geoff Elliot, vice-président, Affaires corporatives, CanWest Global : CanWest a pris la position suivante : nous ne cherchons pas nécessairement un changement du statu quo. Nous avons présenté des dossiers écrits au Comité du patrimoine national de la Chambre des communes et également au Comité spécial du commerce et de l'industrie sur cette question. À l'origine, nous avons proposé de nous mettre d'accords sur une relaxation mesurée des règles, sur une base de réciprocité. En d'autres termes, le gouvernement du Canada devrait rechercher une relaxation de ces mêmes règles dans d'autres pays, et cela nous devrions être disposés à étendre nos règles sur une base réciproque. Puis, nous avons déterminé qu'il n'était pas probable que ceci se produise dans le secteur de la radiodiffusion. Notre préoccupation devint donc un souci de concurrence par rapport à d'autres composantes de l'industrie dans laquelle nous sommes en concurrence.

Dans ce contexte, comme l'a dit M. Camilleri il y a quelques instants, notre position est la suivante : si vous relâchez les règles pour les entreprises de télécommunications, dont certaines possèdent des radiodiffuseurs, et si vous relâchez les règles pour les entreprises du câble, dont certaines possèdent des chaînes de télévision, alors vous devez examiner la situation pour les entreprises qui ne font que de la radiodiffusion.

Le président : C'est une manière peu commune de tenir une audience mais je pense vous avoir déjà expliqué pourquoi j'ai voulu donner la parole au sénateur Carney. Reprenons.

Le sénateur Carney : Je suis en train de manquer les belles idées sur les politiques publiques.

Le président : Nous reviendrons à vous.

M. Anderson : Merci beaucoup. Je vais donc essayer de reprendre mon élan. Je serai bref. Je vais vous expliquer ce que je fais chez CanWest, en tant que rédacteur et vice-président national, parce que mon rôle est peut-être peu commun.

I want to add to what Mr. Nott has said and explain how CanWest newspapers cooperate to make the chain and the industry better within an environment of fierce independence. I would like to finish with a brief outline of some of the things I believe this committee could do to address the real issues around press freedom.

I want to say for the record that I feel I have the best job in the business as the editor of the *Ottawa Citizen*. It is a front-row seat for the biggest show in the country. I love my job. I say that because I think there has been some misinformation, some of which may have made its way before this committee, about the life of a CanWest editor, and I feel obliged to clear that up.

As with all CanWest editors, I am responsible to my publisher for the editorial content in my newspaper. There is no éminence grise in some corporate office telling me what to do. No one tells me which stories to publish, which headlines to write or what projects *Citizen* journalists can undertake. No one from CanWest has instructed me to spike a story or drop an idea. I make the decisions now as I did when I became editor under Hollinger.

It is only necessary to look at the editorial content of a group of CanWest papers on any given day for it to become obvious that this is the case across the country. Each paper is an established brand in its market, and each has its own personality and relationship with its readers. Each newsroom has its own well established culture.

News editors in Montreal know almost instinctively what a *Gazette* story is, just as editors in the *Citizen* know what makes a good story for this market. No one has tried to change that. CanWest editors exercise their own news judgment and certainly do not always see eye to eye. Just the other week, an editorial in the *Province* in Vancouver referred to the *Citizen* as "snivelling." We are plotting our revenge.

My colleague Gerry Nott has explained the way the Canadian News Desk works and how it facilitates sharing the best copy among the newspapers. With CND, CanWest has finally achieved what had been a long-standing goal of this chain under both Southam and Hollinger. However, you should not be under the impression that CanWest papers are just about shared copy. Most of the stories in the *Ottawa Citizen*, for example, are generated right here in Ottawa. The percentages are very similar across the country. That means that our newspapers remain very local.

When you add the contribution of CND of CanWest News Services into the mix, fully 75 to 78 per cent of our stories are generated within CanWest. That, I am proud to say, provides our readers with a file they cannot find anywhere else.

As editor, I am also free to establish the daily editorial stance of the newspaper within the general direction and positioning of our editorial policy established in consultation with the publisher,

Je souhaiterais ajouter quelque chose à ce qu'a dit M. Nott et expliquer comment les journaux de CanWest coopèrent pour améliorer la chaîne et l'industrie dans un environnement à l'indépendance féroce. Je voudrais finir par un aperçu de certaines des choses que ce comité, à mon avis, pourrait faire pour aborder les vraies questions de la liberté de presse.

Je veux ici vous faire savoir que j'ai le meilleur poste de notre industrie en tant que rédacteur en chef du journal *Ottawa Citizen*. C'est un fauteuil de premier rang pour le plus grand spectacle du pays. J'aime mon métier. Je dis ceci parce que je pense qu'il y a eu de la désinformation, qui a pu faire son chemin devant ce comité, quant à vie d'un rédacteur de CanWest, et je me sens obligé de faire la lumière.

Comme pour tous les rédacteurs de CanWest, je suis responsable vis-à-vis de mon éditeur pour le contenu éditorial de mon journal. Aucune éminence grise d'un bureau du groupe ne m'indique de que je dois faire. Personne ne m'indique les articles que je dois publier, la première page que je dois publier ou les projets que les journalistes du *Citizen* peuvent entreprendre. Personne chez CanWest ne me donne de directives pour corser un article ou le laisser tomber. Je prends les décisions aujourd'hui comme je le faisais quand je suis devenu rédacteur sous Hollinger.

Il suffit de regarder la teneur éditoriale d'un ensemble de journaux de CanWest à n'importe quel jour pour s'apercevoir que c'est le cas dans tout le pays. Chaque journal est une marque établie sur son marché et chacun a sa propre personnalité et son propre rapport avec ses lecteurs. Chaque salle de presse a sa propre culture bien établie.

Les rédacteurs des actualités à Montréal savent presque instinctivement ce qui est un article pour la *Gazette*, tout comme les rédacteurs du *Citizen* savent ce qui fonctionnera pour ce marché. Personne n'a essayé de changer ceci. Les rédacteurs de CanWest portent leur propre jugement sur les renseignements et, d'ailleurs, ne sont pas toujours d'accords entre eux. Ne serait-ce que la semaine passée, un éditorial dans la *Province* de Vancouver a qualifié le *Citizen* de « pleurnichard ». Nous préparons notre vengeance!

Mon collègue Gerry Nott a expliqué la manière dont le Canadian News Desk fonctionne et comment il facilite la mise en commun des meilleurs articles entre les journaux. Avec le CND, CanWest a finalement réalisé ce qui avait été un objectif de longue date pour cette chaîne sous Southam et Hollinger. Cependant, ne succombez pas à l'impression que les journaux de CanWest ne font que partager des articles. La plupart des articles de l'*Ottawa Citizen*, par exemple, sont produits bien ici, à Ottawa. Les pourcentages sont très similaires dans tout le pays. Ceci signifie que nos journaux restent très locaux.

Après avoir ajouté la contribution du service d'information du CND dans l'ensemble, un total de 75 à 78 p. 100 de nos articles sont produits au sein de CanWest. Ceci, et je suis fier de le dire, fournit à nos lecteurs un dossier qu'ils ne peuvent pas trouver ailleurs.

En tant que rédacteur, je suis également libre d'établir la position éditoriale quotidienne du journal dans la direction générale et le positionnement de notre politique éditoriale,

as in most newspapers. Again, I have the considerable freedom that newspaper editors expect in this regard. Again, it can lead to disagreement.

Two weeks ago, David Asper let me know that he profoundly disagreed with an editorial position the *Citizen* took. We had argued strongly against the publication ban at the Gomery inquiry. Mr. Asper's view was that natural justice demands that the witness testimony be suppressed because each was facing upcoming jury trials for alleged criminal acts. As an editorial board, we reject publication bans out of hand and always will. I invited Mr. Asper to share his point of view in an op-ed article that appeared the next day. I have copies of both the op-ed article and the editorial for your records.

What is significant about this particular case is that things worked as they should have. The editorial board came to a reasoned, well-argued conclusion, and David Asper countered with a reasoned, well-argued and, I think, wrong response. There are certain disgruntled outsiders who would have you believe that things work differently. They are wrong.

I also wear a corporate hat. As Vice-President and Editor-in-Chief of CanWest MediaWorks Publications, which I think is the longest title in journalism, I am responsible for editorial standards, national legal issues, succession planning and coordination of national editorial projects. In this capacity, I do not tell editors what to do. Rather, I try to facilitate discussion to establish journalistic standards and best practices around key issues. We have most famously recently established a common standard for the use of the word "terrorist." We are currently working on a common definition of plagiarism and a policy on the use of anonymous sources. The goal is to raise the bar for everyone.

We also have been working together as editors to understand how our newsrooms affect the community at large in terms of ethnicity, age and gender. We are discussing ways to coordinate our highly successful intern programs to give the best young journalists jobs.

I have given you a sense of what I do, and I would like to turn now to what I would like to see this committee do.

I see the greatest challenges facing Canadian newsrooms not in newsrooms but in government offices. The real threats to press freedom are to be found in bad legislation and the misguided instructions given to bureaucrats. I will deal only with two issues here for the sake of brevity, but I refer you to the back pages of our full submission for further issues. Bear with me as I climb on my soap box.

établie en consultation avec l'éditeur, comme pour la plupart des journaux. Là encore, j'ai une liberté considérable dont tout rédacteur de journal s'attend à jouir. Encore une fois, ceci peut mener à des désaccords.

Il y a deux semaines, David Asper m'a fait savoir qu'il était en désaccord profond avec une position éditoriale prise par le *Citizen*. Nous avons discuté âprement de l'interdiction de publication lors de l'enquête Gomery. L'opinion de M. Asper était que la justice normale exige que le témoignage du témoin soit supprimé parce que chacun faisait face à un procès avec jury pour des actes criminels présumés. En tant que bureau de rédaction, nous rejetons d'emblée les interdictions de publication, ce que nous ferons toujours. J'ai invité M. Asper à partager son point de vue dans un article ouvert qui parut le jour suivant. J'ai avec moi des copies de cet article ouvert et de l'éditorial pour vos archives.

Ce qui est important dans ce cas particulier, c'est que les choses ont fonctionné comme elles le devaient. Le bureau de rédaction est arrivé à une conclusion raisonnée et bien argumentée et David Asper a répondu avec une réponse raisonnée, bien argumentée et, selon moi, fautive. Certaines personnes étrangères à CanWest sont contrariées et veulent vous faire croire que les choses fonctionnent différemment. Elles ont tort.

Je porte également un chapeau de responsable au niveau du groupe. En tant que vice-président et rédacteur en chef des publications de CanWest MediaWorks, qui est à mon avis le plus long titre de poste de journalisme, je suis responsable des normes éditoriales, des questions juridiques nationales, de la planification des successions et de la coordination des projets éditoriaux nationaux. Dans cette capacité, je ne dis pas aux rédacteurs quoi faire. Plutôt, j'essaie de faciliter la discussion pour établir des normes journalistiques et des meilleures pratiques autour de questions clés. Nous avons récemment établi, comme on le sait, une norme commune pour l'usage du mot « terroriste ». Nous travaillons actuellement sur une définition commune du plagiat et sur une politique quant à l'utilisation de sources anonymes. Le but est de relever le niveau pour tout le monde.

Nous avons également travaillé en commun au niveau des rédacteurs pour comprendre comment nos salles de presse touchent la communauté dans son ensemble en termes d'appartenance ethnique, d'âge et de sexe. Nous discutons des manières de coordonner nos programmes bien réussis d'internat pour donner un poste aux meilleurs jeunes journalistes.

Je vous ai donné un aperçu de ce que je fais et je voudrais me tourner maintenant vers les mesures que je souhaiterais voir prendre par le comité.

Je vois les plus grands enjeux, pour les salles de presse canadiennes, non pas dans les salles de presse mais dans les bureaux du gouvernement. Les vraies menaces à la liberté de la presse se rencontrent dans les mauvaises lois et dans les instructions erronées fournies aux bureaucrates. Je traiterai seulement de deux questions ici, pour être bref, et je vous renvoie aux dernières pages de notre dossier dans leur intégralité pour éclairer d'autres questions. Je vous remercie de votre patience pendant que je fais l'orateur.

First on my list of concerns is a lack of uniform access to information. While paying lip service to openness, successive governments and governments all over the country have failed to deliver on promises for more transparency and open access to crucial information that the public has a right to know. Journalists, and one would assume, ordinary Canadians, are continually stymied and delayed in attempts to access information. The prevailing attitude is one of reluctant compliance at best and outright subversion of legislation at worst. Often the information is made expensive by excessive processing and photocopying fees. Access officers have come to believe their job is to wear journalists down rather than to ensure they get the information they need to report the truth to Canadians.

I am sure that everyone in this room believes in a free and open press entitled to survey and scrutinize government operations. This is a keystone to our democracy, and I believe your report is a good opportunity to send a clear and succinct message to government. It is time to give access laws teeth. I am sure you know the Canadian Newspaper Association has done a terrific job leading the charge on this front, and I would urge you to carefully consider their recommendations.

I would like to raise the spectre of government intimidation of Canadian journalists, a topic that, frankly, should never have to be raised before Canadian parliamentarians, but here we are. You will all recall the dark day a year ago January when Canada awoke to learn that dozens of RCMP officers had raided the offices of the *Ottawa Citizen* and the home of journalist Juliet O'Neill. It is clear now that the raid was not motivated by a desire to retrieve secret documents but by a wish to prevent the government and the RCMP from being further embarrassed over their handling of the Maher Arar case.

This action was nothing less than a Third World assault on Canadian freedom, a tactic conceived and executed to intimidate journalists who were digging into the bizarre and tragic case of a Canadian citizen kidnapped and sent away for torture with, perhaps, the full complicity of the Canadian government. The case of Mr. Arar is before an inquiry now, and that is a good thing.

The case that CanWest is fighting on behalf of Juliet O'Neill and the *Citizen*, however, is crawling through the courts. We have, to date, spent more than half a million dollars defending this case and fighting for our rights, and we will spend at least that much again before this is over. This is not something an ordinary citizen or even a small media organization could afford.

The raid against Juliet O'Neill and the *Citizen* was made possible by provisions in the Security of Information Act, a piece of legislation hastily cobbled together in the days after 9/11. It is my belief that this law and others like it give politicians too much licence to stymie press freedom in the name of national security.

Tout d'abord, le premier élément de ma liste de soucis est le manque d'accès uniforme à l'information. Même s'ils manifestaient un intérêt, pour la forme, à l'ouverture, plusieurs gouvernements successifs, et ce pour toutes les administrations du pays, n'ont pas rempli leurs promesses d'accroître la transparence et d'ouvrir l'accès aux renseignements décisifs que le public est en droit de connaître. Les journalistes et, on le suppose, les Canadiens ordinaires sont continuellement rembarés et retardés dans leurs tentatives d'accéder à l'information. L'attitude régnante est celle d'une conformité réticente, au mieux, et, au pire, celle d'une subversion pure et simple des lois. Souvent, les renseignements sont vendus à prix fort en raison des coûts excessifs de traitement et de photocopie. Les responsables de l'accès en sont venus à croire que leur travail est d'épuiser les journalistes plutôt que de leur fournir les renseignements dont ils ont besoin pour signaler la vérité aux Canadiens.

Je suis sûr que chacun, dans cette chambre croit en une presse libre et ouverte, autorisée à étudier et à contrôler le fonctionnement du gouvernement. C'est une clef de voûte de notre démocratie et je crois que votre rapport est une bonne façon d'envoyer un message clair et succinct au gouvernement. Il est temps de donner des dents aux lois sur l'accès. Je suis sûr vous savez que l'Association canadienne des journaux a fait un travail remarquable en menant le combat sur ce front et je vous invite à vous pencher leurs recommandations avec soin.

Je voudrais soulever le spectre de l'intimidation des journalistes canadiens par le gouvernement, un sujet qui, franchement, ne devrait jamais devoir être abordé devant les parlementaires canadiens, mais nous en sommes là. Vous vous rappelez tous le jour sombre de janvier, il y a un an, où le Canada s'est réveillé en apprenant que des douzaines d'officiers de la GRC avaient pillé les bureaux de l'*Ottawa Citizen* et la maison de la journaliste Juliet O'Neill. Il est aujourd'hui clair que ce raid n'a pas été motivé par le désir de rechercher des documents secrets, mais bien par le souhait d'empêcher le gouvernement et la GRC d'être à nouveau embarrassés quant à leur traitement du cas de Maher Arar.

Cette action ne fut rien moins qu'un assaut digne du tiers-monde sur la liberté canadienne, une tactique conçue et exécutée pour intimider les journalistes qui creusaient le cas bizarre et tragique d'un citoyen canadien kidnappé et envoyé au loin pour être torturé avec, peut-être, la complicité entière du gouvernement canadien. Le cas de M. Arar fait maintenant l'objet d'une enquête et c'est une bonne chose.

En revanche, l'affaire défendue par CanWest, au nom de Juliet O'Neill et du *Citizen*, traîne en justice. Nous avons jusqu'ici dépensé plus d'un demi-million de dollars dans la défense de cette affaire et dans la lutte pour nos droits; nous dépenserons au moins la même somme avant qu'elle ne soit terminée. Ce n'est pas une chose qu'un citoyen ordinaire, ou même une petite entreprise de médias, pourrait se permettre.

Le raid contre Juliet O'Neill et le *Citizen* a été rendu possible par les dispositions de la Loi sur la protection de l'information, un texte législatif préparé à la hâte dans les jours qui ont suivi les événements du 11 septembre. Je crois que cette loi et d'autres lois similaires permettent aux politiciens trop de flexibilité pour

I believe the example I have given is proof of this point, and I urge this committee to send a very clear message to Parliament that this is not the way things should be done here. We do not need jackboots in Canada.

The Chairman: Might I observe that there is a distinction to be drawn between government and Parliament, on the one hand, and the police on the other? We draw that distinction.

Mr. Anderson: With respect, I think in this case the lines became blurred, and with respect to the security of information law, it is the Attorney General.

The Chairman: I take the point about the law. That is certainly a proper field for us to be contemplating, but we do not tell the police what to do. That does not mean that we did not take very seriously the case you have raised. It has come up in our private discussions, and I think in some of our hearings. I am not disputing the importance of the case you raise. I am defending us in saying we do not tell the Mounties what to do.

Mr. Anderson: We will see.

The Chairman: We can give them advice, but we do not tell them what to do.

Thank you very much. There are two quick points I would like to make before I go back to questioners. One is that the copy of your brief that I received is all black and white, and your lovely pie charts come out as a solid block of black. I do not know whether you have colour versions of the brief, or if you have them in shades of grey. It was faxed. It came through the fax.

Mr. Elliot: The originals I provided to the clerk were in colour.

The Chairman: This is a point of clarification for your information. In the brief, you observe in tones of some asperity that this committee, when it began its work, did not bring studies or analyses to demonstrate the need for holding such an inquiry. In fact, the way the Senate rules work, you have to get the terms of reference from the Senate before you can do the studies and the analyses. A committee is not allowed to undertake studies of that nature until it has the terms of reference. That is just for your information. Nobody outside the Senate can be expected to know that.

Senator Johnson: It was wonderful that you mentioned nostalgia because I remember the beginning of this empire with the Aspers when I was a kid. I think it is one of the greatest Canadian success stories there is, so congratulations on what you are doing.

I also think it is great that it is centralized in Winnipeg. I have to commend that, of course, because I am from Winnipeg. When you grow up in the west it is good to have some balance from the centre of Canada to the Prairies.

