

SENATE



SÉNAT

CANADA

Second Session
Forty-first Parliament, 2013-14

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

Chair:
The Honourable DENNIS DAWSON

Tuesday, October 21, 2014
Thursday, October 23, 2014
Monday, October 27, 2014
Tuesday, October 28, 2014

Issue No. 9

*Nineteenth, twentieth, twenty-first
and twenty-second meetings:*

Examine the challenges faced by the Canadian
Broadcasting Corporation in relation to the changing
environment of broadcasting and communications

WITNESSES:
(See back cover)

Deuxième session de la
quarante et unième législature, 2013-2014

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Président :
L'honorable DENNIS DAWSON

Le mardi 21 octobre 2014
Le jeudi 23 octobre 2014
Le lundi 27 octobre 2014
Le mardi 28 octobre 2014

Fascicule n° 9

*Dix-neuvième, vingtième, vingt et unième
et vingt-deuxième réunions :*

Étude sur les défis que doit relever la Société
Radio-Canada en matière d'évolution du milieu
de la radiodiffusion et des communications

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)

STANDING SENATE COMMITTEE ON TRANSPORT
AND COMMUNICATIONS

The Honourable Dennis Dawson, *Chair*

The Honourable Leo Housakos, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Carignan, P.C. (or Martin)	Hervieux-Payette, P.C. MacDonald
* Cowan (or Fraser)	Munson Plett
Demers Eggleton, P.C. Greene	Unger Verner, P.C.

*Ex officio members

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 12-5, membership of the committee was amended as follows:

The Honourable Senator Munson replaced the Honourable Senator Cordy (*October 27, 2014*).

The Honourable Senator Cordy replaced the Honourable Senator Mercer (*October 17, 2014*).

The Honourable Senator Hervieux-Payette, P.C., replaced the Honourable Senator Merchant (*October 14, 2014*).

The Honourable Senator Unger replaced the Honourable Senator Maltais (*October 9, 2014*).

The Honourable Senator Housakos replaced the Honourable Senator Dagenais (*October 9, 2014*).

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES TRANSPORTS
ET DES COMMUNICATIONS

Président : L'honorable Dennis Dawson

Vice-président : L'honorable Leo Housakos

et

Les honorables sénateurs :

* Carignan, C.P. (ou Martin)	Hervieux-Payette, C.P. MacDonald
* Cowan (ou Fraser)	Munson Plett
Demers Eggleton, C.P. Greene	Unger Verner, C.P.

* Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 12-5 du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

L'honorable sénateur Munson a remplacé l'honorable sénatrice Cordy (*le 27 octobre 2014*).

L'honorable sénatrice Cordy a remplacé l'honorable sénateur Mercer (*le 17 octobre 2014*).

L'honorable sénatrice Hervieux-Payette, C.P., a remplacé l'honorable sénatrice Merchant (*le 14 octobre 2014*).

L'honorable sénatrice Unger a remplacé l'honorable sénateur Maltais (*le 9 octobre 2014*).

L'honorable sénateur Housakos a remplacé l'honorable sénateur Dagenais (*le 9 octobre 2014*).

MINUTES OF PROCEEDINGS

HALIFAX, Tuesday, October 21, 2014
(31)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9 a.m., in the Regency Ballroom, Lord Nelson Hotel and Suites, the chair, the Honourable Dennis Dawson, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Cordy, Dawson, Greene, Plett and Unger (5).

In attendance: Dillian Theckedath, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament; Mona Ishack, Communications Officer, Senate Communications Directorate.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Monday, December 9, 2013, the committee continued its study on the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 2.*)

WITNESSES:

As an individual:

Kelly Toughill, Director and Associate Professor, School of Journalism, University of King's College.

Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse:

Marie-Claude Rioux, Executive Director.

Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick:

Bruno Godin, Executive Director.

Federation of Francophones of Newfoundland and Labrador:

Cyrilda Poirier, President.

CJRI Radio:

Ross Ingram, Owner and Manager.

Tell Tale Productions Inc.:

Edward Peill, President.

Canadian Broadcasting Corporation:

Denise Wilson, Senior Managing Director - Atlantic Canada;

Richard Simoens, Director of French Services - Acadie.

Arcadia Productions:

John Wesley Chisholm, Creative Director.

Boyne Clarke LLP, Lawyers:

John A. Young, Q.C., Lawyer.

Mr. Toughill made a statement and, answered questions.

PROCÈS-VERBAUX

HALIFAX, le mardi 21 octobre 2014
(31)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 heures, dans la salle Regency du Lord Nelson Hotel and Suites, sous la présidence de l'honorable Dennis Dawson (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Cordy, Dawson, Greene, Plett et Unger (5).

Également présents : Dillian Theckedath, analyste, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement; Mona Ishack, agente de communications, Direction des communications du Sénat.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le lundi 9 décembre 2013, le comité poursuit son étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 2 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

À titre personnel :

Kelly Toughill, directrice et professeure agrégée, École de journalisme, Université King's College.

Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse :

Marie-Claude Rioux, directrice générale.

Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick :

Bruno Godin, directeur général.

Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador :

Cyrilda Poirier, présidente.

Radio CJRI :

Ross Ingram, propriétaire et directeur.

Tell Tale Productions Inc. :

Edward Peill, président.

Société Radio-Canada :

Denise Wilson, directrice principale — Canada atlantique;

Richard Simoens, directeur des Services français — Acadie.

Arcadia Productions :

John Wesley Chisholm, directeur artistique.

Cabinet d'avocats Boyne Clarke, s.r.l. :

John A. Young, c.r., avocat.

M. Toughill fait un exposé et répond aux questions.

The Honourable Senator Plett moved:

That the committee allow coverage by electronic media of the committee's public proceedings with the least possible disruption of its hearings.

The question being put on the motion, it was adopted.

Mr. Godin, Mr. Poirier and Mr. Rioux each made a statement and answered questions.

At 10:47 a.m., the committee suspended.

At 11:05 a.m., the committee resumed.

Mr. Ingram and Mr. Peill each made a statement and answered questions.

At 12:04 p.m., the committee suspended.

At 1:06 p.m., the committee resumed.

Ms. Wilson and Mr. Simoens each made a statement and answered questions.

Mr. Chisholm made a statement and answered questions.

At 2:07 p.m., the committee suspended.

At 2:19 p.m., the committee resumed.

Mr. Young made a statement and answered questions.

At 3:04 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

QUEBEC, Thursday, October 23, 2014
(32)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:30 a.m., in the Duquesne Room, Delta Hotel Quebec, the chair, the Honourable Dennis Dawson, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Dawson, Housakos and Plett (3).

In attendance: Dillian Theckedath, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament; Mona Ishack, Communications Officer, Senate Communications Directorate.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Monday, December 9, 2013, the committee continued its study on the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 2.*)

L'honorable sénateur Plett propose :

Que le comité permette la diffusion des délibérations publiques du comité par les médias d'information électroniques, de manière à déranger le moins possible ses travaux.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

MM. Godin, Poirier et Rioux font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 10 h 47, la séance est suspendue.

À 11 h 5, la séance reprend.

MM. Ingram et Peill font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 12 h 4, la séance est suspendue.

À 13 h 6, la séance reprend.

Mme Wilson et M. Simoens font chacun un exposé et répondent aux questions.

M. Chisholm fait un exposé et répond aux questions.

À 14 h 7, la séance est suspendue.

À 14 h 19, la séance reprend.

M. Young fait un exposé et répond aux questions.

À 15 h 4, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

QUÉBEC, le jeudi 23 octobre 2014
(32)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 30, dans la salle Duquesne de l'Hôtel Delta Québec, sous la présidence de l'honorable Dennis Dawson (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Dawson, Housakos et Plett (3).

Également présents : Dillian Theckedath, analyste, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement; Mona Ishack, agente de communications, Direction des communications du Sénat.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le lundi 9 décembre 2013, le comité poursuit son étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 2 des délibérations du comité.*)

WITNESSES:

Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada:

Isabelle Doyon, President, SCFP Local 675.

Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada:

Adrien Caissie, Local President - Moncton, SCFP Local 5757.

Canadian Union of Public Employees:

Natalie Blais, Research Advisor.

Voice of English-speaking Québec:

Jean-Sébastien Gignac, Executive Director.

Megantic English-Speaking Community Development Corporation:

Ann Marie Laughrea Powell, President.

Confédération des syndicats nationaux:

Jean Lortie, Corporate Secretary;

François Énault, Assistant to the Executive Committee.

Fédération nationale des communications:

Pierre Roger, President.

AVATAR:

Mériol Lehmann, Chief Executive Officer.

Productions Claude Thibodeau inc.:

Claude Thibodeau, President.

The chair made a statement and the committee observed a moment of silence to mark the passing of Corporal Nathan Cirillo and the shooting on Parliament Hill.

Mr. Doyon, Mr. Caissie and Ms. Blais each made a statement and answered questions.

Mr. Gignac and Mr. Powell each made a statement and answered questions.

At 11:11 a.m., the committee suspended.

At 12:58 p.m., the committee resumed.

Mr. Lortie made a statement and, together with Mr. Énault and Mr. Rogers, answered questions.

At 2:04 p.m., the committee suspended.

At 2:06 p.m., the committee resumed.

Mr. Thibodeau and Mr. Lehmann each made a statement and answered questions.

At 3:13 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

TÉMOINS :

Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada :

Isabelle Doyon, présidente, SCFP section 675.

Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada :

Adrien Caissie, président local - Moncton, SCFP section 5757.

Syndicat canadien de la fonction publique :

Natalie Blais, conseillère à la recherche.

Voice of English-speaking Quebec :

Jean-Sébastien Gignac, directeur général.

Corporation de développement de la communauté d'expression anglaise de Mégantic :

Ann Marie Laughrea Powell, présidente.

Confédération des syndicats nationaux :

Jean Lortie, secrétaire général;

François Énault, adjoint au comité exécutif.

Fédération nationale des communications :

Pierre Roger, président.

AVATAR :

Mériol Lehmann, directeur général.

Productions Claude Thibodeau inc. :

Claude Thibodeau, président.

Le président fait une déclaration et les membres du comité observent un moment de silence pour souligner le décès du caporal Nathan Cirillo et la fusillade qui a eu lieu sur la Colline du Parlement.

MM. Doyon et Caissie et Mme Blais font chacun un exposé et répondent aux questions.

MM. Gignac et Powell font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 11 h 11, la séance est suspendue.

À 12 h 58, la séance reprend.

M. Lortie fait un exposé puis, avec MM. Énault et Rogers, répond aux questions.

À 14 h 4, la séance est suspendue.

À 14 h 6, la séance reprend.

MM. Thibodeau et Lehmann font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 15 h 13, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

TORONTO, Monday, October 27, 2014
(33)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9 a.m., in the Governor General Main room, Hilton Toronto Hotel, the chair, the Honourable Dennis Dawson, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Dawson, Eggleton, P.C., Housakos, MacDonald, Munson, Plett and Unger (7).

In attendance: Terrence Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament; Mona Ishack, Communications Officer, Senate Communications Directorate.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Monday, December 9, 2013, the committee continued its study on the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 2.*)

WITNESSES:

Rogers Media Inc.:

Keith Pelley, President, Media Business Unit;
Susan Wheeler, Vice-President, Regulatory Affairs Media.

TekSavvy Solutions Inc.:

Bram Abramson, Chief Legal and Regulatory Officer.

The Rosemond Company:

Perry Rosemond, Producer, Director and Writer.

Fair Pensions For All:

William Tufts, Executive Director;
Gene Dziadyk, Technical Advisor.

Microsoft Canada:

John Weigelt, National Technology Officer.

As individuals:

John P. Roman;
Kady MacDonald Denton.

Mr. Pelley made a statement and, together with Mr. Wheeler, answered questions.

At 10 a.m., the committee suspended.

At 10:03 a.m., the committee resumed.

Mr. Abramson made a statement and answered questions.

At 10:44 a.m., the committee suspended.

TORONTO, le lundi 27 octobre 2014
(33)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 heures, dans la salle Governor General Main de l'Hôtel Hilton Toronto, sous la présidence de l'honorable Dennis Dawson (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Dawson, Eggleton, C.P., Housakos, MacDonald, Munson, Plett et Unger (7).

Également présents : Terrence Thomas, analyste, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement; Mona Ishack, agente de communications, Direction des communications du Sénat.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le lundi 9 décembre 2013, le comité poursuit son étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 2 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

Rogers Media Inc. :

Keith Pelley, président, segment Média;
Susan Wheeler, vice-présidente, Affaires réglementaires-Média.

TekSavvy Solutions Inc. :

Bram Abramson, agent législatif et réglementaire en chef.

The Rosemond Company :

Perry Rosemond, producteur, réalisateur et scénariste.

Fair Pensions For All :

William Tufts, directeur général;
Gene Dziadyk, conseiller technique.

Microsoft Canada :

John Weigelt, directeur technique national.

À titre personnel :

John P. Roman;
Kady MacDonald Denton.

M. Pelley fait un exposé puis, avec M. Wheeler, répond aux questions.

À 10 heures, la séance est suspendue.

À 10 h 3, la séance reprend.

M. Abramson fait un exposé et répond aux questions.

À 10 h 44, la séance est suspendue.

At 10:52 a.m., the committee resumed.

Mr. Rosemond made a statement and answered questions.

At 11:39 a.m., the committee suspended.

At 1:02 p.m., the committee resumed.

Mr. Dziadyk made a statement and, together with Mr. Tufts, answered questions.

Mr. Weigelt made a statement and answered questions.

At 2:41 p.m., the committee suspended.

At 2:48 p.m., the committee resumed.

Mr. Roman and Ms. MacDonald Denton made a statement and answered questions.

At 3:58 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

TORONTO, Tuesday, October 28, 2014

(34)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:30 a.m., in Governor General Main room, Hilton Toronto Hotel, the chair, the Honourable Dennis Dawson, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Dawson, Eggleton, P.C., Housakos, MacDonald, Plett, Unger (6).

In attendance: Terrence Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Service, Library of Parliament; Mona Ishack, Communications Officer, Senate Communications Directorate.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Monday, December 9, 2013, the committee continued its study on the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 2.*)

WITNESSES:

McCarthy Tétrault:

Peter S. Grant, Counsel.

HonestReporting Canada:

Mike Fegelman, Executive Director.

University of Toronto Community Radio Inc.:

Ken Stowar, Station Manager.

À 10 h 52, la séance reprend.

M. Rosemond fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 39, la séance est suspendue.

À 13 h 2, la séance reprend.

M. Dziadyk fait un exposé puis, avec M. Tufts, répond aux questions.

M. Weigelt fait un exposé et répond aux questions.

À 14 h 41, la séance est suspendue.

À 14 h 48, la séance reprend.

M. Roman et Mme MacDonald Denton font un exposé et répondent aux questions.

À 15 h 58, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

TORONTO, le mardi 28 octobre 2014

(34)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 10 h 30, dans la salle Governor General Main de l'Hôtel Hilton Toronto, sous la présidence de l'honorable Dennis Dawson (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Dawson, Eggleton, C.P., Housakos, MacDonald, Plett, Unger (6).

Également présents : Terrence Thomas, analyste, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement; Mona Ishack, agente de communications, Direction des communications du Sénat.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le lundi 9 décembre 2013, le comité poursuit son étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 2 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

McCarthy Tétrault :

Peter S. Grant, avocat.

HonestReporting Canada :

Mike Fegelman, directeur exécutif.

University of Toronto Community Radio Inc. :

Ken Stowar, directeur de la station.

Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada:

Michel Cormier, Executive Director, News and Current Affairs, French Services;

Jennifer McGuire, General Manager and Editor in Chief, CBC News.