Like my colleague, Senator Carney, I think this is an excellent document. I have not had time to absorb it all. Sometimes I feel like a complete Luddite in this study because we have so much to learn and review in our report. This is a fast-moving industry that

contrer la liberté de presse au nom de la sécurité nationale. Je crois que l'exemple que je viens de donner démontre cette idée et j'invite le comité à signifier au Parlement par un message très clair que ce n'est pas une manière de faire les choses. Nous n'avons pas besoin de lèche-bottes au Canada.

Le président : Puis-je faire observer qu'il y a une distinction à faire entre le gouvernement et le Parlement, d'une part, et la police de l'autre? Nous mettons cette distinction en avant.

M. Anderson : Avec tout mon respect, je pense que, dans ce cas-ci, les limites sont brouillées et, en ce qui concerne la loi sur la protection de l'information, c'est du ressort du procureur général.

Le président : Je prends note de la remarque sur la loi. C'est certainement un domaine approprié que nous pouvons contempler mais nous ne disons pas quoi faire à la police. Ceci ne signifie pas que nous n'avons pas pris très au sérieux le cas que vous avez présenté. Il a été mentionné dans nos discussions privées et, je pense, dans certaines de nos audiences. Je ne conteste pas l'importance du cas que vous présentez. Je nous défends en disant que nous ne disons pas aux gendarmes ce qu'ils ont à faire.

M. Anderson : Nous verrons.

Le président : Nous pouvons leur donner des conseils, mais nous ne leur disons pas quoi faire.

Merci beaucoup. Il y a deux remarques rapides que je voudrais faire avant de repasser la main aux questions. La première est que la copie de votre dossier, que j'ai reçue, est entièrement noire et blanche, et vos beaux graphiques sont complètement noirs. Je ne sais pas si vous avez des versions en couleur du dossier ou si vous les avez imprimés en teintes de gris. Ceci a été télécopié. C'est arrivé par télécopie.

M. Elliot : Les originaux fournis au greffier étaient en couleur.

Le président : C'est un point de clarification à votre attention. Dans le dossier, vous observez d'une humeur âpre que ce comité, quand il a commencé son travail, n'a pas apporté d'études ou d'analyses pour démontrer le besoin de tenir une telle enquête. En fait, dans la manière dont les règles du Sénat fonctionnent, vous devez obtenir le mandat du sénat avant de pouvoir effectuer des études et des analyses. Il n'est pas permis à un comité d'entreprendre des études de cette nature jusqu'à ce qu'il en ait le mandat. Ceci est pour votre information personnelle. Personne en dehors du sénat n'est supposé connaître ces règles.

Le sénateur Johnson : Il était bon que vous ayez mentionné la nostalgie parce que je me rappelle le début de l'empire des Aspers quand j'étais un enfant. Je pense que c'est l'une des plus grandes histoires de réussite canadiennes. Je vous félicite donc pour ce que vous faites.

Je pense également qu'il est très bien que ceci soit centralisé à Winnipeg. Je m'en félicite car, naturellement, je suis de Winnipeg. Quand on grandit dans l'Ouest, il est bon d'avoir un certain équilibre du centre du Canada jusqu'aux Prairies.

Comme ma collègue, le sénateur Carney, je pense que c'est un excellent document. Je n'ai pas eu le temps de l'absorber complètement. Parfois je me sens complètement réactionnaire face à cette étude parce que nous avons tellement à apprendre et à

has pushed us to the limits. You are saying that fragmentation, really, and not concentration, is the major issue. Our study says concentration. Where will this take us? I am wondering where is the twilight zone now?

Mr. Camilleri: It is quite simple. What has happened is media companies have been dis-intermediated in their relationship with the end audience. The balance of power has shifted.

In the golden years that we grew up in, media companies could decide what you watched, what you read, when you read it, and when you watched it. A television show came on Thursday at eight o'clock and if you missed it you missed it unless the network decided to rerun it.

Now, because of technological innovation, readers, consumers and viewers are king. They are the power brokers. Where it ends up is that the consumers will have literally an infinite amount of choice, and they will be able to consume what they want, where they want, when they want, and how they want it.

I will give you two quick anecdotes that impact newspapers and television.

Now in the age of personal video recorders, PVRs, which are nothing more than video cassette recorders, VCRs, on steroids, you can record television shows, eliminate the commercials and watch them whenever you want. You can actually record those shows from distant signals in far away places. I can record a show from a British Columbia television signal from my home in Toronto. I do not have to watch what the local signal has programmed.

The second thing is, think of newspapers. I remember as a not-so-little boy running to the front door to get the sports scores in the morning. I do not need the newspaper any more to tell me that. I get the sports scores in real-time at ESPN.com or TSN or whatever. That has fundamentally changed what we do. Where does it end up? We are really there today. The consumer is king, and the consumer is driving the media agenda. The consumer, the reader and the viewer are telling us what they want, where they want it, and how they want it.

Senator Johnson: Is this something that is happening in your operations outside of Canada? Could you tell us about the state of competition in Australia, Ireland and New Zealand, or the effectiveness of media regulation? What have you learned from your foreign operations in terms of what we are dealing with in Canada?

Mr. Elliot: The most striking thing about our operations in Australia, New Zealand and Ireland is that none of those markets is as mature as the Canadian market in relation to the choices that consumers have. One of the reasons for that is that none of those places have the United States next door, and in none of those places do consumers have the ability to tune in to U.S. media as easily as they can tune in to Canadian media, or their own media.

passer en revue dans notre rapport. C'est une industrie qui bouge rapidement, ce qui nous a poussés jusqu'à nos limites. Vous dites que la fragmentation, en fait, et non la concentration, est la question principale. Notre étude indique la concentration. Où ceci nous mènera-t-il? Je me demande où est la zone floue maintenant?

M. Camilleri : C'est très simple. Ce qui s'est produit est qu'on a retiré aux entreprises médiatiques leur intermédiaire dans leur rapport avec leur audience. L'équilibre des forces s'est déplacé.

Dans la période dorée où nous avons grandi, les entreprises médiatiques pouvaient décider ce que vous regardiez, ce qui vous lisiez, le moment où vous le lisiez et le moment où vous le regardiez. Une émission télévisée était diffusée un jeudi à 20 heures et si vous la manquez, vous l'avez manquée — à moins que le réseau ne se décide à la rediffuser.

Maintenant, en raison d'innovations technologiques, les lecteurs, les consommateurs et les téléspectateurs sont les rois. Ils ont la puissance des décideurs. La manière dont ceci se termine est que les consommateurs auront un choix pratiquement infini et qu'ils pourront consommer ce qu'ils veulent, où ils veulent, quand ils veulent et comme ils le veulent.

Je vais vous citer deux anecdotes succinctes qui touchent les journaux et la télévision.

Aujourd'hui, à l'âge des caméras vidéo personnelles, qui ne sont rien d'autre que des magnétoscopes à cassette dopées, vous pouvez enregistrer des émissions de télévision, en éliminer les publicités et les regarder quand vous voulez. Vous pouvez même enregistrer ces émissions à partir de signaux éloignés dans des endroits lointains. Je peux enregistrer une émission télévisée de la Colombie-Britannique de ma maison à Toronto. Je n'ai pas à regarder ce que le diffuseur local a programmé.

La deuxième chose est la suivante : pensez aux journaux. Je me rappelle de l'époque où j'étais adolescent et où je courrais, le matin, à la porte d'en avant pour obtenir les résultats des sports. Je n'ai plus besoin des journaux pour savoir ça. J'obtiens les résultats sportifs en temps réel sur ESPN.com ou TSN ou par une autre voie. Ceci a fondamentalement changé ce que nous faisons. Où cela s'arrêtera-t-il? Voilà où nous en sommes aujourd'hui. Le consommateur est roi et le consommateur pilote l'ordre du jour des médias. Le consommateur, le lecteur et le téléspectateur nous disent ce qu'ils veulent, où ils le veulent et comment ils le veulent.

Le sénateur Johnson : Est-ce que ceci se produit dans vos centres d'opération en dehors du Canada? Pourriez-vous nous présenter l'état de la concurrence, en Australie, en Irlande et en Nouvelle Zélande, ou l'efficacité de la réglementation des médias? Qu'avez-vous appris de vos exploitations étrangères en termes de ce qui se passe au Canada?

M. Elliot : La chose la plus saisissante quant à nos opérations en Australie, en Nouvelle Zélande et en Irlande est qu'aucun de ces marchés n'est aussi mûr que le marché canadien par rapport aux choix que les consommateurs ont à leur disposition. L'une des raisons est qu'aucun de ces endroits n'a les États-Unis à sa porte; dans aucun de ces endroits les consommateurs n'ont la possibilité d'utiliser les médias des États-Unis aussi facilement qu'ils peuvent syntoniser une chaîne canadienne ou leurs propres médias.

This has a bearing in terms of not only the absence of fragmentation of the audiences but also the absence of fragmentation of advertisers. The bottom line is that our media operations outside Canada tend to be more profitable than our media operations in Canada.

Senator Johnson: I am very much interested in your weeklies. How are you doing in terms of your journalists that work on them and the content, particularly in terms of the cultural side of life in these communities? Is that reported in the weeklies, particularly in British Columbia? I do not know anything about the weeklies in British Columbia. I have never read one. I have only read *The Interlake Spectator*.

Mr. Camilleri: We are passionate about local news coverage and local reporting in all our media properties. Whether it is television or newspapers, we believe the biggest opportunity and mandate for our local operations is to report what is going on in their local communities to their local constituents. We are passionate about that, and it is a cornerstone of our strategy. It is reflected in the way we make decisions on the allocation of what are not endless resources.

Mr. Nott: Is the question, how are the weekly papers covering culture in the cities they are in?

Senator Johnson: Yes, that was part of the question. The other part of the question is the number of people that you have in the communities covering events, both large and small. I am very interested in the stories from the community, and reflecting people's lives.

Mr. Nott: We reflect the demographic that we target by hiring very carefully. We did Canada-wide searches for people who we felt were very much in the target audience of the demographic. I am not sure there is anyone older than 27 working for *Dose*. You only need to see their newsroom to realize this is not the *Ottawa Citizen*, with all due respect.

We have reporters in each of the cities we cover. In Vancouver, we have two reporters who are devoted to covering the local arts and culture scene. If you have not seen the paper, the format for those stories is very short. This is a group that wants its news in a hurry and news it can use.

Senator Johnson: It is youth-oriented, 18 to 34?

Mr. Nott: It is youth-oriented and directed to help them make decisions about how they spend their time. In each city we are in, we have reporters who cover that aspect of their life.

Senator Johnson: I know the *Ottawa Citizen*. Mr. Anderson, do you have any comments?

Mr. Anderson: I am not really familiar with the weeklies enough to comment on them.

Ceci a une incidence, non seulement en termes d'absence de fragmentation des audiences, mais aussi en termes de fragmentation des annonceurs. En fin de compte, nos activités à l'extérieur du Canada tendent à être plus rentables que nos activités médiatiques au Canada.

Le sénateur Johnson : Je suis très intéressé par vos hebdomadaires. Que faites-vous en ce qui concerne les journalistes qui y travaillent et du contenu, en particulier en termes de l'aspect culturel de la vie dans ces collectivités? Est-ce que ceci est rapporté dans les hebdomadaires, en particulier en Colombie-Britannique? Je ne connais rien aux hebdomadaires de Colombie-Britannique. Je ne les ai jamais lus. Je n'ai lu que l'*Interlake Spectator*.

M. Camilleri : Nous défendons passionnément la couverture locale de l'information dans tous les médias que nous possédons. Qu'il s'agisse de la télévision ou des journaux, nous croyons que la plus belle occasion et la mission de nos centres locaux est de signaler ce qui se passe dans les collectivités locales aux personnes de la localité concernée. Nous défendons ceci avec passion et c'est une clé de voûte de notre stratégie. Ceci se reflète dans la manière dont nous prenons des décisions sur l'attribution de ressources qui ne sont pas illimitées.

M. Nott : La question n'est-elle pas plutôt : comment les journaux hebdomadaires couvrent-ils la culture dans les villes où ils sont situés?

Le sénateur Johnson : Oui, cela fait partie de la question. L'autre partie de la question est le nombre de personnes que vous avez dans les communautés pour couvrir les événements, grands et petits. Je suis très intéressé par les nouvelles de la communauté, et de ce qui reflète la vie des gens.

M. Nott : Nous reflétons la démographie que nous visons en recrutant avec soin. Nous avons fait des recherches dans tout le Canada pour recruter des personnes qui nous semblaient parfaitement correspondre à la cible démographique de l'audience. Je ne pas qu'il y ait des employés de plus de 27 ans à *Dose*. Il suffit de voir leur salle de presse pour réaliser que ce n'est pas l'*Ottawa Citizen*, je dis ceci respectueusement.

Nous avons des journalistes dans chacune des villes que nous couvrons. À Vancouver, nous avons deux journalistes qui se consacrent à couvrir la scène locale des arts et de la culture. Si vous n'avez pas vu ce journal, le format de ces articles est très court. C'est un groupe qui veut ses nouvelles à la hâte et des nouvelles dont il peut se servir.

Le sénateur Johnson : Est-il orienté jeunesse, de 18 à 34 ans?

M. Nott : Il est orienté jeunesse et conçu pour les aider à prendre des décisions sur la façon dont ils passent leur temps. Dans chaque ville où nous sommes, nous avons des journalistes qui couvrent cet aspect de leur vie.

Le sénateur Johnson : Je connais l'*Ottawa Citizen*. M. Anderson, avez-vous des commentaires à faire?

M. Anderson : Je ne connais pas suffisamment les hebdomadaires pour présenter des observations à leur sujet.

Senator Johnson: One more question on the weeklies. Are your numbers going up in terms of circulation?

Mr. Camilleri: In the newspaper industry around the world, which is more consistent with the trends, there is a long-term systemic decline in circulation in newspapers. The challenge in the industry is to arrest that decline.

Senator Johnson: Is that likely to happen?

Mr. Camilleri: I gave you an anecdote about sport scores. Our readers are turning to the newspaper for something different than what we turned to the newspaper for 15 or 20 years ago.

The challenge for the industry is to find the new content mix that will arrest that decline and is going to resonate with, hopefully, a growing readership base in newspapers. Nobody has found it yet really anywhere in the world.

Senator Johnson: Mr. Anderson, is your readership not increasing at the *Ottawa Citizen*?

Mr. Anderson: Readership has increased in this latest ad bank. It is up and down, depending on the year and the measurement. Readership overall is steady at best.

Mr. Camilleri: If you plot it over a 20-year period, there may be iterations in any specific period, but it is downward.

The Chairman: In the United States, there have been fascinating revelations about how some newspapers that obviously felt themselves under severe pressure were artificially inflating circulation numbers. Have those pressures been at work in Canada?

Mr. Camilleri: Absolutely not. We have said that to analysts, shareholders, and whatever. We are absolutely confident in the integrity of our numbers and the way they are reported.

The Chairman: I interrupted. Sorry.

Senator Johnson: That is fine. I want to say too, I totally agree with the freedom of the press so that is really critical to keep the readers. I know the young people are not reading papers, so I hope this works with those people and *Metro*. The numbers do increase, but the consumer is king too in the newspaper world.

Mr. Camilleri: Absolutely.

Senator Johnson: However, the tradition of reading your newspaper in the morning is not there with society today.

Mr. Camilleri: If you look at all the industry studies, there is a variety of reasons for it. There is an infinite amount of choice in getting information from other places and one of the common ones is that I do not have time, and this is for a long time.

The Chairman: That has been true.

Le sénateur Johnson : Une autre question sur les hebdomadaires. Vos chiffres augmentent-ils en termes de tirage?

M. Camilleri : Dans l'industrie de la presse dans le monde, qui est plus conforme aux tendances, il y a un déclin systémique à long terme dans le tirage des journaux. L'enjeu de l'industrie est d'arrêter ce déclin.

Le sénateur Johnson : Est-ce que c'est susceptible de se produire?

M. Camilleri : Je vous ai cité une anecdote au sujet des résultats sportifs. Nos lecteurs se tournent vers le journal pour lire quelque chose de différent de ce qu'ils y lisaient il y a 15 ou 20 ans.

L'enjeu, pour l'industrie, est de trouver le nouvel ensemble de contenu qui arrêtera ce déclin et se mettra au diapason, si tout va bien, d'un lectorat de journaux croissant. Personne au monde n'a encore vraiment trouvé la recette.

Le sénateur Johnson : M. Anderson, votre lectorat n'augmente-t-il pas au *Ottawa Citizen*?

M. Anderson : Le lectorat a augmenté dans la dernière banque d'annonces. Il suit des hauts et des bas, selon l'année et la mesure. Au mieux, le lectorat est stable.

M. Camilleri : Si vous tracez une courbe sur une période de 20 ans, il peut y avoir des itérations dans n'importe quelle période spécifique, mais elle va de haut en bas.

Le président : Aux États-Unis, il y a eu des révélations fascinantes sur la façon dont certains journaux, qui se sont évidemment sentis sous pression grave, gonflaient artificiellement leur chiffre de tirage. Ces pressions existent-elles au Canada?

M. Camilleri : Absolument pas. Nous l'avons dit aux analystes, actionnaires, et autres. Nous faisons tout à fait confiance à l'intégrité de nos chiffres et à la manière dont ils sont rapportés.

Le président : Je vous ai interrompu. Désolé.

Le sénateur Johnson : Pas de mal. Je voudrais dire aussi que je suis totalement d'accord avec la liberté de la presse et qu'il est donc véritablement important de conserver les lecteurs. Je sais que les jeunes ne lisent pas les journaux, j'espère donc que ceci donnera des résultats avec ces personnes et avec *Metro*. Les chiffres augmentent, mais le consommateur est aussi le roi dans le monde de la presse écrite.

M. Camilleri : Absolument.

Le sénateur Johnson : Cependant, la tradition de lire son journal le matin n'est pas présente dans la société d'aujourd'hui.

M. Camilleri : Si vous examinez toutes les études de l'industrie, il y a plusieurs raisons à ceci. Une quantité infinie de choix est offerte pour obtenir des renseignements par d'autres voies et l'un des arguments courants est le manque de temps. C'est le cas depuis déjà longtemps.

Le président : C'est vrai.

Mr. Anderson: The striking thing is this is the golden age of print. There have never been more words on paper than there are right now. There never have been more journalists practicing. Even for the parliamentary press gallery, the problem is not a lack of members; it is bursting at the seams. The growth is in niche market publications, magazines, newspapers, Internet sites and blogs that service these very specific needs of readers. We at the *Ottawa Citizen* did a survey a few years ago looking at high-technology workers who we felt were not reading our paper enough. After a series of focus groups and market research, it was somewhat discouraging because we found they would read us if we could provide a paper that was geared specifically to their needs, *The Daily Me*; *The Daily Senator Fraser*; everything that you have picked. Technology will help us do that over time, but it is also a stumbling block for the traditional broadsheet daily newspaper.

Senator Johnson: That would be terrible. Thank you so much.

Senator Munson: You talked about the scores. I did not wait for TSN or ESPN, especially with the Masters Golf Tournament, I was on the net for hole by hole score. That is where a lot of people are going, particularly a new generation.

You talked about pride in local coverage. Global has been around for 25 years. What about foreign coverage? I know that you send people, and you said in your brief, to various spots and you cover them well. However, certainly a day has to come in a growth period of a company that you should have — at least from my perspective — foreign correspondents at least on each continent covering stories or being in touch to give that Canadian perspective of news coverage. Has there been thought in investing, or in having Canadian reporters sitting, on foreign soil and covering those stories as opposed to what we have seen recently even at CBS and other stations. They are talking about news gatherers who have access to all of this technology and we can package or bundle — whatever you want to call it — in New York or Atlanta. I do not think that does a service to the Canadian public.

Mr. Camilleri: Obviously in dealing with fragmentation, the first issue we grapple with is our economic reality. We believe passionately that one of the ways we can stand out and provide a unique service to our viewers and our readers is by being incredibly adept at covering Canadian news and local stories. That is not to say we are not cognizant of our responsibilities and the opportunities in the international arena. What we have determined to do is that when there is a story of international significance, like the Iraq War, we will assemble the equivalent of a special weapons and tactics, SWAT, team or a tiger team and deploy it. We will deploy significant resources.

M. Anderson : Ce qui est saisissant, c'est que nous sommes dans l'âge d'or de l'imprimerie. Il n'y a jamais eu plus de mots imprimés qu'en ce moment. Il n'y a jamais eu plus de journalistes en activité. Même pour la tribune de la presse parlementaire, le problème n'est pas un manque de membres; elle éclate aux coutures. La croissance est dans les publications, les revues, les journaux, les sites Internet et les carnets web des marchés à créneaux qui répondent aux besoins très spécifiques des lecteurs. À l'*Ottawa Citizen*, nous avons fait une étude il y a quelques années sur les travailleurs spécialisés en hautes technologies, qui nous semblaient ne pas suffisamment lire notre journal. Après une série de groupes de consultation et d'études de marché, le résultat fut quelque peu décourageant parce que nous avons découvert qu'ils voudraient bien nous lire si nous mettions à leur disposition un journal spécifiquement adapté à leurs besoins, le *Moi quotidien*; le *Sénateur Fraser quotidien*; tout ce que vous pouvez sélectionner. La technologie nous aidera à faire cela en temps venu, mais c'est également une pierre d'achoppement pour le quotidien à grand format traditionnel.

Le sénateur Johnson : Ce serait terrible. Merci beaucoup.

Le sénateur Munson : Vous avez parlé des résultats sportifs. Je n'ai pas attendu TSN ou ESPN, particulièrement pour le tournoi du championnat de golf, j'étais sur le net pour un compte-rendu trou par trou. C'est là où se rendent un bon nombre de gens, en particulier ceux d'une nouvelle génération.

Vous avez parlé de votre fierté vis-à-vis de la couverture locale. Global existe depuis 25 ans. Que dire de la couverture à l'étranger? Je sais que vous envoyez des personnes, et vous l'avez dit dans votre dossier, dans différents endroits et que votre couverture est bonne. Cependant, un jour viendra, dans une période de l'évolution de l'entreprise, où vous devrez avoir — du moins selon moi — des correspondants étrangers au moins sur chaque continent afin de couvrir les actualités ou de donner une perspective canadienne au reportage. Avez-vous réfléchi à des investissements ou à l'installation de journalistes canadiens à l'étranger, ainsi qu'à la couverture de ces actualités, contrairement à ce que nous avons vu récemment même chez CBS et dans d'autres chaînes? Elles parlent de collecteurs de renseignements qui ont accès à toute cette technologie et qui peuvent emballer ou emballer — comme vous voudrez appeler ça — à New York ou à Atlanta. Je ne pense pas que ceci soit un service rendu au public canadien.

M. Camilleri : Évidemment, traiter la fragmentation, c'est en premier lieu nous attaquer à notre réalité économique. Nous croyons passionnément que l'une des manières de nous démarquer et de fournir un service unique à nos téléspectateurs et à nos lecteurs est d'être particulièrement disposés à couvrir les actualités et les nouvelles locales du Canada. Ceci ne veut pas dire que nous ne sommes pas conscients de nos responsabilités et des possibilités présentes dans l'arène internationale. Ce que nous avons décidé de faire est que lorsqu'il y a un événement d'importance internationale, comme la guerre en Irak, nous assemblerons l'équivalent d'un groupe de forces spéciales, SWAT, tigre ou autre, et nous le déploierons. Nous déployons alors des ressources importantes.

Senator Munson: Do not say disaster assistance response team, DART.

Mr. Camilleri: We will deploy significant resources to those international hot spots to get the local perspective. The reality is that right now stories are happening every day around the world. People are hearing about them in real time. If you have a single reporter in a local jurisdiction in the advent of the Internet and 24 hour news channels, people can consume in real time. We have found that we have been successful that when a significant story happens we deploy significant resources to bring a unique perspective on those stories.

Mr. Wyatt: It is a good question. It is one of prioritizing the resources you have at hand to develop a news organization. *Global News* in terms of individual stations has been around a long time, but in terms of a national network and developing a nationalist program, it is really in its infancy. We have made a clear decision that our mandate right now is to deliver a clear Canadian voice and grow resources step by step in the Canadian market, while at the same time sustaining a bureau in Washington, DC, and utilizing freelancers around the world. If you look at events in the last three years, since *Global National*, for example, has been doing a national newscast, we have been utilizing the resources of our print partner and using our own television resource to send SWAT teams around the world. For the last major event, for example, in Indonesia with the tsunami, we were able to get to that region fairly quickly regardless of anybody else perhaps having a bureau closer, and deliver just as high a quality and as perceptive news stories and reports in that region as anyone else. We decide where we are going to pool our resources and deliver the most effective coverage. I think we can do it that way. Would I like to be the BBC and have reporters in every town around the globe? Sure, but I think you can still develop and grow a national news organization, at least from a television perspective, by dedicating resources and funds, targeting your coverage and developing the SWAT teams that Mr. Camilleri was talking about.

Mr. Nott: We have tried to be more surgical about where we go. I made reference to our trip to Vietnam. There were no other Canadians doing that story when we did that. We have also tried to establish on the print side a network of Canadian stringers in those places. At least we can filter some of those stories through Canadian audiences.

Mr. Anderson: I think we have become more sophisticated. I think we all fall in love with the romantic idea of a bureau in every major foreign city. We also know that paying a reporter to sit in a foreign city and do the story of the day is not necessarily the best value. It is better to develop expertise among reporters and then

Le sénateur Munson : Ne dites pas DART pour équipe d'intervention en cas de catastrophe.

M. Camilleri : Nous déployons des ressources importantes dans ces points chauds internationaux pour obtenir une perspective locale. La réalité est qu'en ce moment, des événements sont en train de se produire quotidiennement dans le monde. Les gens en entendent parler en temps réel. Si vous avez un seul journaliste dans une juridiction locale alors qu'il y a Internet et des chaînes d'information 24 heures sur 24, les gens peuvent consommer en temps réel. Nous avons constaté que nous obtenons du succès lorsqu'un événement important se produit et que nous déployons des ressources importantes pour apporter une perspective unique sur cet événement.

M. Wyatt : C'est une bonne question. Elle consiste à donner la priorité aux ressources que vous avez sous la main pour élaborer l'organisation de l'information. En termes de chaînes individuelles, *Global News* existe depuis longtemps mais en termes de réseau national et de l'élaboration d'un programme national, la chaîne est encore dans son enfance. Nous avons clairement pris la décision que notre mandat, en ce moment, est de fournir une voix canadienne claire et d'augmenter peu à peu nos ressources sur le marché canadien, tout en maintenant simultanément un bureau à Washington D.C. et en utilisant des journalistes indépendants dans le monde entier. Si vous regardez les événements des trois dernières années, depuis que *Global National*, par exemple, diffuse un bulletin d'information nationale, nous avons utilisé les ressources de notre associé de presse et avons utilisé les propres ressources de la chaîne pour envoyer des équipes d'intervention partout dans le monde. Pour le dernier événement principal, par exemple, en Indonésie avec le tsunami, nous avons pu avoir accès à cette région assez rapidement, indépendamment de qui que ce soit qui aurait eu un bureau plus proche, et nous avons présenté des reportages et des renseignements de qualité sur la région et avec une perception de la situation aussi bonne que n'importe qui. Nous décidons où nous allons mettre nos ressources en commun pour fournir la couverture la plus efficace possible. Je pense que nous pouvons faire de la sorte. Est-ce que je souhaiterais être la BBC et avoir des journalistes dans chaque ville du globe? Bien sûr, mais je pense que l'on peut développer et faire grandir un service d'information nationale, au moins dans une perspective de télévision, en consacrant des ressources et des fonds, en ciblant votre couverture et en développant les équipes d'intervention mentionnées par M. Camilleri.

M. Nott : Nous avons essayé d'avoir une précision chirurgicale là où nous allons. Je fais référence à notre voyage au Vietnam. Il n'y avait aucune autre équipe canadienne sur ce reportage quand nous l'avons fait. Nous avons également essayé d'établir, du côté de la presse, un réseau de reporters locaux canadiens dans ces endroits. Au moins nous pouvons filtrer certains de ces reportages vers l'audience canadienne.

M. Anderson : Je pense que nous sommes devenus plus sophistiqués. Je pense que nous sommes tous entichés de l'idée romantique d'avoir un bureau dans chaque ville étrangère principale. Nous savons également que de payer un journaliste à se reposer dans une ville étrangère et suivre l'événement du jour

let them travel. That is what we do. The truth is the ease and flexibility of travel now makes it very easy for a reporter such as the *Ottawa Citizen's* Dan Gardner to develop expertise on policy and news around the world, fly in and cover that and then come home and deliver it to our readers from a Canadian perspective.

Senator Munson: I must be getting old. I enjoyed being a foreign correspondent for ten years and I am sure people in your organization would like to have that dangling in front of them. It seems to me about 10 years ago your company triggered the death of Canadian Press, CP. There was not much of a public debate with the loss of the only bilingual, national, multi-media Canadian news agency. Is there a debate going on at CanWest these days about Canadian Press?

Mr. Camilleri: I am not sure who is saying what. Throughout our organization, if the costs of a service exceed the benefit, then we have to evaluate that service. Right now, we are members of the Canadian Press, except for the *National Post*. There is no short-term commitment to withdraw, but we continue to evaluate it on an ongoing basis, and we continue to have dialogue with them on an ongoing basis. Our perspective is that if the cost exceeds the benefit, then we have to take a hard look at it.

Senator Munson: Are you prepared to continue to support CP, with the *National Post* going?

Mr. Camilleri: The *National Post* was a question of us turning that paper around and trying to make it profitable. The *National Post* is a unique case where we have to make decisions in terms of sustaining that voice in Canada. I know a lot of people criticize us for the *National Post*, but I think we deserve credit for keeping it alive. The easy decision five years ago would have been to get rid of it. At the *National Post*, because of its unique situation, we are making some difficult choices, but all with a view and a commitment to making that paper profitable and making it work. It is not going away.

Senator Munson: Would CanWest try to fill that void if CP was driven out of business? If you did, I am curious how francophone news organizations would get their news from Quebec and how Anglophone news organizations would get their news from Quebec?

Mr. Nott: We are not that far along to have even considered the question, frankly. On the point about the value of Canadian Press, Mr. Anderson runs a newspaper, and the one point I would make is that CP has done a wonderful job of keeping its assessments flat for the newspapers for about ten years in a challenging environment for them. At the same time, since the CND has been launched, our papers have used significantly less CP content. That measures into the value equation that the editors are undertaking as they go through the budgeting process.

n'offre pas nécessairement la meilleure valeur. Il vaut mieux développer l'expertise des journalistes puis les laisser voyager. C'est ce que nous faisons. La vérité est que la facilité et la souplesse des voyages fait qu'il est maintenant très facile pour un journaliste tel que Dan Gardner de l'*Ottawa Citizen* de développer une expertise sur la politique et les informations ans le monde, prendre l'avion puis rentrer chez soi pour offrir à nos lecteurs une perspective canadienne.

Le sénateur Munson : Je dois me faire vieux. J'ai eu plaisir à être correspondant étranger pendant dix ans et je suis sûr que les personnes de votre organisation voudraient bien avoir cette carotte se balancer devant elles. Il me semble qu'il y a 10 ans, votre entreprise a amorcé la mort de Presse Canadienne. Il n'y a pas eu beaucoup de débat public à la perte de la seule agence de presse canadienne bilingue, nationale et multimédia. Y a-t-il un débat chez CanWest de nos jours sur Presse Canadienne?

M. Camilleri : Je ne suis pas certain de savoir qui dit ceci. Dans toute notre organisation, si les coûts d'un service excèdent l'avantage qu'il procure, alors nous devons évaluer ce service. En ce moment, nous sommes membres de Presse Canadienne, sauf le *National Post*. Il n'y a aucun engagement à court terme à nous retirer; nous continuons à évaluer cette question de manière continue et nous continuons à avoir avec eux un dialogue continu. Notre perspective est que si le coût excède l'avantage qui en est retiré, alors nous devons sérieusement évaluer la situation.

Le sénateur Munson : Êtes-vous disposé à continuer de soutenir la PC et le *National Post* à s'y affilier?

M. Camilleri : Pour le *National Post*, c'était une question de remettre le journal sur pied et d'essayer de le rendre rentable. Le *National Post* est un cas unique où nous devons prendre des décisions en termes de soutien de cette voix au Canada. Je sais qu'un bon nombre de personnes nous critiquent pour le *National Post* mais je pense que nous méritons une certaine reconnaissance pour l'avoir maintenu en vie. Il aurait été facile, il y a cinq ans, de prendre la décision de s'en débarrasser. Au *National Post*, en raison de sa situation unique, nous prenons des choix difficiles, mais qui visent et s'engagent tous à rendre ce journal rentable et fonctionnel. Il ne va pas nous quitter.

Le sénateur Munson : CanWest essaierait-elle de remplir ce vide si la PC arrêterait ses activités? Si vous le faisiez, je serais curieux de savoir comment les bureaux d'information francophones obtiendraient leurs nouvelles du Québec et comment les bureaux anglophones obtiendraient leurs nouvelles du Québec?

M. Nott : En toute franchise, nous sommes loin d'avoir même considéré cette question. Sur le point de la valeur de Presse Canadienne, M. Anderson gère un journal et la remarque que je ferai est que la PC a fait un travail remarquable en stabilisant ses évaluations pour les journaux pendant environ dix ans, et ce à une époque qui était difficile pour elle. En même temps, en raison du lancement du CND, nos journaux utilisent nettement moins d'articles en provenance de la PC. Ceci a un poids dans l'équation de valeur que les rédacteurs envisagent à la phase du budget.

Mr. Anderson: With more and more easily accessible news, on the Internet, for example, and across Canada and around the world, CP becomes less and less relevant over time. We have to take that into account when we consider how much we pay for it and what the service does for us.

Senator Munson: If you look at small-town newspapers across the country outside of the CanWest papers, and even the CanWest papers, if you talk about Charlottetown's *The Guardian* or any of these others, CP is their bread and butter. Who would be the national voice, for example, of reporters, many of whom I have to say are friends, who are sitting in Ottawa and telling the story of Ottawa to the rest of the country? Who would be able to tell that story if Canadian Press was not there? Canadian Press can write on the Internet too.

Mr. Anderson: I guess that is a question primarily for the people who run the Charlottetown *Guardian*.

Senator Munson: They cannot afford a reporter here because, as you see here in Ottawa, at least over the 25 years I have been here, there are fewer reporters.

Mr. Anderson: I beg to differ. When I was at the *Telegraph-Journal* in New Brunswick, which is a paper of comparable size to the Charlottetown *Guardian*, I was managing editor there when we dropped CP. We dropped Canadian Press and hired eight reporters, including a stringer in Ottawa, with the money that we saved from the Canadian Press, and we did very well, thank you. The Associated Press is an enormous part of the CP package, and very valuable. It is difficult to get American news without CP, which is ironic. I am not here to argue for the benefits of small newspapers in the Canadian Press, but I do have to argue from the point of view of someone who experienced it that it is not an obstacle that cannot be overcome. In fact, I would argue that when the *Telegraph-Journal* did not have Canadian Press, those were its glory years, and it won several national newspaper awards too.

Senator Munson: I am feeling that there is not strong support for a national news service, unless you run it.

Mr. Nott: I am not sure that it is, unless we run it. We have put the Canadian News Desk in place to leverage the expertise of our journalists. The net benefit to the reader and to the people selling the newspapers in those cities is a unique product versus the competition. Senator Carney made reference to the similarities in content between the Vancouver papers, given the CanWest content. It struck me that prior to CND, if we did not exist, those papers would have been full of the same Canadian Press content, and apparently that is not a problem, but when it is CanWest content, it is.

M. Anderson : Avec de plus en plus d'informations facilement accessibles, sur l'Internet, par exemple, et à travers le Canada et dans le monde, la PC devient de moins en moins pertinente à mesure que le temps passe. Nous devons tenir compte de cela quand nous considérons le montant que nous devons lui payer et le service que nous en tirons.

Le sénateur Munson : Si vous vous penchez sur les journaux des villes de petite taille dans l'ensemble du pays, en dehors des journaux de CanWest, et même en incluant les journaux de CanWest, si vous parlez du *Gardian* de Charlottetown ou d'autres journaux similaires, la PC est leur gagne-pain. Qui serait la voix nationale, par exemple, des journalistes, parmi lesquels je compte beaucoup d'amis, qui s'assoient à Ottawa et écrivent ce qui se passe à Ottawa pour le reste du pays? Qui pourrait relater ces événements si Presse Canadienne n'était pas là? Presse Canadienne peut aussi écrire sur l'Internet.

M. Anderson : Je pense que c'est une question destinée à ceux qui gèrent le *Gardian* de Charlottetown.

Le sénateur Munson : Ils ne peuvent pas se permettre d'avoir un journaliste ici, car à Ottawa, après les 25 années que j'ai passées ici, il y a de moins en moins de journalistes.

M. Anderson : Je me permets de ne pas être d'accord. Quand j'étais au *Telegraph-Journal* au Nouveau Brunswick, qui est un journal de taille comparable au *Gardian* de Charlottetown, j'étais rédacteur gérant lorsque nous avons laissé tomber la PC. Nous avons laissé tomber Presse Canadienne et avons embauché huit journalistes, y compris un journaliste local à Ottawa, avec l'argent que nous avons économisé de Presse Canadienne; nous nous en sommes très bien portés, merci. L'Associated Press est une part énorme de l'ensemble fourni par la PC et c'est très valable. Il est difficile d'obtenir des actualités américaines sans la PC, ce qui est ironique. Je ne suis pas ici pour plaider au profit des petits journaux de la Presse Canadienne mais je dois présenter le point de vue de quelqu'un qui en a fait l'expérience et qui sait que ce n'est pas un obstacle insurmontable. En fait, je pourrais faire valoir que le *Telegraph-Journal* a connu ses années de gloire quand il n'utilisait plus Presse Canadienne et qu'il a alors remporté plusieurs récompenses nationales.

Le sénateur Munson : J'ai le sentiment qu'il n'y a pas de soutien pour un service d'informations national, à moins que vous n'en soyez responsables.

M. Nott : Je ne suis pas sûr que ce soit le cas, à moins que nous nous en occupions. Nous avons mis le Canadian News Desk en place pour nous servir de l'expertise de nos journalistes. L'avantage certain pour le lecteur et les personnes qui vendent les journaux dans ces villes est d'avoir un produit unique pour contrer la concurrence. Le sénateur Carney a fait référence aux similitudes du contenu entre les journaux de Vancouver, qui utilisent le fond de CanWest. Ce qui m'a frappé c'est qu'avant le CND, si nous n'existions pas, ces articles auraient été remplis du même contenu provenant de Presse Canadienne, ce qui apparemment n'est pas un problème, mais lorsque le contenu est d'origine CanWest, cela le devient.

Mr. Camilleri: I do not want to be confrontational on this, but I bristle at suggestions that we would not support a news service unless we owned it. We have never said that, and that is not what we believe. I know there are people out there who assert that. I bristle at it and take great lengths of disagreement to that statement, because that is not what we are saying. That is not what we have ever said. We have supported CP.