Mr. Grant made a statement and answered questions.

At 11:32 a.m., the committee suspended.

At 1:30 p.m., the committee resumed.

Mr. Fegelman made a statement and answered questions

Mr. Stowar made a statement and answered questions.

At 2:05 p.m., the committee suspended.

At 2:13 p.m., the committee resumed.

Ms. McGuire and Mr. Cormier each made a statement and answered questions.

At 3:28 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation :

Michel Cormier, directeur général de l'information, Services français;

Jennifer McGuire, directrice générale et rédactrice en chef, CBC News.

M. Grant fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 32, la séance est suspendue.

À 13 h 30, la séance reprend.

M. Fegelman fait un exposé et répond aux questions.

M. Stowar fait un exposé et répond aux questions.

À 14 h 5, la séance est suspendue.

À 14 h 13, la séance reprend.

Mme McGuire et M. Cormier font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 15 h 28, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier du comité,

Daniel Charbonneau

Clerk of the Committee

EVIDENCE

HALIFAX, Tuesday, October 21, 2014

The Standing Senate Committee on Transport and Communication met this day at 9 a.m. to examine the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

Senator Dennis Dawson (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: We are continuing our study of the challenges faced by the CBC, the Canadian Broadcasting Corporation, in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

The committee is pleased to commence its hearings here in Halifax. The fact that three members of the committee come from Halifax did bring a little pressure, not a lot, but it is a pleasure. This is the first public hearing and we are holding it here because obviously the perception of how CBC and Radio-Canada plays its role is very different from Toronto to Montreal to Ottawa and how it's perceived in the rest of the country.

I'd like to also acknowledge, and we're happy to know, that our colleague, Senator Mercer, who is a regular and very active member of the Transport and Communications Committee, is going toward a speedy recovery, and we look forward to having him back at our meetings as soon as possible.

That being said, I'll give the floor to Ms. Kelly Toughill who will be making her presentation this morning.

Kelly Toughill, Director and Associate Professor, School of Journalism, University of King's College, as an individual: Thank you. As your first witness, let me say welcome to Halifax. I do think it's really appreciated by everyone in the regions when committees like this travel, and you're right that the perception of CBC, the use of CBC is very different in different regions.

I study emerging business models in journalism specifically, what people are doing to make journalism sustainable and also how those business models change the nature of journalism content. I'm going to start with an excerpt from the Web, the introduction to the CBC Annual Report that was released on October 9, and here's the quote: "The reality is the public broadcaster is currently not sustainable."

That's a pretty unusual preamble, a pretty extraordinary thing for any organization to say as they're introducing their annual report. So that's a pretty extraordinary thing to say in your annual report, "We're not sustainable." I think it's accurate. I think there's a chance that the CBC might be gone in a decade, and that's because it's being forced to adopt a dying business

TÉMOIGNAGES

HALIFAX, le mardi 21 octobre 2014

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 heures, pour faire une étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Le sénateur Dennis Dawson (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le président : Nous poursuivons notre étude sur les défis que doit relever la SRC, la Société Radio-Canada, en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Le comité est heureux de commencer ses audiences ici, à Halifax. Le fait que trois des membres du comité viennent de Halifax a eu une certaine influence sur le choix du lieu, mais pas très grande, et nous sommes heureux d'être ici. Il s'agit de la première audience publique, et nous la tenons ici parce que, évidemment, la façon dont la CBC et Radio-Canada jouent leur rôle est perçue très différemment à Toronto, à Montréal et à Ottawa, ainsi que dans le reste du pays.

J'aimerais également souligner que nous avons reçu une bonne nouvelle : notre collègue, le sénateur Mercer, qui est un membre en règle très actif du Comité des transports et des communications, est en voie de se rétablir promptement, et nous espérons qu'il sera de retour parmi nous le plus rapidement possible.

Cela dit, je vais céder la parole à Mme Kelly Toughill, qui va présenter son exposé ce matin.

Kelly Toughill, directrice et professeure agrégée, École de journalisme, Université King's College, à titre personnel : Merci. En ma qualité de premier témoin, permettez-moi de vous souhaiter la bienvenue à Halifax. Je pense que tout le monde dans les régions apprécie le fait qu'un comité comme le vôtre se déplace, et vous avez raison lorsque vous dites que la perception de Radio-Canada et l'usage qui est fait des services de la société d'État varient beaucoup d'une région à l'autre.

J'étudie les nouveaux modèles d'affaires dans le domaine du journalisme en particulier, ce que les gens font pour assurer la viabilité du journalisme et aussi l'incidence de ces modèles d'affaires sur la nature du contenu journalistique. Je vais commencer par une citation tirée du Web, l'introduction du Rapport annuel de Radio-Canada qui a été publié le 9 octobre. Je cite : « À vrai dire, le radiodiffuseur public n'est pas viable à l'heure actuelle. »

Voilà un préambule plutôt inhabituel, quelque chose d'assez étonnant à dire pour n'importe quelle organisation dans l'introduction de son rapport annuel. Il est assez particulier de dire dans son rapport annuel « Nous ne sommes pas viables. » Je pense que l'affirmation est juste. Je pense qu'il est possible que Radio-Canada n'existe plus dans 10 ans et que c'est possible parce

model that other media organizations are fleeing as fast as they can. So historically there is almost no business model for pure news and current affairs.

Pure news has always been subsidized in one way or another. For the 170 years or so it's been through advertising. But the advertising-supported business model for news and current affairs is on its last legs. Some news organizations will survive by turning to a subscription model, by generating profits for their telecom, cable and Internet service provider corporate parents; by becoming PR organizations or by selling customer data. But none of that is going to work for the CBC. The problem is not technology and not the Internet. The problem is plain old fragmentation, the move to niche marketing.

For most of the Nineteenth and Twentieth centuries, advertisers wanted the biggest audience they could possibly get. Newspapers and then broadcasters sold their readers and viewers to advertisers. The audience was the product and, the more of it you had, the more money you made. That started to change at the end of the Twentieth century as advertisers began marketing to smaller and smaller segments. This was very bad news for mass media, including the CBC. Specialty channels grew as conventional TV shrank, both in absolute dollars and as a share of the advertising market in Canada. In the year 2000 about 40 per cent of all of the English language television watched in Canada was on a specialty channel. The figure today is about 60 per cent. So as ad revenues for conventional TV shrank, they actually doubled for specialty channels.

Obviously, the Internet accelerated the trend to niche marketing. Advertisers can now reach customers without requiring anyone to assemble an audience at all. The bulk of online and mobile advertising dollars go to Google and Facebook which use information and keywords in your profiles, email search terms and social posts to send targeted ads. So media companies used to sell access to their audience to advertisers. You know, they put the audience together; they delivered it. But now they're sorting that audience. They're offering different slices to different types of advertisers, but it's not based on the editorial content they consume. It's based on personal information gleaned from the digital footprint. So we're moving into an era of marketing to the individual, not even to segments. This is being accelerated by social media so actual brands are falling away and consumption is moving to the level of the individual story.

que la société d'État est forcée d'adopter un modèle d'affaires en voie de disparition dont les autres médias s'éloignent le plus rapidement possible. On n'a pratiquement jamais vu de modèle d'affaires fondé purement sur les actualités et les affaires courantes.

Les actualités pures ont toujours été subventionnées d'une manière ou d'une autre. C'est la publicité qui les subventionne depuis 170 ans environ. Mais le modèle publicitaire pour les actualités et les affaires courantes est sur les derniers milles. Certains médias d'actualité vont survivre en se tournant vers un modèle d'abonnement, en générant des profits pour leur fournisseur de service de télécommunications, de câblodistribution et d'accès à Internet qui sont leurs sociétés mères, en devenant des organisations de relations publiques ou en vendant des données sur leur clientèle. Mais rien de cela ne s'applique à Radio-Canada. Le problème ne tient ni à la technologie ni à Internet. Le problème vient de la bonne vieille fragmentation, du passage aux créneaux spécialisés.