Again, in an era of fragmentation where we have declining circulation and declining viewership in our conventional broadcast area, advertising base is fragmented. We are a public company. You see the revenue trends in our conventional television group. We are dealing with profound fundamental issues, and our world is changing. We have to make difficult decisions. It has nothing to do with whether we own or do not own Canadian Press. It boils down to whether, if it costs more to be in it than the benefit we are getting from it, as a business person, I am not sure how I can justify staying in. Today, we have not made a decision to pull out, other than the *National Post*, which is a unique situation.

Mr. Anderson: For the record, we do own Canadian Press. It is a cooperative. It is owned by all the newspapers, including CanWest.

Senator Munson: As you understand, I am an old reporter. I have done it for about 32 years, and I am glad you bristled. I was actually looking for a good quote, and you have given me one in the sense of you explained yourself well and in a quite specific way, and I appreciate that.

Senator Tkachuk: Welcome. It is nice to see a western Canadian media company. We do not see any of those here. They are all in Toronto. I always believed it was a result of the public policy that we have in this country that they have all ended up in one place, and that is in the city of Toronto.

We are here to talk about the news, and we are here as a committee discussing public policy. We are not interested in whether you have good news or bad news, but in how we can generate competition and provide a diversity of view and healthy business climate for news organizations to prosper in Canada.

I would like to congratulate you on running your national news on television out of Vancouver. I think that is a plus. We did hear witnesses in Vancouver tell us that you did not have reporters at the provincial legislature in Victoria. Is that true?

Mr. Wyatt: No, that is not true. Keith Baldry is our bureau chief in Victoria.

Senator Tkachuk: Why would people come to our committee and tell us that?

Mr. Camilleri: I have read a lot of things in transcripts and I roll my eyes at them because they are not true.

M. Camilleri : Je ne veux pas rentrer en conflit sur ce point, mais je me raidis à la suggestion que nous ne soutiendrions pas un service d'information à moins que nous le possédions. Nous n'avons jamais dit cela, et ce n'est pas ce en quoi nous croyons. Je sais qu'il y a les gens qui affirment cela. Je me raidis lorsque j'entends cela et je prends grand soin d'exprimer mon désaccord à ce sujet, parce que n'est pas ce que nous disons. Ce n'est pas ce que nous avons pu dire. Nous avons soutenu la PC.

Une fois encore, dans une ère de fragmentation où le tirage baisse et le nombre de téléspectateurs de nos chaînes traditionnelles baisse, la publicité de base est fragmentée. Nous sommes une société cotée. Vous pouvez voir les tendances des revenus dans notre groupe de télévision classique. Nous traitons de questions fondamentales et profondes, et notre monde change. Nous avons à prendre des décisions difficiles. Cela n'a rien à voir avec le fait de posséder ou pas la Presse Canadienne. On en revient au coût; si les coûts sont supérieurs aux bénéfices retirés, en tant qu'homme d'affaires, je ne suis pas sûr de pouvoir justifier de rester membre. Aujourd'hui, nous n'avons pas pris la décision de partir, autre que le *National Post*, qui est une situation unique.

M. Anderson : Une remarque utile au nom de l'exactitude, nous possédons bel et bien Presse Canadienne. C'est une coopérative. Elle est possédée par tous les journaux, y compris CanWest.

Le sénateur Munson : Comme vous le savez, je suis un ancien journaliste. J'ai exercé cette profession pendant près de 32 années et je suis heureux de voir que vous vous êtes raidis. Je recherchais en fait une bonne déclaration et vous m'en avez donné une au sens où vous vous êtes bien expliqués, d'une manière tout à fait particulière, ce que j'apprécie.

Le sénateur Tkachuk : Bienvenue. C'est bien de voir une entreprise de médias du Canada de l'Ouest. Nous n'en voyons aucune ici. Elles sont toutes à Toronto. J'ai toujours cru que les politiques que nous avons dans ce pays expliquent qu'elles ont toutes fini au même endroit, à Toronto.

Nous sommes ici pour parler des informations, et nous sommes réunis en tant que comité pour discuter de l'intérêt public. Nous ne sommes pas intéressés à savoir si vous avez de bonnes ou de mauvaises nouvelles, mais nous voulons connaître la façon dont nous pouvons introduire de la concurrence et fournir une diversité des opinions et un climat économique sain pour que les services d'information puissent prospérer au Canada.

Je voudrais vous féliciter du fait que vos actualités nationales, à la télévision, sont produites à Vancouver. Je pense que c'est une bonne chose. Nous avons entendu des témoins à Vancouver nous dire que vous n'aviez pas de journalistes présents à l'assemblée législative provinciale de Victoria. Est-ce vrai?

M. Wyatt : Non, ce n'est pas vrai. Keith Baldry est notre chef de bureau à Victoria.

Le sénateur Tkachuk : Pourquoi est-ce que des gens se rendraient à notre comité pour nous dire cela?

M. Camilleri : J'ai lu, dans les retranscriptions, beaucoup de choses qui me font rouler les yeux parce qu'elles sont fausses.

Senator Tkachuk: Let us not get carried away.

Mr. Nott: The Victoria *Times-Colonist* does staff the legislative bureau on behalf of the Vancouver newspapers. The Vancouver newspapers differentiate themselves in their market with their columnists, and the papers there have made the decision, based on who they think their readers are, where they should deploy their journalists. Those are local decisions. Both the editor of the *Sun* and the *Province* must have, on some basis, decided they did not want to use a local resource for coverage in Victoria.

Senator Tkachuk: Was it a question of misinterpretation that it was the Victoria *Times-Colonist* newspaper reporter reporting on behalf of CanWest Global newspapers in Vancouver? Is that the way it works?

Mr. Wyatt: I live and work in Vancouver. From a television perspective, for the Global television station, we have a bureau chief in Victoria and a crew there, and from a newspaper reader perspective, Vaughn Palmer, for example, is stationed and writes as the editorial voice in Victoria.

The Chairman: As a columnist.

Mr. Wyatt: Yes.

Senator Tkachuk: We did not have an overwhelming response by journalists from CanWest group companies to come before us to talk about some of the public policy issues.

Is that a result of public policy at CanWest Global or was there just no interest?

Mr. Camilleri: Journalists made their individual decisions whether to appear.

Senator Tkachuk: It just seems strange all the journalists you have and we have heard from so few, if any.

Mr. Elliott: Perhaps I could respond to that. Sitting in the corporate office I was aware that a number of journalists from across the country had been invited to appear. We made it clear to them that it was their decision to appear. However, if they were to appear, they would be appearing in their personal capacity and not on behalf of the company, because the company at some point was going to appear before the committee as a company. My understanding is that at least one or two of our journalists did appear, but it was for them individually to make that decision.

Senator Tkachuk: I have a couple questions about television. Should it be easier for a person to get ownership of a television station or to start a new one than it is under the present regulatory framework? Is it too onerous, should it be less onerous, or is it about right?

Mr. Camilleri: To start a new station?

Senator Tkachuk: Yes. If a person had the money and wanted to start a station in Vancouver, Toronto or Mississauga — as we found out, there was not one in Mississauga, which

Le sénateur Tkachuk : Ne nous emportons pas.

M. Nott : Le *Times-Colonist* de Victoria dessert le bureau législatif au nom des journaux de Vancouver. Les journaux de Vancouver se différencient sur leur marché par leurs chroniqueurs; les journaux y ont pris la décision, selon ce qu'ils connaissent de leurs lecteurs, de déployer leurs journalistes à tel ou tel endroit. Ce sont des décisions locales. Les rédacteurs du *Sun* et de la *Province* doivent avoir décidé, en fonction d'un raisonnement, qu'ils n'avaient pas besoin d'employer une ressource locale pour couvrir Victoria.

Le sénateur Tkachuk : Est-ce une question de mauvaise interprétation du fait que le journaliste du *Times-Colonist* de Victoria a fait un reportage au nom des journaux de CanWest Global à Vancouver? Est-ce la manière selon laquelle cela se passe?

M. Wyatt : J'habite et je travaille à Vancouver. Dans une perspective de télévision, pour la chaîne de télévision Global, nous avons un chef de bureau à Victoria et une équipe là-bas; dans une perspective de lecteur de journal, Vaughn Palmer, par exemple, y est en poste et représente la voix de l'éditorial de Victoria.

Le président : En tant que chroniqueur?

M. Wyatt : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Nous n'avons pas eu beaucoup de réactions des journalistes du groupe CanWest invités à se présenter devant nous et parler de certaines questions de politiques publiques.

Est-ce le résultat de la politique officielle de CanWest Global ou n'y avait-il simplement pas d'intérêt?

M. Camilleri : Les journalistes ont pris une décision individuelle de comparaître ou pas.

Le sénateur Tkachuk : Il semble quelque peu étrange qu'avec tous les journalistes que vous avez, nous n'en ayons entendu si peu.

M. Elliott : Peut-être pourrais-je répondre à ceci? De mon bureau du groupe, je savais qu'un certain nombre de journalistes du pays avaient été invités à comparaître. Nous leur avons dit que c'était leur décision de comparaître ou pas. Toutefois, s'ils devaient comparaître, ils comparaitraient en leur capacité personnelle et non au nom de l'entreprise, parce que cette dernière aurait, tôt ou tard, à comparaître devant le comité en tant qu'entreprise. De ce que je sais, au moins un ou deux de nos journalistes ont comparu, mais ils ont pris cette décision individuellement.

Le sénateur Tkachuk : J'ai quelques questions concernant la télévision. Doit-il être plus facile pour une personne d'obtenir la propriété d'une chaîne de télévision ou d'en lancer une nouvelle dans le cadre des règlements actuels? Cela est-il trop onéreux, doit-il être moins onéreux, ou cela convient-il?

M. Camilleri : Pour lancer une nouvelle chaîne?

Le sénateur Tkachuk : Oui. Si une personne a de l'argent et veut commencer une chaîne à Vancouver, Toronto ou Mississauga — comme nous l'avons découvert, il n'y en

surprised me, a city of 100,000 people does not have its own TV station — why would someone not start a TV station there? What would hold it up?

Mr. Camilleri: I live in Mississauga.

Senator Tkachuk: Why have you not started a TV station there?

Mr. Camilleri: I can sit in my living room and watch 300 channels on the existing services. If I extrapolate that through with all the distant signals on satellite, it is multiples of that. If you really want to get egregious, on my street there are many black and grey satellite dishes from DirectTV that are tapping into 500 channels in the United States.

Senator Tkachuk: You are saying that it is not the difficulty of getting a licence, or it is the fact that you cannot make any money at it, which is why everybody wants to buy TV and radio stations but they have for a very long time despite the increased competition, satellites, cable and everything else?

Mr. Camilleri: It would be the economics, I imagine. You are right; Mississauga has 800,000 people. If you start a television station in Mississauga, you are competing with the other 200 or 300 channels. That is the reality.

Senator Tkachuk: It seems to be that we need more competition until you get a licence, but once you get a licence, you need less. Let me ask that question again. Should it be easier? Should there be less regulation in starting television stations in Canada? We only have CBC Newsworld as headline news, and we are bringing in Fox, MSNBC and CNN. When Global does not have its own news channel, how ridiculous is all of this? What is holding it up? What is the problem? I do not see the problem, because it is a profitable business and no one can tell me it is not.

Ms. Bell: It is profitable, but to a certain extent large companies have managed through economies of scale to be able to stay profitable. If you are a small, independent player and if you have spoken to some smaller broadcast groups, they would say they have very specific challenges. Fragmentation is killing them.

In fact, we have small- and medium-market stations that are not making any money. If we did not own Toronto, Vancouver, and Alberta, we would not be able to subsidize. I think eight or nine of our conventional stations are unprofitable.

Senator Tkachuk: They lose money?

Ms. Bell: Absolutely, consistently every year.

Mr. Camilleri: For example, with the *National Post*, we are able to sustain it because of the larger entity. Toronto One is a new station in a large market.

a pas à Mississauga, ce qui m'a étonné : qu'une ville de 100 000 personnes n'ait pas sa propre chaîne de télévision — pourquoi quelqu'un n'ouvrirait pas une chaîne de télévision là-bas? Qu'est-ce qui pourrait l'en empêcher?

M. Camilleri : J'habite Mississauga.

Le sénateur Tkachuk : Pourquoi n'avez-vous pas lancé une chaîne de télévision là-bas?

M. Camilleri : Je peux m'asseoir dans ma salle de séjour et regarder 300 chaînes grâce aux services existants. Si j'extrapole en tenant compte des signaux distants sur le satellite, c'est même plusieurs fois ce chiffre. Si vous voulez vraiment être extraverti, dans ma rue il y a beaucoup d'antennes paraboliques noires et grises de DirectTV qui captent 500 chaînes des États-Unis.

Le sénateur Tkachuk : Vous dites que ce n'est pas la difficulté d'obtenir une licence, ou que c'est le fait que vous ne pouvez pas en tirer de bénéfiques, ce qui est la raison pour laquelle tout le monde veut acheter une télévision et des stations de radio alors qu'il y a, depuis très longtemps, une concurrence qui s'accroît, des satellites, du câble et de tout le reste?

M. Camilleri : J'imagine que c'est une question d'économie. Vous avez raison, Mississauga possède 800 000 habitants. Si vous lancez une chaîne de télévision à Mississauga, vous aurez 200 ou 300 autres chaînes concurrentes. C'est la réalité.

Le sénateur Tkachuk : Il semble que nous ayons besoin de plus de concurrence jusqu'à ce que vous obteniez une licence, mais, une fois celle-ci en poche, que vous ayez besoin de moins de concurrence. Laissez-moi poser à nouveau cette question. Cela doit-il être plus facile? Doit-il y avoir moins de règlement pour lancer des chaînes de télévision au Canada? Nous avons seulement CBC Newsworld en tant que service d'information phare et nous amenons Fox, MSNBC et CNN. Quand Global n'a pas sa propre chaîne d'information, est-ce que tout ceci n'est pas ridicule? Qu'est-ce qui vous retient? Quel est le problème? Je ne vois pas le problème, parce que c'est une activité rentable et personne ne peut me dire que cela n'est pas la cas.

Mme Bell : C'est rentable, mais dans la mesure où les grandes entreprises ont réussi, par des économies d'échelle, à pouvoir rester rentables. Si vous êtes un petit intervenant indépendant et si vous parlez à certains des plus petits groupes de diffusion, ils vous diront qu'ils ont des enjeux très spécifiques. La fragmentation les tue.

En fait, nous avons des chaînes de petite taille et de taille moyenne qui ne font aucun profit. Si nous ne possédions pas Toronto, Vancouver, et Alberta, nous ne pourrions pas les subventionner. Je pense que huit ou neuf de nos chaînes traditionnelles ne sont pas lucratives.

Le sénateur Tkachuk : Elles perdent de l'argent?

Mme Bell : Absolument, de façon constante chaque année.

M. Camilleri : Par exemple, avec le *National Post*, nous pouvons le soutenir en raison de l'existence du groupe. *Toronto One* est une nouvelle chaîne sur un grand marché.

Senator Tkachuk: If the *National Post* is losing money and eight television stations are losing money, where are you making your money?

Ms. Bell: Toronto, Vancouver, and Alberta.

Senator Tkachuk: Let us go back to that. If we as a committee are looking at public policy, should we decrease the regulatory machinations for getting a television licence? In other words, if you have the money and you want to open up a TV station, should you have the right to do so? If you have the money and you want to have a *Newsworld* or a *Newsnet* competition, should you have the right to do so? If you have the money, should you be able to start a radio station? If you could afford to buy the air wave, or maybe you do not have to do that nowadays, in a garage, should you have the right to do so? Would this be a good thing for Canada? Would it be good for the broadcast business?

Ms. Bell: Senator, the licensing process is fairly complex. If you are looking at the conventional television side, for example, when the commission receives an application for a new television service, it would issue a call for applications, and invite anybody who is interested in a licence to apply for it and compete for that frequency. Technically, you cannot buy a frequency. You could put your proposal together, appear at a hearing and make your case. The commission will decide based on a number of criteria, including is there room in the market?

Senator Tkachuk: Should the market not decide that?

Ms. Bell: The market, to some extent, does.

Senator Tkachuk: Why should the commission decide it? The CRTC should be the last people to decide it. We will be grappling with this and having debates on this, so I need your help.

Mr. Camilleri: The point I was making earlier is that the market is determining; the consumer is deciding today because the consumer is king. They have endless media choices right now in which to consume. They are deciding, because if you look at the 20, 30, 40, or 50 years of systemic trends of circulation declines in newspaper, if you look at the ratings and audience-share trends over the last ten years in conventional broadcast network, the audience reach is in half. Consumers are deciding.

Senator Tkachuk: If that is so, why is it that if I want to subscribe to a news channel that does not sound like all the others — namely, Fox — there is not a Canadian one?

Mr. Camilleri: There is not a Canadian Fox News?

Senator Tkachuk: There is not a Canadian equivalent. There is no private news channel in this country except the headline news owned by CTV, and nobody else. Does that not strike

Le sénateur Tkachuk : Si le *National Post* perd de l'argent et que huit chaînes de télévision perdent de l'argent, d'où tirez-vous vos revenus?

Mme Bell : Toronto, Vancouver et l'Alberta.

Le sénateur Tkachuk : Revenons sur ce point. Si, en tant que comité, nous examinons les politiques publiques, devons-nous diminuer les méandres des règlements pour l'octroi d'une licence de télévision? En d'autres termes, lorsque vous avez l'argent et que vous souhaitez ouvrir une chaîne de TV, devez-vous avoir le droit de le faire? Lorsque vous avez l'argent et souhaitez avoir concurrencer *Newsworld* ou *Newsnet*, devez-vous avoir le droit de le faire? Lorsque vous avez l'argent, devez-vous pouvoir lancer une station de radio? Si vous pouviez vous permettre d'acheter les ondes, ou peut-être même n'est-ce pas nécessaire de nos jours, dans un garage, devriez vous avoir le droit de le faire? Est-ce que ce serait une bonne chose pour le Canada? Est-ce que cela serait bon pour le secteur de la radiodiffusion?

Mme Bell : sénateur, le processus de licence est assez complexe. Si vous examinez l'aspect conventionnel de la télévision, par exemple, quand la commission reçoit une demande de nouveau service de télévision, elle établit un appel d'offre et invite les intéressés de la licence à en faire la demande et entrer en concurrence pour cette fréquence. Techniquement, vous ne pouvez pas acheter une fréquence. Vous pourriez monter votre dossier, comparaître à une audience et présenter votre cas. La commission décidera en fonction d'un certain nombre de critères, dont le fait de savoir s'il y a de la place sur le marché.

Le sénateur Tkachuk : Le marché ne devrait-il pas décider lui-même?

Mme Bell : Le marché le fait, dans une certaine mesure.

Le sénateur Tkachuk : Pourquoi la commission devrait-elle le décider? Les membres du CRTC devraient être les dernières personnes à le décider. Nous nous attaquerons à cette question et aurons des débats là-dessus, ainsi j'ai besoin de votre aide en la matière.

M. Camilleri : La remarque que je faisais plus tôt est que le marché détermine; le consommateur décide aujourd'hui parce que le consommateur est roi. À l'heure actuelle, il possède des choix sans fin pour consommer des médias. Il décide, parce que si vous regardez les 20, 30, 40, ou 50 années de tendances systémiques du déclin de la circulation des journaux, si vous vous penchez sur les audiences et parts de marché des dix dernières années dans le réseau traditionnel de diffusion, la portée de l'écoute est moitié moindre. Le consommateur décide.

Le sénateur Tkachuk : Si c'est ainsi, pourquoi est-ce que si je veux souscrire à un chaîne d'information qui ne ressemble pas aux autres le — à savoir Fox — n'y a-t-il pas une chaîne canadienne?

M. Camilleri : Il n'y a pas de chaîne Fox News canadienne?

Le sénateur Tkachuk : Il n'y a pas d'équivalent canadien. Il n'y a aucune chaîne privée d'information dans ce pays sauf les premières pages de l'information possédées par CTV, et personne

you as strange or is it just me thinking that this is rather weird? Why has that not happened?

Ms. Bell: Part of the criteria for licensing new services is to look at what is already in the marketplace and establish whether or not there is room for additional competitive services. Canada is one-tenth the size of the United States. In fact, we do have an incredible amount of choice for a country this size. Clearly, we cannot possibly sustain the amount of competition that you would have in a country the size of the United States.

We have two national news services. You also have CHUM Television that has a regional news service out of Toronto, which is 24-hour news. Then, you have all the conventional television stations providing large amounts of local, national, and international news.

Mr. Camilleri: You cannot deny the impact that CNN, CNN Headline News and eventually Fox News will have in this country in terms of taking eyeballs away from domestic news services. Like it or not, Canadians love to consume cultural content from south of the border.

Ms. Bell: There is a finite amount of dollars to go around the system. Television has to be subsidized by something. Consumers also are willing to pay for specialty services to a certain extent. Again, the more services you add, the more money it costs for them to receive those signals, or the more money you are taking out of the advertising pie.

There is a saturation point. We are at a point where there is extreme fragmentation in the television industry. How many more signals can you add?

Senator Tkachuk: I subscribe to cable, and I pay for television channels that I do not watch and do not need. Surely as part of that package there could be a news specialty channel that could compete with *CBC Newsworld* that some people would get even though they do not watch it and do not want it. Why has that not happened?

Mr. Camilleri: I cannot speak for other people, but in our case we would look at it in terms of economics and make a business assessment of how much money we would lose if we go into that. We have looked at it historically and determined that we would lose a lot of money if we did that because we would be competing with the incumbents at *CBC Newsworld*, *CTV Newsnet* and the American news carriers.

The Chairman: It is my understanding, based on news stories and not on hard documents, that two days ago the CRTC granted *Newsnet* the right to broaden its range of coverage.

Senator Tkachuk: That was big of them. Should we all thank the government for allowing us another television channel in Canada?

d'autre. Est-ce que cela ne vous frappe pas ou n'y-a-t-il que moi pour trouver cela plutôt étrange? Pourquoi cela ne s'est-il pas produit?

Mme Bell : Une partie des critères pour autoriser de nouveaux services est de regarder ce qui existe déjà sur le marché et établir s'il y a de la place pour des services concurrentiels supplémentaires. Le Canada fait un dixième de la taille des États-Unis. En fait, nous avons une quantité incroyable de choix pour un pays de cette taille. Il est clair que nous ne pouvons pas soutenir la même concurrence que vous auriez dans un pays de la taille des États-Unis.

Nous avons deux services d'information nationaux. Vous avez également CHUM Television qui possède un service d'information régional à partir de Toronto, qui est un service d'information 24 heures sur 24. Puis, vous avez toutes les chaînes traditionnelles de télévision qui fournissent de grandes quantités de nouvelles locales, nationales et internationales.

M. Camilleri : On ne peut pas nier l'impact que CNN, CNN Headline News et Fox News auront en fin de compte dans ce pays en termes d'émasculature des services d'information domestiques. Que cela nous plaise ou pas, les Canadiens aiment consommer le contenu culturel du sud de la frontière.

Mme Bell : Il y a un montant fini de dollars qui rentre dans le système. La télévision doit être subventionnée par quelque chose. Les consommateurs sont également disposés à payer des services spécialisées dans une certaine mesure. Là encore, plus que vous ajoutez de services, plus cela coûte d'argent pour recevoir les signaux, ou plus vous soutirez d'argent à la part générée par la publicité.

On arrive à un point de saturation. Nous en sommes à un point où il y a une fragmentation extrême dans l'industrie de la télévision. Combien de signaux pouvez-vous encore ajouter?

Le sénateur Tkachuk : Je souscris au câble, et je paye des chaînes de télévision que je ne regarde pas et dont je n'ai pas besoin. En tant qu'élément de cette souscription, ne pourrait-il pas y avoir une chaîne spécialisée dans l'information qui pourrait concurrencer *CBC Newsworld* que certains captent même s'ils ne la regardent pas et n'en veulent pas? Pourquoi cela ne s'est-il pas produit?

M. Camilleri : Je ne peux pas répondre pour d'autres, mais dans notre cas nous examinerions cela en termes d'économie et ferions une évaluation du plan d'activités pour savoir combien d'argent nous perdriions si nous entrions dans ce système. Nous avons regardé cela historiquement et déterminé que nous perdriions beaucoup d'argent si nous faisons cela parce que nous concurrencerions les organismes en place tels *CBC Newsworld*, *CTV Newsnet* et les diffuseurs américains des programmes d'information.

Le président : D'après ce que je comprends, selon des articles de presse et non sur la foi de documents, il y a deux jours le CRTC a accordé à *Newsnet* le droit d'élargir la portée de sa couverture.

Le sénateur Tkachuk : C'est gentil de leur part. Devons-nous remercier le gouvernement de nous permettre de regarder autre chaîne de télévision au Canada?

The Chairman: It is simply a point of information. We will provide you with the decision.

Senator Phalen: I am reading from a statement made by Leonard Asper at the annual general meeting of shareholders in January 2005. He stated:

Canada's regulatory environment has not kept pace with the changes. Conventional television is increasingly hobbled by regulatory constraints and discriminatory regulatory practices that favour one component of the industry over another.

For that reason the Company will continue to work with others in the industry to challenge outdated regulations, and seek relief where we feel that our media properties are being disadvantaged.

Could you tell us what the outdated regulations are that your properties are being disadvantaged by?

Mr. Camilleri: I will give you two or three of the hot buttons for us. We believe there is a great disequilibrium right now between conventional broadcasters and specialty channels in the sense that they have two revenue streams — advertising revenue as well as subscription fees — whereas conventional broadcasters receive only one source of revenue — advertising.

From a consumer's perspective, if you watch Global on channel 3, CTV on channel 8 or Home and Garden Television on channel 47, you do not know that one is a conventional broadcast channel, one is a Category 1 this and one is a Category 2 that. They are just channels. We think there is a great disequilibrium there.

We also think there is inequity in the fact that people can exploit our signals without compensating us for it, as well as in time shifting. Time shifting is a wonderful service for consumers. They can be in Ottawa and watching Global British Columbia's television signal. We cannot monetize that audience, and receive no compensation for it, yet the broadcast distribution entities, be they satellite or cable, monetize it. They actually sell time-shifting packages. They advertise the fact that you can watch *Survivor* eight times a night on various distant signals, and we get no compensation for that. We think it is unfair that people are monetizing our signals and making money from them while we get nothing for that. In fact, it hurts us because we lose advertising because we cannot monetize that audience.

We think the regulations are outdated when it comes to advertising restrictions, particularly in the area of prescription drug advertising. We think those regulations should be revisited.

Those are the three major issues for us; deregulation of advertising, compensation for use of our signal and compensation for carriage of our signal.

Le président : Ce n'est qu'un simple point d'information. Nous vous fournissons la décision.

Le sénateur Phalen : Je lis dans un rapport fait par Leonard Asper lors de l'assemblée générale ordinaire des actionnaires en janvier 2005. Il dit :

L'environnement de la réglementation du Canada n'a pas suivi les changements. La télévision traditionnelle est de plus en plus mise à mal par les contraintes des règlements et par les pratiques de normalisation discriminatoires qui favorisent une composante de l'industrie par rapport à une autre.

Pour cette raison, l'Entreprise continuera de travailler avec d'autres dans l'industrie pour défier les règlements périmés, et chercher une solution là où nous estimons que nos actifs dans les médias sont désavantagés.

Pourriez-vous nous dire quels sont les règlements périmés qui sont un désavantage pour vos actifs?

M. Camilleri : Je vous citerai deux ou trois mots magiques pour nous. Nous croyons qu'il y a un grand déséquilibre en ce moment entre les radiodiffuseurs traditionnels et les chaînes spécialisées dans le sens où ces derniers ont deux sources de revenus — la recette publicitaire et les abonnements — tandis que les radiodiffuseurs traditionnels n'ont qu'une seule source de revenus — la publicité.

Dans la perspective du consommateur, si vous regardez Global sur la 3^e chaîne, CTV sur la 8^e chaîne ou Home and Garden Television sur la 47^e chaîne, vous ne savez pas que l'une est une chaîne de radiodiffusion traditionnelle, que l'une est une de catégorie 1, celle-ci, et l'autre de catégorie 2, celle-là. Ce sont juste des chaînes. Nous pensons qu'il y a ici un déséquilibre important.

Nous pensons également qu'il y a injustice dans le fait que les gens peuvent exploiter nos signaux sans compensation pour nous, ainsi que dans la programmation décalée. La programmation décalée est un service fabuleux pour les consommateurs. Ils peuvent se trouver à Ottawa et regarder les signaux de télévision de Global en Colombie britannique. Nous ne pouvons pas monétiser cette audience, et nous ne recevons aucune compensation pour ce service, alors que les groupes de distribution d'émissions, par satellite ou par câble, eux le monétisent. En fait, ils vendent des services de programmation décalée. Ils annoncent le fait que vous pouvez regarder *Survivor* huit fois par nuit sur divers canaux éloignés, et nous n'obtenons aucune compensation pour cela. Nous pensons qu'il est injuste que les gens monétisent nos signaux et fassent l'argent grâce à eux tandis que nous n'obtenons rien du tout. En fait, cela nous fait du mal parce que nous perdons de la publicité parce que nous ne pouvons pas monétiser cette audience.

Nous pensons que les règlements sont périmés lorsqu'ils imposent des restrictions publicitaires, en particulier dans le secteur de la pharmacie sur ordonnance. Nous pensons que ces règlements devraient être revus.

Telles sont les trois questions principales pour nous; déréglementation de la publicité, compensation pour l'usage de nos signaux et compensation pour le transport de nos signaux.

Senator Phalen: Philip Lind of Rogers Communications, in testimony before this committee, stated that many of the convergence benefits from combining print and broadcast have not materialized. As a company with interest in both print and broadcast, can you tell us your experience in convergence?

Mr. Camilleri: My experience is, obviously, in the last three years. I think that people have confused consolidation with convergence. Early on, when we purchased the newspaper group, as would happen if two banks merged or two oil companies merged, we were able to provide more cost-effective service in functions such as finance and information technology, so we were able to rationalize in those areas and avoid duplication, which, in turn, allowed us to reinvest in what I would call the true convergence opportunities, which is launching new media platforms and services that ultimately grow the top line and attract new audiences.

Those are things such as the launching and subsequent expansion of *Global National*, the increased investment of local news, the launch of our new platform *Dose*, the creation of the news desk and the creation of our books division.

In our company, we are still in the early days but we still believe there are opportunities for us to create new services and new products, and to create new and diverse voices. We think *Dose* brings a healthy new voice to the Canadian marketplace, particularly for young people, and a variety of media platforms for young people to express themselves and exchange ideas with each other.

It is in the early days. It has not delivered on the hype of five or six years ago, but I think that at times the hype was ill-defined and there was a misunderstanding of consolidation versus convergence. I think people mix the two up.

[Translation]

Senator Chaput: CanWest is the largest newspaper publisher in Canada. According to your documentation, I read that you have more than 1,000 reporters, covering both the newspapers and television. With such a large number of employees and people who continuously work in a world of change, as you said, I would like to know your philosophy on ongoing training for these reporters. Do you have a policy that manages ongoing training? How was it developed? Do they receive any help? Do you offer any bursaries? Are they eligible for sabbaticals? What do you do to make sure that all these people get training?

[English]

Mr. Camilleri: That is a very good question. In the philanthropic report that we provided in our submission you will note that we contribute many millions of dollars to academic institutions that support curricula and training for journalists,

Le sénateur Phalen : Philip Lind de Rogers Communications, dans un témoignage devant ce comité, a déclaré que plusieurs avantages de la convergence entre presse et télévision ne se sont pas matérialisés. En tant qu'entreprise avec une participation dans la presse et la télévision, pouvez-vous nous faire part de votre expérience de convergence?

M. Camilleri : Mon expérience ne remonte, évidemment, qu'au trois dernières années. Je pense que les gens ont confondu la consolidation avec la convergence. Au début, quand nous avons acheté le groupe de journaux, comme ce qui se produirait si deux banques fusionnaient ou deux entreprises pétrolières fusionnaient, nous avons pu fournir un service plus rentable dans les domaines tels la technologie de finances et la technologie de l'information, ainsi nous avons pu rationaliser ces secteurs et éviter la duplication, ce qui, à son tour, nous a permis de réinvestir dans ce que j'appellerais les véritables possibilités de la convergence, qui est de lancer de nouvelles plateformes et services médias qui ont pour effet de tirer vers le haut et d'attirer de nouvelles audiences.

Tels sont le lancement et l'expansion qui a suivi de *Global National*, le plus grand investissement en informations locales, le lancement de notre nouvelle plateforme *Dose*, la création du bureau d'information et la création de notre division livres.

Dans notre entreprise, nous sommes encore dans les premiers jours mais nous croyons toujours qu'il y a des possibilités de créer de nouveaux services et nouveaux produits, et de créer des voix nouvelles et variées. Nous pensons que *Dose* apporte une nouvelle voix saine sur le marché canadien, en particulier pour les jeunes, et une variété de plateformes médias pour que les jeunes s'expriment et puissent échanger des idées les uns avec les autres.

Nous en sommes toujours au début. Le processus n'a pas répondu au battage d'il y a cinq ou six ans, mais je pense que parfois ce dernier a été mal défini et qu'il y a eu un malentendu entre consolidation et convergence. Je pense que les gens mélangent les deux.

[Français]

Le sénateur Chaput : CanWest est le plus important éditeur de journaux au Canada. D'après votre documentation, j'ai lu que vous avez chez vous au-delà de 1 000 journalistes, ce qui comprend les journaux et la télévision. Avec un nombre aussi considérable et des gens qui travaillent continuellement dans un monde de changement, comme vous l'avez dit, j'aimerais connaître votre philosophie par rapport à la formation continue de ces journalistes. Avez-vous une politique qui gère la formation continue? Comment se fait-elle? Est-ce qu'ils ont de l'aide? Avez-vous des bourses à offrir? Ont-ils accès à des congés sabbatiques? Comment faites-vous pour assurer qu'il y ait pour tous ces gens de la formation?

[Traduction]

M. Camilleri : C'est une très bonne question. Dans le rapport de philanthropie qui figure dans notre soumission vous noterez que nous contribuons des millions de dollars pour les établissements scolaires qui soutiennent des programmes

et cetera. We continue to expand our own in-house training and development budget to train and develop not only journalists but all of our employee base, because we constantly have to retool our skills because of the way the world is changing.

We are now forging strategic alliances with many academic institutions in every city in the country in which we do business — small, medium and large — which will consist of us creating co-op programs, summer student programs, and hiring graduates, as well as sending our employees back to school for training. As well, our employees are actually going back to school and lecturing and teaching because we think they have something to share.

Yes, we spend many millions of dollars in training our journalists and our workforce across our company, as every company must. It is a big priority for us in terms of constantly upgrading the skill sets and the skill base of our employees.

[Translation]

Senator Chaput: I have another question regarding contracts with freelancers. Some witnesses were critical of the type of contracts the CanWest company offers to freelancers. Some said that this type of contract is exclusive and what we are talking about here is perpetual exclusive rights on texts, for the world.

Could you provide us with more details on the nature of these contracts you have with your freelancers? What does it mean for them? Are there limitations placed on the freelancers?

[English]

Mr. Camilleri: First of all, the freelance contract has existed over many years, which predates some of us, and has been the subject of negotiation. We do not have a standard contract across the country. I will have Mr. Anderson and Mr. Nott talk about it in some detail, but I want to say at the outset that the provisions that some people who have appeared before this committee have expressed concern about, in the entertainment and technology industries are actually quite standard, and the grant of rights for now and hereinafter to be known, technologies, markets, and platforms, et cetera, is very commonplace and very common practice in the entertainment industry. There is nothing unique to those provisions in the newspaper industry. The newspaper industry is not doing anything that is unprecedented or does not exist in many other industries.

Having said that, as a matter of negotiation, we have changed our contracts where we have not been able to reach agreement with the people that we are contracting with, and disagree with the provision. I will let Mr. Nott and Mr. Anderson speak to that.

d'études et de formation pour les journalistes, etcetera. Nous continuons à augmenter notre propre budget interne de formation et de développement pour former non seulement des journalistes mais l'ensemble de nos employés, parce que nous avons constamment à revoir nos qualifications en raison de la manière dont le monde change.

Nous forgeons maintenant des alliances stratégiques avec beaucoup d'établissements scolaires dans chaque ville du pays où nous avons une activité commerciale — petite, moyenne et grande — qui consiste à notre création de programmes de coopération, d'académies d'été, et de location de diplômés, mais aussi à envoyer de nouveau nos employés à l'école pour recevoir une formation. De plus, nos employés vont réellement de nouveau à l'école pour y parler et y enseigner parce que nous pensons qu'ils ont quelque chose à partager.

Oui, nous dépensons beaucoup de millions de dollars pour former nos journalistes et la main d'œuvre de notre entreprise, comme doit le faire toute entreprise. C'est une priorité essentielle pour nous en termes d'amélioration constante des ensembles de compétence et de la base de compétence de nos employés.

[Français]

Le sénateur Chaput : J'ai une autre question relativement aux contrats entretenus avec les pigistes. Certains témoins ont critiqué le genre de contrats que la compagnie CanWest entretient avec les auteurs pigistes. Certains disent que ce type de contrat est exclusif et qu'il parle de droits exclusifs perpétuels des textes, pour l'univers.

Pourriez-vous nous expliquer un peu plus la nature des contrats que vous entretenez avec vos auteurs pigistes? Qu'est-ce que cela veut dire pour eux? Y a-t-il des contraintes qui leur sont imposées?

[Traduction]

M. Camilleri : Tout d'abord, le contrat de pigiste existe depuis un grand nombre d'années, bien avant nous, et a fait l'objet de négociations. Nous n'avons pas de contrat standard à travers le pays. Je passerai la parole à M. Anderson et à M. Nott pour en parler de manière assez détaillée, mais je veux dire avant cela que les dispositions dont certaines personnes qui ont comparues devant que ce comité ont exprimé des inquiétudes les concernant, dans l'industrie du divertissement et de la technologie sont en fait assez standards, et la concession de droits actuels et futurs, les technologies, les marchés, les plateformes, etcetera, sont des points communs et des pratiques très courantes dans l'industrie du divertissement. Ces dispositions n'ont rien d'unique dans l'industrie de la presse. L'industrie de la presse ne fait rien qui soit sans précédent ou n'existe pas dans beaucoup d'autres industries.

Ceci dit, en tant que sujet de négociation, nous avons changé nos contrats là où nous n'avons pu conclure d'accord avec les personnes que nous contractons, et nous sommes en désaccord avec la disposition. Je laisse à M. Nott et M. Anderson le soin d'en parler.

Mr. Anderson: To be clear, there was one specific contract that caused us some difficulties, and that was confined primarily to freelancers signed up to do automotive reviews for our driving sections. It was a contract drawn up by lawyers, and presented without difficulty to many of the freelancers. We did get some complaints. We reviewed the contract and changed some of the language to reflect those complaints. I think that one of the things we need to emphasize here is the need for contracts in the Internet age. Newspapers have been hounded for years by difficulties with freelancers and lawsuits over archive material and who has the resale rights to that material. Clarity is essential. We have tried to bring real clarity to our contracts and uniformity so that someone who works for multiple CanWest platforms or units does not have 15 contracts to try to deal with. I think Mr. Nott will speak to the way people are being paid, but I think they are more satisfied with the way they collect their money now than they were previously.