Pendant la majeure partie du XIX^e et du XX^e siècles, les annonceurs voulaient s'adresser au plus grand nombre de gens possible. Les journaux et ensuite les radiodiffuseurs vendaient leur lectorat et leur auditoire aux annonceurs. L'auditoire était le produit, et, plus il était gros, plus c'était payant. Cette situation a commencé à changer vers la fin du XX^e siècle, les annonceurs commençant à viser des segments de plus en plus petits. C'était une très mauvaise nouvelle pour les médias de masse, dont Radio-Canada. Les canaux spécialisés étaient en croissance, la télé ordinaire en décroissance, en dollars absolus et en parts du marché de la publicité au Canada. En 2000, environ 40 p. 100 des émissions de télévision en anglais regardées par les Canadiens étaient diffusées sur une chaîne spécialisée. Ce chiffre est d'environ 60 p. 100 aujourd'hui. Les revenus publicitaires des chaînes spécialisées ont donc doublé pendant que ceux de la télé ordinaire fondaient.

Évidemment, la tendance à la spécialisation a été accélérée par Internet. Les annonceurs sont maintenant en mesure de joindre leur clientèle sans que quiconque ait à constituer un public. La majeure partie de l'argent consacré à la publicité en ligne sur appareils mobiles va à Google et à Facebook, qui utilisent l'information et les mots clés dans le profil des gens, les recherches textuelles effectuées dans les courriels et le contenu affiché dans les médias sociaux pour diffuser de la publicité ciblée. Avant, les médias vendaient aux annonceurs un accès à leur public. C'était eux qui constituaient l'auditoire, qui le fournissaient. Aujourd'hui, ils font un tri dans ce public. Ils en offrent des tranches à divers types d'annonceurs, mais ce qui est offert n'est pas fondé sur le contenu éditorial que la clientèle consomme. C'est fondé sur des renseignements personnels recueillis à partir de l'empreinte numérique. Nous arrivons donc à une époque où le marketing vise des personnes, et même plus des segments. Ce phénomène est accéléré par les médias sociaux, ce qui fait que les marques perdent en importance et que la consommation se personnalise.

What does this mean to the CBC? Well, the public broadcaster is being told to increase other revenues at a time when news-related and even media-related advertising is in decline. The entire mandate of CBC works against niche advertising. One example, Radio 2 was given permission to start taking advertising in early 2013. Is anyone surprised that the ad revenues are lower than they expected? Who listens to Radio 2? Well it's a small slice of everyone because it's really a wonderfully eclectic station. I listen to it. My 24-year-old son listens to it. We have wonderful conversations about it. We don't buy the same things. We literally don't buy any of the same things. There is no crossover in our consumption patterns. That's a problem if you're trying to attract advertisers who want a specific audience.

How are media companies responding and why won't their responses work for the CBC? Many broadcasters smartly developed a roster of specialty channels. I mean, fragmentation has been around for a long time now. Then those broadcasters were absorbed into distribution companies, telecoms, cable companies, Internet providers. There is a synergy; there is an ability to profit from content if you have that kind of parent. It doesn't exist without it. CBC is not going to be developing profitable niches and still serve its mandate, nor is it going to start or be owned by a telecom or cable company. So some content companies are experimenting with native advertising. That, to generalize broadly, is doing PR gussied up as editorial. That isn't going to fly for a public broadcaster, and if they tried it, it would be strongly opposed by private competitors who need that channel to survive. So other mass media organizations are going behind paywalls online, counting on readers and viewers to pay for the creation of news and entertainment content that they consume. That's really in direct conflict with the corporation's mission. The corporation is supposed to "express Canadian culture and enrich the life of all Canadians." That's all Canadians, not just Canadians who can afford a subscription on top of cable and/or mobile fees. So the mandate of CBC is mass, but the business model of mass is dying and contorting in ways that really don't fit for this particular outlet organization.

This is tragic because mass media builds society, feeds democracy. It is the dialog of the public sphere. When we lose that, we end up talking to ourselves. Fragmentation of media properties leads to polarization of editorial views and potentially politics. So Internet search algorithms tend to reinforce our own biases by drawing on our own past history to guide results. So in a world without mass media there is a danger we won't be exposed to the views of others or to the range of experience in our own

Quelles sont les conséquences pour Radio-Canada? Eh bien, le radiodiffuseur public se fait dire d'augmenter ses autres revenus au moment où la publicité associée aux actualités et même aux médias est en déclin. Le mandat de Radio-Canada va entièrement à l'encontre des créneaux publicitaires. À titre d'exemple, la deuxième chaîne a été autorisée à commencer à diffuser de la publicité au début de 2013. Est-ce que quelqu'un s'étonne du fait que les revenus publicitaires sont plus faibles que prévu? Qui écoute la deuxième chaîne? En fait, c'est un peu tout le monde, car c'est une station d'un bel éclectisme. Je l'écoute moi-même. Mon fils de 24 ans l'écoute. Nous en parlons ensemble, et c'est très agréable. Nous n'achetons pas les mêmes choses. En fait, nous n'achetons rien de pareil. Nos tendances en matière de consommation ne se recoupent pas. Cela pose problème lorsqu'on essaie d'attirer des annonceurs qui veulent s'adresser à un public précis.

Comment les médias réagissent-ils, et pourquoi cela ne fonctionnera-t-il pas pour Radio-Canada? Bon nombre de radiodiffuseurs ont eu l'intelligence de créer toutes sortes de chaînes spécialisées. N'oublions pas que la fragmentation existe depuis longtemps maintenant. Puis ces radiodiffuseurs ont été absorbés par des sociétés de distribution, de communication et de câblodistribution ainsi que par des fournisseurs d'accès à Internet. Il y a une synergie; il y a une possibilité de tirer profit du contenu lorsque l'entreprise fait partie d'une famille de ce genre. Il n'y en a pas sans cela. Radio-Canada n'exploitera pas de créneau rentable dans le cadre de son mandat actuel, et la société d'État ne va pas non plus créer une société de télécommunication ou de câblodistribution ni être détenue par une société de ce genre. Certaines entreprises spécialisées dans le contenu font des essais du côté de la publicité indigène. Très grossièrement, il s'agit de relations publiques déguisées en contenu éditorial. Un radiodiffuseur public ne peut pas se permettre de faire cela, et, s'il essayait, il y aurait une forte opposition de la part des concurrents privés qui ont besoin de ce créneau pour survivre. D'autres médias de masse se dotent de mécanismes de péage en ligne, comptant sur les lecteurs et les téléspectateurs pour payer le coût de création des actualités et du divertissement qu'ils consomment. Cela entre en contradiction directe avec la mission de la société d'État. Celle-ci est censée « exprimer la culture canadienne et enrichir la vie de tous les Canadiens ». De tous les Canadiens, et non seulement de ceux qui ont les moyens de payer un abonnement en plus des frais de câble ou de mobile. Le mandat de Radio-Canada est donc d'être un média de masse, mais ce modèle d'affaires est en train de disparaître et d'être transformé de diverses manières qui ne s'appliquent vraiment pas à cette organisation.

C'est tragique, les médias de masse bâtissent la société et alimentent la démocratie. Ils sont le lieu de dialogue dans la sphère publique. Sans eux, le dialogue devient un monologue. La fragmentation des médias entraîne la polarisation des points de vue éditoriaux et peut entraîner une polarisation politique. Les algorithmes de recherche dans Internet ont tendance à renforcer nos préjugés en se fondant sur nos recherches passées pour produire les résultats. Dans un monde sans média de masse, il y a

community. So there is a business model out there that works for a public broadcaster but it requires a commitment from the nation that's hosting that public broadcaster. CBC's new strategy calls for the public broadcaster to be the public space at the heart of our conversation. It should be. But whether it will be is completely unclear to me at this point.

I was told to limit this to five minutes and I took it quite seriously, so I'm going to stop talking now and take questions.

The Chair: Thank you.

Senator Plett, first question.

Senator Plett: Thank you for being here. I certainly appreciate many of the comments you made. I am from Winnipeg, so like you, I am from a relatively small city or small province when we compare ourselves with some of the other provinces.

You say that there is proof out there that there is a business model that exists that is successful and I would like you to explain that a little bit. Before you do, I think we need to look at viewership. We need to look at a host of things. I appreciate you are one of the few people who has said the Internet isn't one of the main problems. I'm assuming with that you maybe mean the "Netflix's" aren't one of the problems either. But before we can say that there is a business model that works, I think we need to make sure the people want to watch what they're paying to watch.

We had unions come in recently in Ottawa and you've probably read about it and it seemed that their solution to the whole problem was, "Give us back the \$115 million and then give us some more after that and then everything will work as long as there is enough money being thrown into it." I'm not ready to buy into that. If there is a business model out there that you say there's proof that it works, what is that business model and what proof is there that it works?

Ms. Toughill: I was referring to a business model for a public broadcaster specifically. The business models in the private space are really still in flux. I do think there are business models there but I don't think I should spend a lot of time talking about them. For the public broadcaster, the business model is largely national support, largely tax dollars. If I were a private broadcaster and I saw the subsidies that CBC got and then had to compete with them for the advertising dollars that are left, I'd be pretty irritated. The business model for many other public broadcasters is actually that they're not allowed to compete in the advertising space. So the business model is: The taxpayers decide that this is a service that they want and then they institute some kind of mechanism — you know, the BBC has a tax on TV's for instance. Other places have taxes on telecoms. So you have a collective decision that that's what you want to do. Pretty simple.

un risque que nous ne soyons pas exposés aux points de vue des autres ni à toute la gamme des expériences dans notre propre collectivité. Il existe un modèle d'affaires adéquat pour un radiodiffuseur public, mais son bon fonctionnement nécessite un engagement de la part du pays qui l'héberge. La nouvelle stratégie de Radio-Canada fait du radiodiffuseur public l'espace public au cœur de notre dialogue. C'est le rôle qu'il devrait jouer. Mais il n'est pas du tout clair à mes yeux pour l'instant qu'il va pouvoir le jouer.

On m'a demandé de m'en tenir à cinq minutes, et j'ai pris cette requête très au sérieux, alors je vais m'arrêter ici et répondre aux questions.

Le président : Merci.

Sénateur Plett, à vous de poser la première question.

Le sénateur Plett : Merci d'être venue. Je peux vous assurer que je suis à même de comprendre beaucoup des choses que vous avez dites. Je viens de Winnipeg, alors comme vous, je viens d'une assez petite ville ou d'une petite province lorsque nous la comparons avec certaines des autres.

Vous dites que la preuve existe qu'il y a un modèle d'affaires qui fonctionne, et j'aimerais que vous nous donniez quelques explications à ce sujet. Avant que vous ne le fassiez, je pense que nous devons nous pencher sur les cotes d'écoute. Nous devons examiner toutes sortes de choses. Je sais que vous êtes l'une des rares personnes à avoir dit qu'Internet n'est pas l'un des principaux problèmes. Je présume que vous dites peut-être par là que les sites comme Netflix ne font pas partie des problèmes non plus. Mais avant que nous puissions dire qu'il y a un modèle d'affaires qui fonctionne, je pense que nous devons nous assurer que les gens souhaitent regarder ce pour quoi ils paient.

Les syndicats sont venus témoigner devant nous récemment à Ottawa, comme vous l'avez probablement lu. Il semble que leur solution à l'ensemble du problème est que nous leur redonnions les 115 millions de dollars, que nous leur donnions ensuite encore plus d'argent et que tout va fonctionner si on y consacre assez d'argent. Je ne suis pas prêt à y croire. Si vous dites qu'il existe un modèle d'affaires éprouvé, quel est-il et qu'est-ce qui prouve qu'il fonctionne?

Mme Toughill : Je parlais d'un modèle d'affaires pour un radiodiffuseur public en particulier. Les modèles d'affaires du secteur privé ne sont pas encore tout à fait définis. Je pense qu'il y a effectivement des modèles d'affaires dans ce secteur, mais je ne pense pas que je devrais passer beaucoup de temps à en parler. Pour le radiodiffuseur public, le modèle d'affaires est en grande partie fondé sur le soutien du pays, sur l'argent des contribuables. Si j'étais un radiodiffuseur privé, que je voyais les subventions que Radio-Canada reçoit et que je devais faire concurrence à la société d'État pour les revenus publicitaires qui restent, je serais passablement irritée. Le modèle d'affaires de bien d'autres radiodiffuseurs publics ne leur permet pas de livrer concurrence dans le domaine publicitaire. Il fonctionne donc comme suit : les contribuables décident que c'est un service qu'ils veulent, et ils instaurent un mécanisme quelconque — la taxe sur les téléviseurs

Senator Plett: In Halifax, or in Nova Scotia, tell me — when I talk to people on the street in Winnipeg — I mean certainly we had “Hockey Night in Canada” so everybody wanted “Hockey Night in Canada.” Obviously it was entirely impossible for CBC to compete with Rogers in keeping that programming, and we all understand that. When I talk to people on the street, they are not suggesting that CBC shouldn’t be there. They are just suggesting that they don’t want to pay their tax dollars into it, and CBC should try to somehow live without the large subsidies. When I checked in here yesterday — and I hope the young ladies won’t mind that I say this — they asked me whether I was here for a conference, and I told them why I was here. The two young ladies — one said she was originally from the United States — both said, “Don’t get rid of CBC. We need CBC. I watch CBC. It’s my favourite television station to watch.” I appreciated that. But when I talked a little bit about the subsidies, their tone changed a little bit. “Oh no, we shouldn’t necessarily be paying for it if we don’t want it.” So how do people on the street in Halifax feel about the tax dollars that are being spent? We were told that we should go from — what is it now, \$23 or \$29 a year per person and we’re supposed to raise that to 42. Can you tell me what your thoughts are on that?

Ms. Toughill: I think it’s difficult to ask the public tax questions in an honest and fair way because it is so easy to trigger specific responses. So most of the conversations I have around the CBC tend to be its value in its use, do people either watch it or listen to it.

I just wanted to get back to one of your earlier points which is viewership. One of the problems right now is how you measure audience. Because it’s not just television. It’s not just radio. It’s not just online. You need to look at the penetration of all of those within the culture. So it might be that CBC doesn’t do television in 10 years, that it does online and radio. So taking a look at its impact on the country isn’t just who is sitting down to watch it at night and I just think that’s an important point to make.

I have to say those conversations are not many for me. I would be very interested in seeing a well-designed poll. I suspect you would see very different answers across the country to the depth of commitment and the willingness to support CBC.

remise à la BBC, par exemple. Ailleurs, ce sont les télécommunications qui sont taxées. Une décision collective est donc prise concernant la façon dont on veut procéder. C’est assez simple.

Le sénateur Plett : À Halifax, ou en Nouvelle-Écosse, à vous de me le dire... lorsque je parle aux gens dans la rue à Winnipeg... assurément, s’il y avait la *Soirée du hockey*, c’est que tout le monde voulait qu’il y ait la *Soirée du hockey*. Évidemment, il était parfaitement impossible à Radio-Canada de faire concurrence à Rogers et garder cette émission, et nous sommes tous à même de le comprendre. Lorsque je parle aux gens dans la rue, ils ne laissent pas entendre que Radio-Canada ne devrait pas exister. Ils disent simplement qu’ils ne veulent pas que l’argent de leurs impôts y soit consacré et que Radio-Canada devrait essayer de survivre d’une manière ou d’une autre sans les importantes subventions qu’elle reçoit. Lorsque je suis arrivé ici hier — et j’espère que ces demoiselles ne m’en voudront pas de le dire —, elles m’ont demandé si j’étais ici pour un congrès, et je leur ai expliqué la raison de ma visite. Ces deux demoiselles — dont l’une a dit qu’elle était originaire des États-Unis — m’ont toutes les deux dit « Ne vous débarrassez pas de CBC. Nous avons besoin de CBC. Je regarde CBC. C’est ma station de télévision favorite. » J’ai bien compris ce qu’elles me disaient. Mais lorsque je leur ai parlé un peu des subventions, leur ton a changé un peu. Elles m’ont dit que nous ne devrions pas nécessairement payer pour les émissions de télévision si nous ne voulons pas les regarder. Alors que pensent les gens dans la rue à Halifax au sujet des deniers publics qui sont dépensés? On nous a dit que nous devrions passer de... quel est le chiffre actuel — de 23 à 29 \$ par année et par personne et que nous devrions faire passer cela à 42 \$. Pouvez-vous me dire ce que vous pensez de cela?