That was one specific small contract that caused difficulty. We have thousands, if not tens of thousands, of people with freelance contracts across the country. Trying to bring some clarity to that whole situation is a definite goal. It is an ongoing project.

Mr. Nott: Without trying to take it down to the mini-micro level, I will quickly explain how it worked prior to the contract being in place.

When a freelancer was contracted by the *Ottawa Citizen* and paid a fee for a piece of work, let us say \$200, they signed a contract that gave rights to other CanWest papers to use that material on a percentage-fee basis. For example, the \$200 piece appearing in the *Edmonton Journal*, *Calgary Herald*, and *Vancouver Sun*, would offer that journalist 10 per cent of the \$200 fee or \$20. It was incumbent on the freelancers and editors that used it almost as an honour system to tear that piece of newsprint, submit it with a \$20 invoice to the accounts payable department who then mailed off the \$20 cheque to the journalist who may or may not know which papers they appeared in. Sometimes they appeared in all of them, and sometimes none.

We brought some order to that by signing and establishing a contract that gave us rights for publication in all of those papers, whether it was used or not, and increased the amount of payment we originally offered at the outset. For example, instead of \$200, we paid \$250. Sometimes that worked for the freelancer because they were not going to get picked up anywhere else. Sometimes it went the other way, but we simplified it and tried to make it easier for everyone. We recognized that by adding to our rights we also added to the payment required.

Mr. Anderson: As an editor, relying on a harried night-newsdesker to account for freelancers and to make sure they received payment was not efficient, and under the old system,

M. Anderson : Pour être clair, il s'agissait d'un contrat spécifique qui nous a occasionné quelques difficultés, et qui s'est principalement confiné aux travailleurs à la pige contractés pour écrire des tests automobiles pour nos sections sur le monde automobile. C'était un contrat élaboré par des avocats, et présenté sans difficulté à plusieurs pigistes. Nous avons reçu quelques plaintes. Nous avons alors passé en revue le contrat et avons changé, en réponse à ces plaintes, une partie de la formulation employée. Je pense que l'une des choses que nous devons souligner ici est le besoin en contrats à l'ère d'Internet. Les journaux ont souffert pendant des années de difficultés avec les pigistes et les procès concernant les documents archivés et les titulaires des droits de revente de ce matériel. La clarté est essentielle. Nous avons essayé d'apporter une vraie clarté à nos contrats et une uniformité de sorte qu'un employé qui travaille pour différentes plateformes ou unités de CanWest n'ait pas 15 contrats à gérer. Je pense M. Nott parlera de la manière dont les gens sont payés, mais je pense qu'ils sont plus satisfaits de la manière selon laquelle ils reçoivent leur argent aujourd'hui qu'ils ne l'étaient auparavant.

Un petit contrat spécifique nous a occasionné des difficultés. Nous avons des milliers, sinon des dizaines de milliers, de personnes qui ont un contrat de pigiste à travers le pays. La tentative d'apporter de la clarté à cette situation est un objectif ferme. Le projet suit son cours.

M. Nott : Sans essayer de ramener l'explication en ses composantes minimum, j'expliquerai rapidement comment les choses fonctionnaient avant la mise en oeuvre du contrat.

Quand un pigiste était contracté par le *Ottawa Citizen* et recevait des honoraires pour un travail ponctuel, disons \$200, il signait un contrat qui donnait des droits à d'autres journaux de CanWest à utiliser ce matériel sur une base de paiement au pourcentage. Par exemple, le travail payé 200 \$ apparaissant dans le journal d'Edmonton, le *Calgary Herald*, et le *Vancouver Sun*, permettait au journaliste d'obtenir 10 p. 100 des 200 \$ de pige, soit 20 \$. Il appartenait aux pigistes de réclamer leur dû et les rédacteurs qui avaient utilisé cet article suivaient système sur l'honneur consistant à découper l'article paru dans le journal, et à l'envoyer avec une facture de \$20 au service comptable qui expédiait alors le chèque de 20 \$ au journaliste qui pouvait savoir ou pas dans quels journaux son article était paru. Parfois dans tous, et parfois aucun.

Nous avons apporté un certain ordre en signant et en établissant un contrat qui nous donne des droits de publication de tous ces articles, qu'ils aient été employés ou pas, et nous avons augmenté le paiement offert à l'origine. Par exemple, au lieu de payer \$200, nous payons \$250. Parfois le pigiste en bénéficie car son article n'aurait été utilisé nulle part ailleurs. Parfois cela avait l'effet inverse, mais nous avons simplifié le système pour le rendre plus facile pour tout le monde. Nous avons reconnu qu'en rajoutant des droits pour nous, nous ajoutions également au paiement requis.

M. Anderson : En tant que rédacteur en chef, me reposer sur un rédacteur fatigué par une nuit de travail pour comptabiliser les piges et s'assurer des paiements n'étaient pas un système efficace,

I spent a lot of my time dealing with freelancers who were angry because they had not been paid or they could not get a cheque from a sister paper somewhere, and this has made everyone's life much easier.

The Chairman: You have tens of thousands of freelancers?

Mr. Anderson: Over the years I am sure there have been tens of thousands.

The Chairman: But now?

Mr. Anderson: We would certainly have thousands. We would probably have tens of thousands of contracts in various places across the chain. I have not counted them, obviously, but I am just guessing that over time these things build up. At the *Ottawa Citizen* we use many freelancers, some on a one-off basis and others on an ongoing basis. I would not be surprised if it was a real number.

Mr. Camilleri: Our archive is 226 years old, so if you go back into the archive and you want to use materials, you have to track all the rights. There would be tens of thousands.

The Chairman: You said you have a thousand-plus journalists. I wonder if you could furnish for us more precise numbers and a comparison with the number of journalists who were employed five years ago in the same operations, comparing apples and apples, if possible, please — if you bought a television station in between times or sold one, whatever — because we are trying to get a sense of what has been happening in terms of numbers of journalists.

Why did you close Southam News?

Mr. Anderson: Southam News became CanWest News Service.

The Chairman: There were a whole lot of journalists who came in one day and were fired. You closed a division, if you will. Why did you do that?

Mr. Anderson: I think the best way to describe that was a rationalization of the *National Post* bureau with CanWest News Service.

Mr. Camilleri: I believe you are referring to the *National Post* bureau here in Ottawa?

The Chairman: As I understand it, the *National Post* bureau and the *Ottawa Citizen* remain, essentially.

Mr. Anderson: CanWest News Service and the *Ottawa Citizen* are about half of that bureau, as it always has been. There was a separate *National Post* bureau, but that did not prove to be very efficient, frankly.

The Chairman: In that bureau, you had some of the best journalists in the country. You just decided they were dispensable?

et dans l'ancien système, j'ai passé beaucoup de mon temps à traiter avec les pigistes qui étaient fâchés parce qu'ils n'avaient pas été payés ou qu'ils ne pouvaient pas obtenir un chèque d'un journal apparenté quelque part; le nouveau système a facilité la vie de tous.

Le président : Vous avez des dizaines de milliers de pigistes?

M. Anderson : Sur l'ensemble des années, je suis sûr qu'il y a eu des dizaines de milliers.

Le président : Et maintenant?

M. Anderson : Nous en avons certainement des milliers. Nous arriverions probablement à des dizaines de milliers de contrats dans divers endroits pour l'ensemble de la chaîne. Je ne les ai pas comptés, évidemment, mais j'estime que dans le temps ce genre de chose s'accumule. À l'*Ottawa Citizen*, nous employons beaucoup de pigistes, certains sur une base ponctuelle et d'autres sur une base continue. Je ne serais pas étonné si ce chiffre était correct.

M. Camilleri : Nos archives ont 226 ans, ainsi si vous remontez dans les archives pour employer des documents, vous devriez dépister tous les droits. Il y en aurait des dizaines de milliers.

Le président : Vous avez dit que vous avez plus de mille journalistes. Je me demande si vous pourriez nous fournir des chiffres plus précis et une comparaison avec le nombre de journalistes qui étaient employés il y a cinq ans dans les mêmes bureaux, en comparant des pommes avec et des pommes, si possible, s'il vous plaît — si vous avez acquis une chaîne de télévision entre temps ou vendu une chaîne, peu importe — parce que nous essayons de trouver un sens à ce qui s'est produit en termes de nombre de journalistes.

Pourquoi avez-vous fermé Southam News?

M. Anderson : Southam News est devenue CanWest News Service.

Le président : Il y a eu beaucoup de journalistes qui sont venus un jour et ont été licenciés. Vous avez fermé une division, si vous préférez. Pourquoi avez-vous fait cela?

M. Anderson : Je pense que la meilleure manière de décrire cela est la rationalisation du bureau du *National Post* avec celui de CanWest News Service.

M. Camilleri : Je crois que vous vous référez au bureau du *National Post* ici à Ottawa?

Le président : Dans ce que je comprends, le bureau du *National Post* et de l'*Ottawa Citizen* subsistent, en grande partie.

M. Anderson : CanWest News Service et l'*Ottawa Citizen* sont environ la moitié de ce bureau, comme cela l'a toujours été. Il y avait un bureau *National Post* séparé, mais qui ne s'est franchement pas avéré très efficace.

Le président : Dans ce bureau, vous aviez certains des meilleurs journalistes du pays. Vous avez juste décidé que vous pouviez vous passer d'eux?

Mr. Anderson: It was a *National Post* decision. It was not my decision. The *National Post* has its own interests here. Certainly, newsrooms over time have gone up and down in numbers, in a variety of areas. The most dramatic decline in newsroom numbers I ever saw was at *The Kingston Whig-Standard* when it was bought by Southam, and the newsroom is less than half the size it was then. I remember a letter from the then-editor to the publisher saying we cannot function, we have only 69 journalists. Now I think they have less than 30.

Mr. Camilleri: On the concept of the *National Post* bureau, because that is what you are referring to, I would make two comments. The first is, again the *National Post* was a unique situation. It was not sustainable with the very significant amount of money that it was losing. The popular and conventional wisdom would have the easy decision at the time to close it. We wanted to preserve it. We believe in the paper, we are committed to the paper, and we believe it provides a unique and different perspective from *The Globe and Mail* and other papers in the country. We had to stabilize it, so we had to make some tough decisions on the economic model.

In terms of the specifics, as to who stays and who goes, that is a management decision. The publisher and the editor of the Post at the time would have made the personnel decisions. It would have been the people who are most able to evaluate the journalistic resources they had, but it was really about sustaining the *National Post*.

The Chairman: I understand. It is not the business of this committee to second-guess individual newsroom decisions, whether they constitute staffing, editorial decisions, news judgments or whatever. We are trying to understand the context in which things happen.

Mr. Camilleri: Sure.

The Chairman: Hence the questions.

Mr. Anderson: If you look over time — you have to take a longer view for this — newsrooms, as you know, have gone up and down in numbers over years.

The Chairman: Mostly down.

Mr. Anderson: Last year in the *Ottawa Citizen*, I hired three new people. This year I have 5.5 full-time equivalent employees, FTEs, in the budget. Those are new resources to do new things.

The Chairman: What does that bring you up to?

Mr. Anderson: I would have to check our numbers; probably around 165 or 170 in total. I do not have those numbers off the top of my head.

The Chairman: You have explained your view on foreign bureaus, but I wonder why it would be that most CanWest papers, which are making money, no longer have their own correspondents in Ottawa. The last time I checked, the only exception was Montreal's *The Gazette*. There may be another one,

M. Anderson : Cela fut une décision du *National Post*. Ce ne fut pas ma décision. Le *National Post* a ses propres intérêts ici. Certes, les salles de rédaction ont augmenté et diminué, selon des secteurs variés. Le déclin le plus dramatique du nombre de salles de presse que j'aie jamais vu s'est produit au *Kingston Whig-Standard* quand il a été racheté par Southam; la salle de rédaction fait aujourd'hui moins de la moitié de ce qu'elle était alors. Je me rappelle d'une lettre du rédacteur en chef d'alors qui disait à l'éditeur que nous ne pouvions pas fonctionner à moins de 69 journalistes. Je crois qu'ils sont aujourd'hui moins de 30.

M. Camilleri : Sur le concept du bureau du *National Post*, parce que c'est à cela que vous faites référence, je ferai deux commentaires. Le premier est que, là encore le *National Post* était une situation unique. Il ne pouvait pas continuer à perdre les sommes d'argent très significatives qu'il perdait. La sagesse populaire et conventionnelle aurait été la décision facile alors de le fermer. Nous avons voulu le préserver. Nous croyons au journal, nous sommes engagés dans le journal, et nous croyons qu'il fournit une perspective unique et différente du *Globe and Mail* et d'autres journaux du pays. Nous avons dû le stabiliser, ainsi nous avons dû prendre quelques décisions difficiles au niveau économique.

En ce qui concerne les détails, savoir qui reste et qui s'en va, ceci est une décision de gestion. L'éditeur et le rédacteur en chef du Post ont pris les décisions concernant le personnel à ce moment-là. Les lecteurs auraient été les mieux placés pour évaluer les ressources journalistiques à leur disposition, mais il s'agissait alors de maintenir le *National Post*.

Le président : Je comprends. Ce n'est pas le rôle de ce comité de préjuger des différentes décisions de salle de rédaction, qu'elles traitent du personnel, des décisions éditoriales, de l'appréciation des informations ou quoi que ce soit d'autre. Nous essayons de comprendre le contexte dans lequel les choses se produisent.

M. Camilleri : Bien sûr.

Le président : D'où nos questions.

M. Anderson : Si vous vous penchez dans le temps — vous devez adopter une optique sur le long terme pour cela — les salles de rédaction telles que vous les connaissez, ont-elles augmenté ou diminué au cours des années.

Le président : Diminué pour la plupart.

M. Anderson : L'année dernière à l'*Ottawa Citizen*, j'ai recruté trois nouvelles personnes. Cette année j'ai 5,5 employés en équivalent temps plein, ETP, dans mon budget. Ce sont de nouvelles ressources pour faire de nouvelles choses.

Le président : Cela vous amène un total de?

M. Anderson : Il me faudrait vérifier nos chiffres; probablement autour de 165 ou 170 au total. Je n'ai pas ces chiffres en tête.

Le président : Vous avez expliqué votre vue sur les bureaux à l'étranger, mais je me demande pourquoi la plupart des journaux de CanWest, ceux qui sont bénéficiaires, n'ont plus leurs propres correspondants à Ottawa. La dernière fois que j'ai vérifié, la seule exception était la *Gazette* de Montréal. Il peut y en avoir un autre,

I do not know, but for the sake of argument how can you be so sure that a centralized news desk can provide the perspective on what happens in the national capital that is going to affect the individual communities that you serve?

Mr. Nott: First, just to clarify, the centralized news desk is an editing centre. It does not assign the Ottawa bureau. The Ottawa bureau is assigned by the Ottawa bureau chief. The content and production of that news team at the bureau has its work edited by copy editors, and by a political editor or two on the Canadian News Desk. The desk is at the receiving end of the process, not at the assigning end.

The Chairman: My fundamental question remains. Why, in terms of marketing, in terms of reader service, why does one not wish to provide that extra value that says we in Edmonton, or we in Halifax, or wherever, have our own person who, in addition to the national staff which will bring you the best coverage in the universe, will also give you Alberta's, Nova Scotia's or whatever, perspective?

Mr. Nott: The *Vancouver Sun* has its own reporter on the Ottawa bureau. *The Gazette* in Montreal has its own reporter in the Ottawa bureau. The *Calgary Herald* shares a columnist with the *National Post* in the Ottawa bureau. The *National Post* has its own reporter in the Ottawa bureau. The only exception is Mr. Anderson's paper which has five or six people in the bureau. The only exception amongst our major metros is the *Edmonton Journal*.

The Chairman: You have answered the question. In fact, you do see value in doing that?

Mr. Anderson: That is up to the individual papers to decide whether they want to put someone there. It does not work much differently than under the old Southam News Service that you would be familiar with. Some papers have a person there and some do not.

The Chairman: That is not what we have been told. Witnesses have come before this committee and told a different story, so it is important to understand that.

Mr. Nott: It is also worth noting that we are in contact, particularly with the *Edmonton Journal*, quite regularly. We are cognizant that most of the circulation of our newspaper chain is in the West and it is important that the *Edmonton Journal* has their needs met. When they want a particular story, whether it is about how the federal government is handling Bovine Spongiform Encephalopathy, BSE, or the Kyoto plan, we become a service bureau to our papers where we involve the political editors in those newsrooms to help us tell us what they want. We do not want to produce stories they do not run.

Mr. Anderson: Speaking about hiring and the number of journalists that we have, I referred earlier to our successful internship programs across the country. We have six at the

je ne sais pas, mais dans un but d'argumentation, comment pouvez vous être si sûr qu'un bureau d'information centralisé peut fournir une perspective sur ce qui se produit dans la capitale nationale et qui va affecter les différentes communautés que vous servez?

M. Nott : D'abord, juste pour clarifier, le bureau d'information centralisé est un centre d'édition. Il n'attribue pas les tâches au bureau d'Ottawa. Le bureau d'Ottawa est géré par le chef de bureau d'Ottawa. La teneur et la production de l'équipe chargée de l'information au bureau voit son travail édité par des réviseurs, puis par un rédacteur politique ou deux du Canadian News Desk. Le bureau se trouve à la fin du processus, pas à sa mise en route.

Le président : Ma question fondamentale demeure. Pourquoi, en termes de mercatique, en termes de service aux lecteurs, pourquoi ne souhaitez-vous pas fournir cette valeur ajoutée qui dit que nous d'Edmonton, ou nous de Halifax, peu importe, avons notre propre personnalité qui, en plus du personnel national nous apportera la meilleure couverture au monde, nous donnera également une opinion vue de l'Alberta, de la Nouvelle-Écosse?

M. Nott : Le *Vancouver Sun* a son propre journaliste au bureau d'Ottawa. La *Gazette* de Montréal a son propre journaliste au bureau d'Ottawa. Le *Calgary Herald* partage un chroniqueur avec le *National Post* au bureau d'Ottawa. Le *National Post* a son propre journaliste au bureau d'Ottawa. Le journal de M. Anderson est la seule exception avec cinq ou six personnes au bureau. Et la seule exception parmi nos métros importants est le *Edmonton Journal*.

Le président : Vous avez répondu à la question. En fait, vous voyez bien une valeur à faire cela?

M. Anderson : Il appartient aux différents journaux de décider s'ils veulent poster quelqu'un au bureau. Cela ne fonctionne pas beaucoup différemment par rapport à l'ancien service de Southam News que vous pouviez connaître. Certains journaux ont un correspondant présent et d'autres pas.

Le président : Ce n'est pas ce que nous avons entendu. Des témoins se sont présentés devant ce comité et on raconter une histoire différente, ainsi il est important pour nous de comprendre ce point.

M. Nott : Il est également à noter que nous sommes en contact, en particulier avec le *Edmonton Journal*, de façon très régulière. Nous sommes conscients que la majeure partie de la circulation de notre groupe de journaux est dans l'ouest et il est important que le *Edmonton Journal* réponde à leurs besoin. Quand ils requièrent un article particulier, que ce soit sur le traitement par le gouvernement fédéral de l'encéphalopathie spongiforme bovine, l'ESB, ou le programme de Kyoto, nous nous transformons en bureau de service pour nos journaux et nous impliquons les rédacteurs politiques de ces salles de rédaction pour nous aider à nous dire ce dont ils ont besoin. Nous ne voulons pas produire des articles qu'ils n'utiliseront pas.

M. Anderson : Au sujet du recrutement et du nombre de journalistes que nous avons, je me suis référé plus tôt au succès de nos programmes d'internat à travers le pays. Nous avons six

Ottawa Citizen. I should say the FTEs I have in my budget is my proposed budget so I am looking to include two more interns. One thing we strive to do as editors in the chain is to find a way to keep the very, very best of those young people in the chain, after their year-long internship is up, and to really bring up a new generation of journalists who are not only experienced in a variety of newspapers but maybe cross-trained on other things as well. Senator Munson referred to himself as an old reporter. When I am his age and sitting in this chamber, I hope to refer to myself as an old, fully converged, multiplatform content provider.

The Chairman: You do not have to be old to come here, you know.

Mr. Anderson: Okay, then I am in.

The Chairman: With the Canadian News Desk, a series of questions: Let me ask this as a bundle so you can see what I am driving at. Are papers free to choose whether or not they will use the copy? Are papers free to assign their own people to cover the same story? One of the famous examples that is regularly cited is movie reviews being centralized at the news desk. I am trying to find out how that works in terms of service to the local readers.

Mr. Nott: Let me see if I can get the questions. Are papers free to assign their own reporters?

The Chairman: To cover the same story.

Mr. Nott: It would depend on the story. In the most recent example, the death of the Pope, we had seven reporters in Rome. We felt that the story was big enough and broad enough that there were several angles and ways that the story could be covered. They do not call us and say, by the way, do we have your permission to go to Rome. Usually we find out with a phone call saying, we are in Rome, how can we fit into the file.

The Chairman: They are free?

Mr. Nott: Absolutely, they are free to do it.

Mr. Anderson: Another recent example is the Gomery inquiry. *The Gazette* in Montreal is covering that, but the *Ottawa Citizen*, at its own expense and its own volition, has Kathryn May staffing it. We believe that is important to us in our market in the broader, ongoing sense that Ms. May be there, understand everything that is being said and write about it for our audience, which has come to expect that kind of journalism from her.

Where it is a routine story that is not going to be much different no matter who covers it, someone might suggest that we have one reporter cover that news, and other reporters do other things so we can add more value to the readers. We have complete freedom to say no, as I did in the Gomery inquiry.

internes à l'*Ottawa Citizen*. Je devrais également dire que les ETP que j'ai dans mon budget, ce budget est proposé et je souhaite inclure deux internes supplémentaires. L'une des choses que nous tâchons de faire en tant que rédacteurs en chef dans la chaîne, c'est de trouver une façon de conserver les meilleurs parmi ces jeunes dans la chaîne, une fois leur année d'internat terminée, et d'amener à maturité une nouvelle génération des journalistes qui ont non seulement une expérience dans plusieurs journaux mais sont aussi formés à faire d'autres choses. Le sénateur Munson a parlé de lui en tant qu'ancien journaliste. Lorsque j'aurai son âge et que je siégerai dans cette chambre, j'espère pouvoir dire de moi que je suis un ancien fournisseur de contenu multiplate-formes pleinement convergé.

Le président : Vous n'avez pas à être âgé pour siéger ici, vous le savez bien.

M. Anderson : Très bien, comptez-moi des vôtres.

Le président : Avec le Canadian News Desk, une série de questions : Laissez-moi poser ces questions dans leur ensemble afin de voir là où je veux en venir. Les journaux sont-ils libres de choisir s'ils utilisent l'article ou pas? Les journaux sont-ils libres d'assigner leur propre personnel pour couvrir le même article? Un des exemples célèbres qui est régulièrement cité est celui des revues de film qui sont centralisées au bureau d'information. J'essaie de découvrir comment ceci fonctionne en termes de service rendus aux lecteurs locaux.

M. Nott : Laissez-moi voir si j'ai bien compris les questions. Les journaux sont-ils libres d'affecter leurs propres journalistes?

Le président : Pour couvrir le même événement.

M. Nott : Tout dépend de l'événement. Dans l'exemple le plus récent, le décès du pape, nous avons plusieurs reporters à Rome. Nous avons estimé que l'événement était assez important pour qu'il y ait plusieurs angles et manières de le couvrir. Ils ne nous appellent pas pour nous demandez si nous leur accordons la permission d'aller à Rome. En général, nous découvrons suite à un appel téléphonique qu'ils sont à Rome, lorsqu'ils nous demandent comment ils peuvent s'intégrer au dossier.

Le président : Ils sont libres?

M. Nott : Absolument, ils sont libres de le faire.

M. Anderson : Un autre exemple récent est l'enquête Gomery. La *Gazette* de Montréal couvrait cette affaire, mais le *Ottawa Citizen*, à ses propres frais et à de sa propre volonté, a envoyé Kathryn May couvrir l'événement. Nous croyons qu'il est important pour nous dans notre marché au sens le plus large que Melle. May puisse être là-bas, pour comprendre tout ce qui se dit et est écrit à ce sujet pour notre lectorat, lequel s'attend à ce genre de journalisme de sa part.

Pour un événement banal, il n'y aura pas beaucoup de différence qui que ce soit qui assure la couverture, encore que l'on pourrait suggérer la présence d'un journaliste pour couvrir l'information, et d'autres journalistes pour ajouter plus de valeur pour les lecteurs. Nous avons une totale liberté de dire non, comme je l'ai fait pour l'enquête Gomery.

I do not want to rely on *The Gazette*. I want my own reporter there, and I need this reporter's point of view.

The Chairman: That applies to news stories. What about movie reviews, book reviews, music reviews, food and other peripheral items?

Mr. Nott: Of that group you described, the only writers attached are movie reviewers — one in Vancouver and one in Ottawa. CanWest decided it would try to create a Siskel & Ebert of Canada, with respect to Mr. Siskel. We tried to do that with Catherine Monk from the *Vancouver Sun* and Jay Stone from the *Ottawa Citizen*. We provide those movie reviews across the chain. That does not mean, by a long stretch, that they are the only voices being written in those newsrooms. *The Gazette* continues to do movie reviews; the *Ottawa Citizen* occasionally does its own movie reviews; and the *Edmonton Journal*, for reasons they can talk about better than I can, tend not to use our movie reviews. We have tried to turn these people into convergent stars through appearances on Global television. That is the only area in which we have suggested that these are national writers in this specialty area that you should not go into. Other paid people are into them all the time. In terms of food, fashion and those items, our only involvement occurs when a fashion paper would suggest that they would like to send someone to Milan. Often we will pay for that and have the writer correspond for the news group, and not for the individual newspaper.

Senator Munson: You experimented on your national editorials. Has that gone away or is it still part of it?

Mr. Camilleri: In the three years that I have been at CanWest, I do not believe we have done one, although we have reserved our rights to do them. If they were to reappear it would have to be an issue of importance to our proprietors on which they would wish to express an opinion. If a national editorial were to appear, a number of things would appear. It would be identified clearly as such. The local editorial boards and writers would be free to dissent and publish their own differing opinions.

Senator Munson: That is similar to what we have heard Mr. Anderson describe.

Mr. Camilleri: Yes. If we were to do one, that is how we would do it.

Senator Munson: This is not a trick question but I would like to have your notion of freedom of the press? Does it belong to the owners, the publishers, the editors or, as some witnesses have said, the public?

Mr. Anderson: I tend to think, all of the above. A newspaper at any given time is a product of the passions of the people who work in the newsrooms. I have never relegated that to writers only. I believe that editors have passions and have a true influence on the voice of the paper because they bring their own interests, views, thoughts and ideas for stories, series and regular features. I have also never thought that the publisher had no right to have input and to determine the voice of the paper with his or her ideas,

Je ne veux pas dépendre de la *Gazette*. Je veux avoir mon propre journaliste là-bas, et j'ai besoin du point de vue de ce journaliste.

Le président : Ceci s'applique aux reportages. Que dire des critiques de film, de livre, de musique, de nourriture et autres éléments annexes?

M. Nott : De ce groupe que vous avez décrit, les seuls rédacteurs affectés sont les critiques de film — un à Vancouver et l'autre à Ottawa. CanWest a décidé d'essayer de créer un Siskel & Ebert du Canada, avec respect vis-à-vis de M. Siskel. Nous avons essayé de faire cela Catherine Monk du *Vancouver Sun* et Jay Stone de l'*Ottawa Citizen*. Nous fournissons ces critiques de film au travers du groupe. Cela ne signifie pas, et de loin, que ces voix sont les seules représentées par écrit dans les salles de rédaction. La *Gazette* continue de publier des critiques de film; l'*Ottawa Citizen* fait de temps en temps ses propres critiques de film; et le *Edmonton Journal*, pour des raisons dont ils pourraient parler mieux que moi, a tendance à ne pas utiliser nos critiques de film. Nous avons essayé de transformer ces personnes en étoiles montantes au travers d'apparition à *Global Television*. C'est le seul secteur pour lequel nous avons proposé qu'ils soient les seuls rédacteurs nationaux de ce secteur spécialisé. D'autres personnes payées y figurent tout le temps. En termes de nourriture, mode et sujets du même ordre, notre seule intervention se produit quand un magazine de mode suggère vouloir envoyer quelqu'un à Milan. Souvent nous prenons ces frais à notre charge et le journaliste travaille pour le groupe, et non le journal individuel.

Le sénateur Munson : Vous faites des expériences avec vos éditoriaux nationaux? Ceci a-t-il disparu ou est-ce toujours utilisé?

M. Camilleri : En trois années chez CanWest, je ne crois pas que nous ayons fait une seule expérience, bien que nous nous soyons réservés le droit de le faire. Si cela devait réapparaître, la question devrait être d'importance pour nos propriétaires au point où ils souhaiteraient exprimer une opinion. Si un éditorial national devait apparaître, un certain nombre de choses apparaîtraient également. Cela serait identifié clairement comme tel. Les bureaux de rédaction et les rédacteurs locaux seraient libres d'avoir une opinion divergente et d'éditer leurs propres avis.

Le sénateur Munson : Ceci est similaire à ce que nous avons entendu M. Anderson décrire.

M. Camilleri : Oui. Si nous devons le faire, c'est comme cela que nous le ferions.

Le sénateur Munson : Ce n'est pas une question piège mais j'aimerais avoir votre notion de la liberté de la presse? Appartient-elle aux propriétaires, aux éditeurs, aux rédacteurs ou, comme certains témoins l'ont dit, au public?

M. Anderson : J'aurais tendance à dire, à l'ensemble que vous venez de citer. Un journal, à tel ou tel moment, est le fruit de la passion des gens qui travaillent dans les salles de rédaction. Je n'ai jamais relégué cet aspect qu'aux seuls rédacteurs. Je crois que les rédacteurs ont des passions et qu'ils ont une influence réelle dans la voix du journal parce qu'ils apportent leurs propres intérêts, opinions, réflexions et idées pour des articles, des séries et des colonnes régulières. Je n'ai également jamais pensé que l'éditeur

thoughts, theories and passions. I would certainly not decline to hear the proprietors' thoughts, passions and views about what the voice of a paper should be. Ultimately, our readers are the ones who tell us because they call us every day to tell us whether we are hitting the mark. They are the buyers of the papers or the ones that cancel the papers in droves when we do something silly. On the rare occasion, they congratulate us for doing something brilliant. The voice of a newspaper comes from all of the above, and that is freedom of the press.

Senator Munson: The media companies are the only ones that have special protection under the Charter of Rights and Freedoms.

Mr. Anderson: I do not think we have any more protection than an ordinary citizen when it comes to freedom of speech.

Senator Munson: Do media companies owe the country something in return for what has been described as special treatment?

Mr. Anderson: First, I do not think we have special treatment but rather it is the right that every citizen has to free speech. However, I do think that we give back to this country in spades. I do not know of a single newsroom that is not driven by journalists who are there to get a story. The bottom line does not enter into the ordinary journalist's head; it is the story. What self-gratification can I get under my byline by breaking the best story and giving it to our readership? The role of the editor is to ensure that collectively what the journalists are doing is delivering just that. I do not believe we have any special rights but rather that we are exercising the rights that everybody has, perhaps, in a unique way. I also believe that we give back tremendously.

Senator Munson: I happen to agree with you. In my days at a national network, advertising was far away. You never woke up in the morning worried about that, even though it was your paycheque.

Mr. Anderson: It is now as it was then.

The Chairman: The media companies that I know about are newspapers, so I will only quote them. Specifically, I am thinking of the *Toronto Star* and the *Washington Post* that have statements of principles, or creeds, if you will. Is there any thought of that for CanWest? I am not talking about political positioning but rather about journalistic principles.

Mr. Anderson: In fact, we have one.

The Chairman: Could we see it?

Mr. Anderson: Certainly, we will provide it to you.

The Chairman: Where it did it come from?

Mr. Anderson: We have developed a number of principles over time and we are working on more.

The Chairman: I noticed that you mentioned them.

n'a pas le droit de jouer un rôle et de déterminer la voix du journal de par ses idées, pensées, théories et passions. Je ne refuserais certainement pas d'entendre les réflexions, les passions et les vues des propriétaires sur ce qu'ils pensent devoir être la voix d'un journal. Au bout du compte, nos lecteurs sont ceux qui nous le disent parce qu'ils nous appellent tous les jours pour nous dire si nous avons mis dans le mille. Ce sont les acheteurs des journaux ou ceux qui annulent leur abonnement qui nous appellent en masse quand nous faisons une bêtise. À de rares occasions, ils nous félicitent d'avoir fait quelque chose de brillant. La voix d'un journal est donc héritée des éléments ci-dessus, et c'est cela la liberté de la presse.

Le sénateur Munson : Les entreprises de médias sont les seules qui jouissent d'une protection spéciale dans la Charte canadienne des droits et libertés.

M. Anderson : Je ne pense pas que nous ayons plus de protection qu'un citoyen ordinaire quand il s'agit de la liberté de la parole.

Le sénateur Munson : Les entreprises de médias doivent-elles quelque chose au pays en échange de ce qui a été décrit comme un traitement spécial?

M. Anderson : Tout d'abord, je ne pense pas que nous ayons un traitement spécial mais plutôt que chaque citoyen a le droit à la liberté de parole. Toutefois, je pense que nous donnons beaucoup au pays en retour. Je ne connais pas une seule salle de rédaction qui n'est entraînée par des journalistes soucieux de faire un papier. Le résultat n'entre pas dans l'esprit du journaliste ordinaire; c'est faire le papier qui compte. Quelle satisfaction personnelle puis-je obtenir sous ma signature lorsque j'offre le meilleur papier à notre lectorat? Le rôle du rédacteur est de s'assurer que collectivement les journalistes font justement cela. Je ne crois pas que nous avons des droits spéciaux mais plutôt nous exerçons les droits de tout le monde, peut-être d'une manière unique. Je crois également que nous donnons énormément en retour.

Le sénateur Munson : Je suis d'accord avec vous. De mon temps dans un réseau national, la publicité était un phénomène lointain. On ne se réveillait jamais le matin en s'inquiétant de cela, quand bien même c'était votre gagne-pain.

M. Anderson : C'était le passé, nous sommes dans le présent.

Le président : Les seules entreprises de médias que je connais sont les journaux, ainsi je me contenterai de les citer. En particulier, je pense au *Toronto Star* et au *Washington Post* qui ont des principes, ou une profession de foi, si vous voulez. Cela fait-il l'objet d'une discussion chez CanWest? Je ne parle pas du positionnement politique mais plutôt de principes journalistiques.

M. Anderson : En fait, nous avons une profession de foi.

Le président : Pourrions-nous la voir?

M. Anderson : Mais certainement, nous vous la fournirons.

Le président : D'où vient-elle?

M. Anderson : Avec le temps, nous avons développé un certain nombre de principes et nous travaillons à en développer davantage.

Le président : J'ai noté que vous en avez fait mention.

Mr. Anderson: I have been in my corporate job since last June and, among other things, one of my duties is to develop and coordinate that statement of principles over time. It is an evolving thing. It is done in collaboration with editors across the country. I hope it is a work that is never finished. I would be happy to show you the work in progress.

The Chairman: I would be more than interested in seeing that. In the same vein, have you thought about appointing public editors, who used to be ombudsmen until some women were hired to the positions.

Mr. Anderson: It is not on the current agenda, which is quite full right now looking at what we can do to make our journalism better. I would not rule out discussing that. My view is that if editors in newsrooms are doing their job well, the role of the public editor is not as necessary as one might assume. One thing editors need to do in newspapers is respond to readers directly. Sometimes a public editor can get in the way of that and start determining policy, journalistic standards and ethics, which are the role of the editor. I would not deem it necessary but I am open to having my mind changed. I do not know what anybody else thinks.

Mr. Camilleri: There are avenues for people who have issues, whether on the broadcast side in television or on the newspaper side, that they can pursue if they feel aggrieved by anything that we have done.

Mr. Wyatt: From the television perspective, in addition to our principles and guidelines, we have subscribed to codes of ethics that we helped to create.

The Chairman: Can we see your principles and guidelines?

Mr. Wyatt: Absolutely. The code of ethics was developed in conjunction with the Radio-Television News Directors Association and the Canadian Association of Broadcasters. There is a body called the Canadian Broadcast Standards Council. People who take issue with what we do can write their complaint and have it put before an adjudication panel. We are subject to their judgment.

The Chairman: We are pursuing this line of questioning with the witnesses because they have told us they are waiting to see what our report says before they move any further in this vein.

Cross-promotion has come up several times before this committee, not first and foremost from CanWest, although occasionally CanWest.

However, there has been a noticeable stream of concern, and indeed assertions, from some journalists that news judgments can become widely distorted by the corporate mandate to produce cross-promotion as notably a television company's entertainment offerings and the news coverage of the newspaper. Do you have any policies to avoid that? What we hear sometimes about

M. Anderson : Je suis dans mes fonctions au groupe depuis juin passé et, entre autres choses, une de mes fonctions est de développer et de coordonner cette déclaration de principes au fur et à mesure des travaux. C'est une chose qui évolue. Elle est réalisée en collaboration avec les rédacteurs de tout le pays. J'espère que c'est un travail qui ne sera jamais fini. Je serais heureux de vous montrer les travaux en cours.

Le président : Je serais plus qu'intéressé de voir cela. Dans la même veine, avez-vous pensé à nommer des rédacteurs publics, qui d'habitude servaient de médiateurs jusqu'à ce que certaines femmes aient été nommées à ce poste?

M. Anderson : Ce n'est pas à l'ordre du jour, qui est assez rempli pour l'instant si l'on considère ce qui peut être fait pour rendre notre métier de journaliste meilleur. Je ne ferme pas la possibilité d'en discuter. Mon opinion est que si les rédacteurs des salles de rédaction font bien leur travail, le rôle du rédacteur public n'est pas aussi important que l'on pourrait le supposer. Une chose que les rédacteurs doivent faire dans les journaux est de répondre directement aux lecteurs. Parfois un rédacteur public peut entraver le bon déroulement de cette fonction, et commencer à déterminer la politique, les normes journalistiques et l'éthique, qui font partie du rôle du rédacteur en chef. Je ne considère pas cela comme nécessaire mais je reste ouvert à la possibilité de changer d'avis. Je ne sais pas ce qu'en pensent les autres.

M. Camilleri : Il y a des voies à suivre pour les personnes qui ont des problèmes, que ce soit à la télévision ou dans la presse, voies qu'elles peuvent poursuivre si elles se sentent lésées par quelque chose de notre fait.

M. Wyatt : Dans la perspective de la télévision, en sus de nos principes et directives, nous avons souscrit aux codes d'éthique que nous avons aidé à mettre en place.

Le président : Pouvons-nous voir vos principes et directives?

M. Wyatt : Absolument. Le code d'éthique a été développé conjointement avec la Radio-Television News Directors Association pour les actualités et l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Il existe un organisme appelé le Conseil canadien des normes de la radiotélévision. Les téléspectateurs peuvent soulever des questions et envoyer leur plainte par écrit afin qu'elle soit examinée par un groupe d'arbitres. Nous sommes forcés de respecter leur sentence.