Mme Toughill : Je pense qu’il est difficile de poser des questions de nature fiscale à la population de façon honnête et juste, car il est très facile d’obtenir les réponses précises qu’on veut. Ainsi, la plupart des conversations que j’ai au sujet de Radio-Canada tendent à porter sur sa valeur découlant de l’utilisation, sur le fait que les gens regardent ou écoutent Radio-Canada ou non.

Je voudrais revenir sur l’un des sujets que vous avez abordés tout à l’heure, les cotes d’écoute. L’un des problèmes qui se posent à l’heure actuelle, c’est la façon de mesurer l’auditoire. Parce qu’il ne s’agit pas que de la télévision. Il ne s’agit pas que de la radio. Il ne s’agit pas que d’Internet. Il faut examiner la pénétration de tous ces moyens de diffusion dans la culture. Il se peut que Radio-Canada ne diffuse plus d’émissions de télévision dans 10 ans, qu’elle ne diffuse que des émissions en ligne et à la radio. Pour déterminer son incidence sur le pays, il ne suffit pas de voir qui s’assoit pour regarder la télévision le soir, et je pense qu’il est important de le préciser.

Je dois dire que je n’ai pas beaucoup de conversations de ce genre. J’aimerais beaucoup voir les résultats d’un sondage bien fait. Je soupçonne que les réponses seraient très différentes selon la région du pays pour ce qui est de l’engagement et de la volonté à soutenir Radio-Canada.

Senator Plett: I agree with the last comment about the poll. I do not agree that taxpayers aren't smart enough that they should be able to tell us what they want to watch and how their tax dollars are supposed to be spent —

Ms. Toughill: That isn't what I said; that isn't what I said at all.

Senator Plett: I think that they should definitely — we should be listening to the people. When viewership goes down for any broadcaster they need to look at that: "What's my percentage of the viewership?" It's the case in any market. "What's my percentage of the market."

I'll turn it over for now, Mr. Chair.

Senator Unger: Thank you very much, Ms. Toughill, for your excellent presentation. You have said a couple of things that I find very interesting. The mandate of CBC, of course is to try to present content for all Canadians. I live in Alberta and I can say that I believe generally the CBC is irrelevant. Like you, I'm a person who does listen to CBC but only for the classical music. After that I turn it off. The news content, in my opinion, on both TV and radio, especially TV, I stopped watching that about 15 years ago. It was three or four stories. That was it. They were lengthy stories and they always seemed to have a particular slant to them so I get more news by listening to AM radio and I will get several news stories. You mentioned the — what was your word — fracturing of the listeners. Do you think CBC has recognized this changing dynamic and has taken any steps to try to be a part of the changing landscape to mitigate their own circumstances? Have they been following this trend and trying to stay with it?

Ms. Toughill: They have been to some extent, yes. For instance, their move into music, they were attempting to assemble online music channels.

I should back up and say I mostly look at journalism, not the broader media issues, but they were attempting to develop specific music channels that appealed to very specific segments. They were doing that through CBC.ca music. Their new strategy, actually their very first pillar, talks about going from broad to focused with "consciously targeted audience segments." That makes some economic sense. It really worries me because the reason to do that is to chase the people who have money, and I think that that's not necessarily consistent with the CBC mandate. I do think that they are attempting to do that but they're trying to fit it into their mandate and it's not always a good fit.

Le sénateur Plett : Je suis d'accord avec vous au sujet du sondage. Je ne suis pas d'accord pour dire que les contribuables ne sont pas suffisamment intelligents pour nous dire ce qu'ils veulent regarder et comment l'argent de leurs impôts devrait être dépensé...

Mme Toughill : Ce n'est pas ce que j'ai dit; ce n'est pas du tout ce que j'ai dit.

Le sénateur Plett : Je pense qu'ils devraient assurément... nous devrions écouter les gens. Lorsque les cotes d'écoute baissent, tout radiodiffuseur doit se demander quelle est sa part des cotes d'écoute. C'est le cas pour tout marché. Il faut se demander quelle est sa part du marché.

Je vais m'arrêter là-dessus pour l'instant, monsieur le président.

La sénatrice Unger : Merci beaucoup, madame Toughill, de votre excellent exposé. Vous avez dit deux ou trois choses que je trouve très intéressantes. Le mandat de Radio-Canada est bien entendu d'essayer de présenter du contenu s'adressant à tous les Canadiens. Je vis en Alberta, et je peux vous dire que, en général, le contenu diffusé par CBC n'est pas pertinent. Comme vous, j'écoute CBC, mais seulement pour la musique classique. Après, j'éteins la radio. Les actualités, à mon avis, à la télé comme à la radio, mais surtout à la télé... j'ai arrêté de regarder les actualités à CBC il y a environ 15 ans. Il y avait trois ou quatre reportages. C'est tout. C'était des reportages plutôt longs et qui me semblaient toujours orientés d'une façon particulière, alors j'écoute les nouvelles à la radio AM, où je peux entendre plusieurs reportages d'actualité. Vous avez parlé de — quelle est l'expression que vous avez utilisée? — de fractionnement de l'auditoire. Croyez-vous que Radio-Canada a reconnu l'existence de cette dynamique changeante et pris des mesures pour essayer de trouver sa place dans le paysage changeant afin d'améliorer sa propre situation? La société d'État a-t-elle suivi cette tendance et essayé de s'adapter?

Mme Toughill : Dans une certaine mesure, oui. Lorsqu'elle a mis l'accent sur la musique, par exemple, elle a tenté de créer des chaînes de musique en ligne.

Je devrais faire un pas en arrière et préciser que je me penche surtout sur le journalisme, et non sur les enjeux généraux touchant les médias, mais Radio-Canada a tenté de créer des chaînes de musique spécialisées pour attirer des segments très précis de l'auditoire. C'est ce qu'elle a fait en créant Espace musique. Sa nouvelle stratégie, le tout premier pilier, en fait, parle d'un passage du général au ciblé au moyen de « segments d'auditoire délibérément identifiés ». C'est sensé sur le plan économique. Ça m'inquiète beaucoup, parce que l'objectif est de courir après les gens qui ont de l'argent, et je pense que cela ne concorde pas nécessairement avec le mandat de Radio-Canada. Je pense que c'est ce que la société d'État tente de faire, mais dans le contexte de son mandat, et ce n'est pas toujours un contexte idéal pour cela.

I would also just ask you if, in your CBC consumption, you ever go online for news or other content? You know, on your smartphone do you go to CBC to get an update?

Senator Unger: I don't have a smartphone. On occasion I do go online, but I prefer radio because it's in the background and I can be doing other things.

I would also agree with my colleague Senator Plett that taxpayers get it. I talk to people as well. I don't meet many people who watch CBC television, "Hockey Night in Canada," being the exception. A few are like me but they're my age dynamic. I don't know anybody who watches or listens who is in the younger generations, and when you tell people how much money CBC is getting from the taxpayers and that that's not enough, money is always the issue and it's the issue that most people hear about. So I think there are many strong opinions supporting Senator Plett's comments.