Le président : Nous poursuivons cette ligne d'interrogation avec les témoins parce qu'ils nous ont indiqué qu'ils attendent pour voir ce que notre rapport contient avant qu'ils ne continuent dans la même veine.

Les promotions croisées ont été plusieurs fois entendues par ce comité, pas en premier lieu en ce qui concerne CanWest au premier chef, bien que de temps en temps cela puisse concerner CanWest.

Néanmoins, il y a eu un ensemble notable d'inquiétudes, et même des affirmations, de la part de certains journalistes que les appréciations des informations peuvent énormément varier en fonction du mandat du groupe à promouvoir une promotion croisée, notamment dans les programmes de divertissement d'une chaîne de télévision et lors du journal télévisé. Avez-vous une

CanWest is that CTV cannot get its shows covered to the same prominence as Global, but we have not heard anything like the degree of concern expressed about CanWest that we have about other situations. Nonetheless, one can understand the reason for concern when two different operations serve the same master. Do you have policies about cross-promotion, how far it can go, and what the limits ought to be?

Mr. Camilleri: We have no policy that prevents or precludes any of our media covering another company's media. For example, if you picked up *Dose* on Tuesday or Wednesday, you would have seen *Dose* did a great article on *The Amazing Race*.

The Chairman: I read *Dose* this afternoon in preparation for this meeting.

Mr. Camilleri: It pointed out that in households of two-plus, it surpassed *Survivor* in the ratings. *Survivor* is a Global show and *The Amazing Race* is a CTV show. There is a perfect example. We do not have a policy that precludes them from covering what they want to cover in our media. We encourage them, obviously, to cover our media. When they do cover our media, we do not tell them what to write. We have picked up our papers and seen them provide horrible reviews on the TV shows that we provide on Global. We have heard Global comment on the newspaper stories, but we do not have specific policies or edicts.

Mr. Anderson: The *Ottawa Citizen* has had a columnist write columns on *Survivor* and *The Apprentice*. We have also done *Canadian Idol*, which was a tremendously popular program on CTV. I think some of the people who may have come before this committee have forgotten that newspapers are still run by editors who have deep-set ethics and hard-and-fast rules about what is news and what is not. Even if the editors did not, their newsrooms would still remind them, because they are full of people with those ethics and those very well-defined journalistic standards. I bristle a little bit at the thought that somehow we would have to toady to the corporate master when it came to promoting entertainment.

The Chairman: We are really making you bristle a lot tonight, are we not?

Mr. Anderson: There is a taste test for these things.

Mr. Nott: When we see these announcements come across our desks, we question whether we would do this if it was sent to us by another network. We do not make it a story if it is a global announcement, by any means.

The Chairman: I have only two more questions, everybody will be undoubtedly glad to know. What is the appropriate level of profit for a city daily to earn, in your view, and are you there?

politique pour éviter cela? Ce que nous entendons parfois au sujet de CanWest est que CTV ne peut pas obtenir la couverture de ses émissions au même niveau que Global, mais nous n'avons pas entendu d'inquiétudes graves exprimées concernant CanWest comme celles que nous avons pu entendre concernant d'autres situations. Néanmoins, on peut comprendre la raison de ces inquiétudes lorsque deux organes différents servent le même maître. Avez-vous une politique quant aux promotions croisées, jusqu'à quel point elles peuvent aller, et que devraient être leurs limites?

M. Camilleri : Nous n'avons aucune politique qui exclut ou empêche à l'un de nos médias de couvrir les médias d'une autre entreprise. Par exemple, si vous preniez *Dose* le mardi ou le mercredi, vous verriez que *Dose* a fait un très bon article sur *The Amazing Race*.

Le président : J'ai lu *Dose* cet après-midi en prévision de la réunion.

M. Camilleri : Il a été précisé que dans les ménages deux-plus, il a dépassé *Survivor* dans les cotes d'écoute. *Survivor* est une émission de Global et *The Amazing Race* est une émission de CTV. Ceci est un parfait exemple. Nous n'avons pas de politique qui les empêche de couvrir ce qu'ils veulent dans nos médias. Nous les encourageons, bien évidemment, à couvrir nos médias. Lorsqu'ils couvrent nos médias, nous ne leur disons pas quoi écrire. Nous avons pris nos journaux et lu des critiques horribles sur les programmes de télévision que nous présentons sur Global. Nous avons entendu le commentaire de Global sur les articles des journaux, mais nous n'avons pas de politiques spécifiques ou d'édits à cet effet.

M. Anderson : L'*Ottawa Citizen* a fait écrire à un chroniqueur des colonnes sur *Survivor* et *The Apprentice*. Nous avons également écrit sur *Canadian Idol*, qui était un programme à grande écoute sur CTV. Je pense que certaines personnes qui ont pu se présenter devant ce comité ont oublié que les journaux sont toujours dirigés par des rédacteurs en chef qui ont une profonde éthique et des règles strictes en ce qui concerne ce qui est de l'information et ce qui n'en est pas. Même si les rédacteurs n'en avaient pas, leur salle de rédaction le leur rappellerait, parce qu'elles sont remplies de personnes qui ont cette éthique et ces normes journalistiques bien définies. Je me raidis un peu à la pensée que d'une façon ou d'une autre nous devons nous soumettre au maître des lieux lorsque nous faisons la promotion de programmes de divertissement.

Le président : Nous allons vous faire beaucoup vous raidir ce soir, n'est-ce pas?

M. Anderson : C'est un goût qui s'acquiert.

M. Nott : Quand nous voyons ces annonces passer sur nos bureaux, nous nous demandons ce que nous ferions si elles nous étaient envoyées par un autre réseau. Nous en faisons un papier si l'annonce est globale, c'est sûr.

Le président : Je n'ai seulement que deux questions de plus, tout le monde sera assurément ravi de le savoir. Quel est le niveau approprié de bénéfices pour le quotidien d'une ville d'être rentable, en êtes-vous arrivés là?

Mr. Camilleri: I would have to think about that. I do not have a number in my head. We look at it from a perspective that these entities, or whatever, in some cases are more than a hundred years old. The expectations from our investors who want return on their capital is that they will grow, that we have to deliver growth to our shareholders or else they will not invest. If they do not invest, we do not have the resources to do things, such as launch new publications, support the *National Post* or grow *Global National*. I do not fixate on a number other than to say we have to grow.

The Chairman: I did not ask, What is the appropriate level of profit for a national newspaper?

Mr. Camilleri: For a local newspaper or for any of our operations, I do not have a number in my head that says, if we get that number it is the right number. The expectations that are placed on us by our stakeholders, which include our shareholders. Without their capital and their investment, there is no "us." They expect us to grow. I look at it from an incremental perspective that we have to grow every year.

The Chairman: Where would you be now: 15 per cent or 20 per cent return on revenue? I am asking this because people come before us and make statements, and I am trying to figure out where the truth lies.

Mr. Camilleri: From a margin perspective, the margins differ in every market. There is not a hard and fast margin rule that you can apply that would go across every market. Every market is unique. It has its own set of influencers, if you will, on its economic performance. I do not think government has any place regulating margin in our business. I have heard that asserted. We have to grow our revenue, we have to grow our profits, and we have to grow our margins. That is the expectation placed on us by our shareholders. There is not a hard-and-fast number that you can say, that is the number for this product.

The Chairman: Do not worry.

Mr. Camilleri: I am not being evasive; there just is not a number where you go. That is it.

The Chairman: The last question is a hypothetical question, but I would like an answer. Government policy everywhere in the world addresses the degree of concentration of ownership in many industries, including the media industry. In the media industry, in particular, in those countries it also addresses the degree of cross-ownership. That cross-ownership lies somewhere between a kaleidoscopic universe where nobody owns more than one media outlet, therefore, you have hundreds of owners, and the other extreme, where you would have one owner of everything in the country, old Soviet Union style, I guess, except I am hypothesizing one private-sector owner. Limits have to be set somewhere in there. In your view for Canada, where would the appropriate limits lie?

M. Camilleri : Il me faudrait réfléchir à cela. Je n'ai pas de chiffre en tête. Nous regardons ceci dans une perspective où ces entités, quelle qu'elles soient, sont dans certains cas vieilles de plus de cent ans. Les espérances de nos investisseurs qui souhaitent tirer profit de leur capital est qu'elles se développeront, nous devons ainsi assurer une croissance pour nos actionnaires ou bien ils n'investiront pas. S'ils n'investissent pas, nous n'avons pas les ressources pour lancer des projets, tels de nouvelles publications, le soutien du *National Post* ou la croissance de *Global National*. Je ne me fixe pas sur un chiffre autre que celui de la croissance.

Le président : Je n'ai pas demandé, quel est le niveau de profit approprié pour un quotidien national?

M. Camilleri : Pour un journal local ou pour un de nos bureaux, je n'ai pas de chiffre à l'esprit d qui dirait, si nous obtenons ce chiffre, c'est le bon chiffre. Nous portons les espoirs placés sur nous par les parties intéressées, qui incluent nos actionnaires. Sans leur capital et leurs investissements, il n'y aurait pas de « nous ». Ils s'attendent à ce que nous indiquions une croissance. Je considère donc dans une perspective incrémentielle si nous avons fait l'objet d'une croissance chaque année.

Le président : Où en sommes-nous aujourd'hui : 15 ou 20 p. 100 de profit sur les bénéfiques? Je vous demande ceci car certaines personnes qui se sont déjà présentées ont fait des déclarations et je souhaite pouvoir me rendre compte de là où se trouve la vérité.

M. Camilleri : D'une perspective de marge, les marges diffèrent pour chaque marché. Il n'y a pas de marge stricte qui puisse être appliquée et qui conviendrait à tous les marchés. Chaque marché est unique. Si vous préférez, il a son propre ensemble d'influences sur sa performance économique. Je ne pense pas que le rôle du gouvernement soit de fixer une marge de régulation dans nos affaires. Ce que j'ai déjà entendu dire. Nous devons augmenter nos produits, nous devons améliorer nos bénéfiques, et nous devons accroître nos marges. C'est ce que nous demandent de faire les actionnaires. Il n'y a donc pas de chiffre stricte où l'on puisse dire qu'il existe un chiffre pour un produit particulier.

Le président : Ne vous inquiétez pas.

M. Camilleri : Je ne cherche pas à me montrer évasif; il n'y a simplement pas de chiffre précis à fournir. C'est tout.

Le président : La dernière question est une question hypothétique, mais j'aimerais obtenir une réponse. La politique des gouvernements partout dans le monde s'adresse au degré de concentration de la propriété dans beaucoup d'industries, y compris celle des médias. Dans l'industrie des médias, en particulier, dans ces pays, cette politique traite également du degré de participation croisée. Cette participation croisée se trouve quelque part entre un univers kaléidoscopique où personne ne possède plus d'une entreprise de médias, et la situation où vous avez des centaines de propriétaires, et l'extrémité inverse, celle où vous auriez un propriétaire unique pour tout le pays, vieux modèle soviétique, sauf que je fais une hypothèse sur l'existence d'un seul propriétaire du secteur privé. Les limites doivent se trouver quelque part là dedans. À votre avis pour le Canada, où les limites devraient-elles se situer?

Mr. Camilleri: I would have to think about it. I am not being evasive. I do not have an answer off the cuff for somewhere between one owner and an infinite number of owners.

The Chairman: The question may sound naive, but clearly this is one of the questions that this committee has to consider. Clearly, the views of CanWest Global are important, because you are, to put it very mildly, a major player, a major influence, and a major element of the Canadian fabric. Could you think about what you would consider to be an appropriate regime and write us a letter? If you have not got an answer tonight, I am not going to ask you to make one up in 30 seconds, because it is an important question.

Senator Munson: How far do you want to expand?

The Chairman: Your brief does talk about bulking up the company. One wonders what seems appropriate, from the company's point of view.

Mr. Camilleri: We definitely will get back to you on that. If I was to give an off-the-cuff answer, I do not think we would want to accept any threshold. The market realities are such today that the balance of power has shifted to the consumer. The consumer is king. There are literally an infinite number of media choices at the consumer's finger tips driven largely by technological innovation. The asserted dominance that our critics say we have, as we have tried to point out in our briefs, we simply believe is a myth.

The Chairman: I think you can answer this with a yes or a no. To get full access to one of your papers on the Internet, I have to pay something approximating the subscription price that I would pay to get the paper delivered to my home. Is that true?

Mr. Camilleri: Yes, if you only want to get the electronic version. If you are already a subscriber to the hard copy, you have access.

The Chairman: You can then have access. Okay. Thank you.

Senator Munson: Just a very short question: Because of the free metropolitan dailies, are you interested in getting into that kind of business? If you carry the examples of others in terms of cross-promotion, such as the *Star* and others, because people who are picking these things up on subways are reading them even though there may not be much news there. There is a bit and the educational process begins by having somebody read a paper on a bus. Whether it is free and not full of a lot of information, they may say, "When I get off the bus I think I will go in and pick up the *National Post* or the *Star*."

Mr. Camilleri: *Dose* is a free daily that we just started, and we are a one-third partner with *Metro* and *Torstar* and the launch of the *Metro* product in markets other than Toronto and Montreal where they already exist.

Senator Munson: I just needed that clear.

M. Camilleri : Il me faudrait réfléchir à cela. Je ne cherche pas à être évasif. Je n'ai pas une réponse sortant du chapeau pour donner un chiffre quelque part entre un propriétaire unique et un nombre infini de propriétaires.

Le président : La question peut sembler naïve, mais il est clair que c'est l'une des questions que ce comité doit considérer. L'opinion de CanWest Global est manifestement importante, car vous êtes un intervenant important, vous avez une influence importante, et vous êtes un élément important de la fabrique canadienne des médias. Pourriez-vous réfléchir à ce que vous considèreriez comme être le régime approprié et nous envoyer un courrier? Si vous n'avez pas de réponse ce soir, je ne vais pas vous demander d'en inventer une en 30 secondes car c'est une question importante.

Le sénateur Munson : Quelle taille souhaitez-vous atteindre?

Le président : Votre dossier parle d'agrandir l'entreprise. On se demande ce qui semble approprié, du point de vue de l'entreprise.

M. Camilleri : Nous communiquerons certainement à nouveau avec vous sur ce point. Si je devais donner une réponse sortant du chapeau, je ne pense pas que nous accepterions n'importe quel seuil. Les réalités du marché sont telles aujourd'hui que l'équilibre des forces est passé au consommateur. Ce dernier est roi. Il y a littéralement un nombre infini de choix dans les médias que le consommateur conduit au doigt et à l'œil grâce à l'innovation technologique. Cette dominance affirmée que nos critiques nous disent avoir, comme nous avons souhaité le démontrer dans notre dossier, nous croyons simplement qu'elle est un mythe.

Le président : Je pense que vous pouvez répondre à ceci par oui ou par non. Pour obtenir le plein accès à l'un de vos journaux sur Internet, je dois payer une somme qui se rapproche du prix d'abonnement que je paierais pour obtenir le journal livré chez moi. Est-ce vrai?

M. Camilleri : Oui, si vous voulez seulement obtenir la version électronique. Vous y avez déjà accès si vous êtes déjà un abonné du journal.

Le président : Je peux donc y avoir accès. Bien, merci.

Le sénateur Munson : Juste une question très courte : En raison des journaux métropolitains gratuits, êtes-vous intéressé à entrer dans ce type d'activité? Si vous diffusez les exemples des autres en termes de promotion croisée, comme avec le *Star* et d'autres, parce que les gens qui prennent une copie dans le métro la lisent, même si elle ne contient que peu d'information. Il y a un léger contenu et le processus éducatif commence par le fait d'avoir quelqu'un qui lit un journal dans l'autobus. Que cela soit gratuit et dépourvu d'informations, ils peuvent très bien se dire : « Lorsque je descendrai du bus, j'irai acheter un exemplaire du *National Post* or du *Star*. »

M. Camilleri : *Dose* est un journal gratuit que nous venons juste de lancer, et nous sommes associés à raison d'un tiers avec *Metro* et *Torstar*, au lancement du produit de *Metro* dans les marchés autres que Toronto et Montréal où ils existent déjà.

Le sénateur Munson : J'avais juste besoin de cet éclaircissement.

The Chairman: Obviously, we could go on asking you questions for at least another eight hours. We are not going to do that. We thank you very much indeed for having you with us. It is been a most interesting evening. You will write us about appropriate limits, standards, codes of ethics, guidelines, and that whole bundle of stuff?

Could you also provide some written information about your programs for training of journalists — existing journalists now employed? You have given us a lovely document about how you feed into journalism schools and whatnot, but what Senator Chaput was talking about would be very helpful. Have I forgotten anything? Also can you provide us with the numbers of journalists now and five years ago? Thank you all very much. It has been very interesting. Senators, this meeting stands adjourned. Our next meeting will be on Monday in St. John's Newfoundland at 9:00 o'clock in the morning.

The committee adjourned.

Le président : Il est évident que nous pourrions continuer à vous poser des questions pendant au moins encore huit heures. Nous n'allons pas faire cela. Nous vous remercions beaucoup de votre présence parmi nous. La soirée a été très intéressante. Vous nous écrivez sur le point des limites appropriées, des normes, des codes d'éthique, des directives, et de tous ces trucs?

Pourriez-vous également fournir quelques informations écrites quant à vos programmes pour la formation des journalistes — journalistes employés aujourd'hui? Vous nous avez donné un beau document au sujet de la façon dont vous introduisez dans les écoles de journalisme, etcetera, mais ce dont le sénateur Chaput parlait serait très utile. Ai-je oublié quelque chose? Pouvez-vous également nous fournir le nombre de journalistes aujourd'hui et il y a cinq ans de cela? Merci beaucoup à tous. Ce fut très intéressant. Sénateurs, cette réunion est ajournée. Notre prochaine réunion aura lieu lundi à St. John's, à Terre-Neuve, à 9 h 00 du matin.

La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:

Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

WITNESSES

Tuesday, April 12, 2005

Cogeco Inc.:

Michel J. Carter, President and Chief Executive Officer, TQS and
Cogeco Diffusion;

Yves Mayrand, Vice-President, Corporate Affairs.

Wednesday, April 13, 2005

CanWest Global Communications Corporation:

Richard C. Camilleri, President, CanWest MediaWorks;

Steve Wyatt, Vice-President and Editor-in-Chief, Global Television
News;

Gerry Nott, Editor-in-Chief, Canadian News Desk, CanWest News
Service, CanWest MediaWorks Publications;

Scott Anderson, Editor-in-Chief, *Ottawa Citizen*, and Vice-
President and Editor-in-Chief, CanWest MediaWorks
Publications;

Geoffrey Elliot, Vice-President, Corporate Affairs, CanWest
Global;

Charlotte Bell, Vice-President, Regulatory Affairs, CanWest
MediaWorks Television and Radio.

TÉMOINS

Le mardi 12 avril 2005

Cogeco Inc. :

Michel J. Carter, président et chef de la direction, TQS et Cogeco
Diffusion;

Yves Mayrand, vice-président, Affaires corporatives.

Le mercredi 13 avril 2005

CanWest Global Communications Corporation :

Richard C. Camilleri, président, CanWest MediaWorks;

Steve Wyatt, vice-président et rédacteur en chef, Global Television
News;

Gerry Nott, rédacteur en chef, Canadian News Desk, CanWest
News Service, CanWest MediaWorks Publications;

Scott Anderson, rédacteur en chef, *Ottawa Citizen*, et vice-président
et rédacteur en chef, CanWest Media Works Publications;

Geoffrey Elliot, vice-président, Affaires corporatives, CanWest
Global;

Charlotte Bell, vice-présidente, Affaires réglementaires, CanWest
MediaWorks Television and Radio.