Ms. Toughill: I don't think I in any way disputed those comments, and I don't think that I would suggest anything other than the most transparent approach. I mean, if the country does decide to support CBC wholly, it would have to be absolutely transparent in a way that people could see it; in every way such as, for instance, the U.K. has done with its tax on TVs. Nor am I suggesting that taxpayers don't get it. That would be silly. We're in a democracy and we govern ourselves and, as a journalist, it's a founding principle for me that the public actually does get it. It's my job to help them understand.

Senator Unger: Thank you.

Senator Cordy: Thank you very much. As one of the two Atlantic Canadians on the panel this morning, it's interesting because when I drove to work this morning, it was CBC Radio that I had on and it's the channel that I have on my car radio 90 percent of the time. So I would say, and you made reference to it earlier, that there are certainly differences depending on what region of the country that you're from. Is that something that you would expand upon or would you just speak specifically to Atlantic Canada or to Nova Scotia in terms of the CBC?

Ms. Toughill: Well all of the measurements show some profound differences, region to region. For instance, in English language Canada, television viewership is really only about 5 per cent for Canadian programming but, if you go into Quebec, or if you go into francophone Canada, the penetration of Radio-Canada is more like 13 per cent. That's one example.

When the local shows were changed — well they've been changed many times, but this was the change about seven years ago — the differences in ratings in Toronto and P.E.I. were and are dramatically different. CBC was by far the predominant

Je voudrais aussi vous demander si vous consultez les actualités en ligne ou d'autres contenus diffusés par Radio-Canada. Est-ce que vous utilisez votre téléphone intelligent pour prendre connaissance de ce qui se passe en visitant le site de Radio-Canada?

La sénatrice Unger : Je n'ai pas de téléphone intelligent. Je visite parfois le site Internet, mais je préfère la radio, parce que je peux faire autre chose pendant qu'elle joue.

Je suis aussi d'accord avec mon collègue, le sénateur Plett, pour dire que les contribuables comprennent. Je parle avec les gens moi aussi. Je ne rencontre pas beaucoup de gens qui regardent la télévision de Radio-Canada, la *Soirée du hockey* étant l'exception. Il y a quelques personnes comme moi, mais ce sont des gens de mon âge. Je ne connais personne parmi les plus jeunes qui regarde ou écoute Radio-Canada, et lorsqu'on dit aux gens combien d'argent Radio-Canada reçoit des contribuables et que cela ne suffit pas, c'est toujours d'argent dont il est question, et c'est de cette question que la plupart des gens entendent parler. Je crois donc qu'il y a beaucoup d'opinions fortes à l'appui de ce qu'a dit le sénateur Plett.

Mme Toughill : Je ne pense pas avoir du tout remis en question ce qu'il a dit, et je ne pense pas que je proposerais quoi que ce soit d'autre que l'approche la plus transparente possible. C'est sûr que, si le pays décide de soutenir entièrement Radio-Canada, il faut que ce soit de façon tout à fait transparente, comme on l'a fait au Royaume-Uni dans le cas de la taxe sur les téléviseurs. Je ne laisse pas non plus entendre que les contribuables ne comprennent pas. Ce serait idiot. Nous vivons en démocratie et nous nous gouvernons nous-mêmes, et en tant que journaliste, je pars du principe que la population comprend. Mon travail consiste à l'aider à comprendre.

La sénatrice Unger : Merci.

La sénatrice Cordy : Merci beaucoup. Je suis l'une des deux personnes originaires de l'Atlantique du groupe ce matin, et ce qui est intéressant, c'est que, dans ma voiture ce matin, c'était CBC qui jouait, et c'est cette station que j'écoute 90 p. 100 du temps en voiture. Je dirais donc comme vous tout à l'heure qu'il y a assurément des différences en fonction de la région d'où on vient. Ajouteriez-vous quelque chose à cela ou parleriez-vous précisément de CBC et du Canada atlantique ou de la Nouvelle-Écosse?

Mme Toughill : Eh bien, tous les indicateurs montrent des différences profondes entre les régions. Au Canada anglais, par exemple, les cotes d'écoute de la télévision de CBC ne comptent en réalité que pour 5 p. 100 de la programmation canadienne, mais au Québec ou dans les régions francophones du Canada, le taux de pénétration de Radio-Canada est plutôt de l'ordre de 13 p. 100. Voilà un exemple.

Lorsque les émissions locales ont changé — en fait, elles ont changé souvent, mais je parle du changement apporté il y a environ sept ans —, la différence de cotes d'écoute entre Toronto et l'Île-du-Prince-Édouard était spectaculaire, et elle l'est encore.

source of news in P.E.I. and Newfoundland with something like a 50 per cent share. That's not an actual statistic. That's just my recollection.

I lived in Toronto for a long time. CBC was one of many players in Toronto, so its impact across the country is very different; radio, TV but also online, and its online impact, I think, is great or greater than its radio or TV impact.

Senator Cordy: You also spoke about a report by CBC, an annual report, and we talked about the lack of sustainability. You spoke specifically about the mandate. How will the mandate of CBC have to change in order for it to become sustainable and how would you sell the changing of the mandate to Canadians, which would be a challenge?

Senator Plett spoke about increasing tax dollars, and I think that Canadians would be reluctant to see a significant increase in funding for CBC. Having said that, how can we change the mandate, get a buy-in from Canadians to change the mandate without it costing significantly more dollars than it's costing today? Perhaps, if you could answer that you would be the chair of the board of the CBC.

Ms. Toughill: I think that if you change the mandate of the CBC to allow it to move into the emerging business models that work, you then put it in more direct competition with private broadcasters which makes whatever subsidy is left even more unfair, and you get away from the reason to have the CBC at all. So you would have to change the mandate in a way that really allows and encourages them to chase specific targets in a way that is going to help bind the country together. I think it's extremely unlikely, but I'm an academic, so I get to suggest things that are unlikely: If taxpayers did decide to further fund CBC, I think you could almost see that as a subsidy to private broadcasters because you would have to prohibit CBC from taking advertising and those advertising dollars would go to private broadcasters so it would be, in some ways, a shift from CBC. It would be almost a flow-through.

Senator Cordy: Do you think that there would be a need for more openness and transparency on the part of CBC if they were to continue to receive taxpayers' dollars?

Ms. Toughill: Yes.

Senator Cordy: Thank you.

Senator Greene: Thank you very much for coming. I tend to watch PBS more than CBC, so I'm interested in knowing what your view of their business model is and whether that business model could be applicable up here in Canada to replace the CBC

CBC était de loin la première source d'actualités à l'Île-du-Prince-Édouard et à Terre-Neuve, sa part des cotes d'écoute était d'environ 50 p. 100. Ce n'est pas une donnée exacte. C'est juste un chiffre que je cite de mémoire.

J'ai vécu à Toronto pendant longtemps. Là-bas, CBC était un joueur parmi de nombreux autres, et son incidence est donc très différente à l'échelle du pays; l'incidence de ses émissions de radio, de télé, mais aussi en ligne, et je pense que l'incidence de son contenu en ligne est grande ou même plus grande que celle de ses émissions de radio et de télé.

La sénatrice Cordy : Vous avez aussi parlé d'un rapport annuel publié par Radio-Canada, et nous avons abordé la question de l'absence de viabilité. Vous avez parlé précisément du mandat de la société d'État. En quoi le mandat de Radio-Canada devrait-il changer? De quelle façon présenteriez-vous le changement de mandat aux Canadiens, étant donné que cela serait difficile?

Le sénateur Plett a parlé d'une augmentation des contributions, et je pense que les Canadiens seraient réticents à une majoration importante du financement accordé à Radio-Canada. Cela dit, comment nous y prendre pour modifier le mandat de la société d'État, pour faire en sorte que les Canadiens soient d'accord pour modifier son mandat sans que cela ne coûte beaucoup plus cher qu'à l'heure actuelle? Peut-être que si vous étiez en mesure de répondre à cette question, vous seriez nommé à la présidence du conseil d'administration de Radio-Canada.

Mme Toughill : Je pense que si on modifiait le mandat de Radio-Canada pour permettre l'adoption des nouveaux modèles d'affaires qui fonctionnent, on placerait le radiodiffuseur public en concurrence plus directe avec les radiodiffuseurs privés, ce qui rendrait le peu de subventions qui restent encore plus injustes, et Radio-Canada aurait une raison d'être encore moins grande. Il faudrait donc modifier le mandat de façon à vraiment autoriser et encourager Radio-Canada à se donner des cibles précises d'une manière qui contribuera à unifier le pays. Je pense que c'est extrêmement improbable, mais, à titre de chercheuse universitaire, c'est mon rôle que de proposer des choses improbables. Si les contribuables décidaient de majorer le financement accordé à Radio-Canada, je pense qu'on pourrait presque voir cela comme une subvention aux radiodiffuseurs privés, étant donné qu'il faudrait interdire à Radio-Canada de diffuser de la publicité, ce qui fait que les revenus publicitaires iraient aux radiodiffuseurs privés et seraient donc en quelque sorte détournés de Radio-Canada. Ce serait presque une subvention indirecte.

La sénatrice Cordy : Croyez-vous qu'il devrait y avoir davantage d'ouverture et de transparence si Radio-Canada continuait d'être financée par les contribuables?

Mme Toughill : Oui.

La sénatrice Cordy : Merci.

Le sénateur Greene : Merci beaucoup d'être venue. J'ai tendance à regarder PBS plus que CBC, alors j'aimerais savoir ce que vous pensez du modèle d'affaires de PBS et si vous pensez qu'il pourrait s'appliquer au Canada et remplacer celui de Radio-

model. My understanding of the PBS model is that it's a mix of government, corporate sponsorships, and viewer donations and subscriptions, but not advertising. What do you think? Could a model like that work up here?

Ms. Toughill: It could. PBS is in many ways a niche player, so PBS does not attempt to attract all Americans. It doesn't attempt to serve all Americans. It doesn't attempt to knit together the nation in a way that the CBC attempts to do.

Senator Greene: What is its mandate then?

Ms. Toughill: I don't have it in front of me and I haven't particularly studied PBS. I'm obviously familiar with PBS. I watch PBS when I go to the States, so I'm familiar with it but it's not a Crown corporation. It's not an arm of the American people in the way that CBC is an arm of the Canadian people.

Senator Greene: Yes, I guess that's right.

I'm really impressed by PBS. The quality of their new programming is a bit dryer than ours, but it's not commercial-based and so they spend a lot of time with each story. But also the quality of the documentaries and the programming and even the entertainment is much higher, I think, than what the CBC can do.

Ms. Toughill: I really like their news operation a lot. They don't do any local or regional news. They really focus on national.

Senator Greene: Yes, they do.

Ms. Toughill: One of the ways that I think CBC helps the national conversation is that they do reflect local communities, and that's an important part of the mandate. If CBC was just produced out of the broadcast center in Toronto, you would not see the kind of penetration that you see in viewership for Halifax or P.E.I. or British Columbia or Nunavut.

Senator Greene: If this committee were to make no recommendations, what ultimately would be the future of the CBC? We don't have to make recommendations. We can just leave it alone. If we do that, it strikes me that it will just have a slow, agonizing death. Do you share that view?

Ms. Toughill: Unfortunately I do, yes. I think we either need to support the CBC in a more significant way and take it away from competing with private broadcasters or we can watch it die a slow and, as you would say, painful death.

Canada. D'après ce que je comprends, le modèle de PBS est un mélange de subventions gouvernementales, de commandites d'entreprises, de dons faits par les téléspectateurs et de frais d'abonnement, mais pas de publicité. Qu'en pensez-vous? Est-ce qu'un modèle de ce genre pourrait fonctionner ici?

Mme Toughill : C'est possible. À bien des égards, PBS joue sur les créneaux et ne cherche donc pas à attirer l'ensemble de la population américaine. Elle ne cherche pas à offrir des services à l'ensemble de la population américaine. Elle ne cherche pas à tisser des liens au sein du pays comme Radio-Canada tente de le faire.

Le sénateur Greene : Quel est son mandat, dans ce cas?

Mme Toughill : Je ne l'ai pas devant moi, et je n'ai pas étudié le cas de PBS en particulier. Évidemment, c'est une chaîne que je connais. Je regarde PBS lorsque je vais aux États-Unis, alors je connais bien cette station de télévision, mais ce n'est pas une société d'État. PBS n'appartient pas à la population américaine au même titre que Radio-Canada appartient à la population canadienne.

Le sénateur Greene : En effet, je crois que vous avez raison.

Je suis vraiment impressionné par PBS. Sa nouvelle programmation est un peu plus austère que la nôtre, mais elle n'est pas commerciale, et les gens de PBS peuvent donc passer beaucoup de temps à élaborer chaque reportage. Mais je pense que la qualité des documentaires et de la programmation, et même des émissions de divertissement, est beaucoup plus élevée que ce que Radio-Canada peut arriver à faire, je crois.

Mme Toughill : J'aime beaucoup les actualités à PBS. Il n'y a pas d'actualités locales ou régionales. PBS se concentre vraiment sur ce qui se passe à l'échelle nationale.

Le sénateur Greene : En effet.

Mme Toughill : Je pense que Radio-Canada participe au dialogue à l'échelle nationale entre autres en parlant de ce qui se passe localement, et c'est un élément important de son mandat. Si les émissions étaient simplement produites à partir d'un centre de radiodiffusion de Toronto, le taux de pénétration ne serait pas celui dont témoignent les cotes d'écoute à Halifax, à l'Île-du-Prince-Édouard, en Colombie-Britannique ou au Nunavut.

Le sénateur Greene : Si le comité ne formulait aucune recommandation, quel sort l'avenir réserverait-il à Radio-Canada? Nous ne sommes pas tenus de faire des recommandations. Nous pouvons simplement laisser les choses suivre leur cours naturel. Si c'est ce que nous faisons, j'ai l'impression nette que Radio-Canada va disparaître après une longue agonie. Êtes-vous aussi de cet avis?

Mme Toughill : Malheureusement, oui. Je pense que nous devons soit commencer à offrir du soutien plus important à Radio-Canada et l'extraire de la concurrence avec les radiodiffuseurs privés, soit regarder la société d'État disparaître lentement et, pour garder le même ton que vous, douloureusement.

Senator Greene: There is no other alternative, in your view, between death and increased government participation?

Ms. Toughill: There are always other alternatives. It may be that CBC will decide that it doesn't want to do television any longer. It may turn into the nation's online news and content service.

Senator Greene: Right. That might be a very good idea actually.

Ms. Toughill: It might, but I think there's always going to be pressure on the public subsidy until there's some kind of transparent funding that taxpayers can see and understand, as I think Senators Plett and Unger would appreciate.

Senator Greene: Yes.

Ms. Toughill: So even if you left the existing funding scheme in place, I think five years from now we would see pressures for less public subsidy, unless it becomes more transparent.

Senator Greene: Right.

Ms. Toughill: But I don't think CBC can continue to do what it does under the existing funding regime.

Senator Greene: I agree with that, absolutely. Thank you.

The Chair: Senator Plett on the second round.

Senator Plett: Thank you.

Instead of dying a slow, painful death maybe there should be assisted suicide.

Ms. Toughill: Well, I think that's a reasonable conversation to have at this point. I think it's a reasonable conversation to have: Do we want the CBC or do we not want the CBC? Surely the Government of Canada can use that \$1 billion elsewhere in a useful way. I think and clearly believe that CBC is a national good, that it serves a purpose in much the same way education and healthcare do. But I would like to see a national debate about do we want it or don't we?

Senator Plett: Well I certainly agree with that.

I want to build on what Senator Cordy talked about and what I talked about earlier about taxpayers' dollars. Both of the two parties that have been in government over the last years have made some cuts to the funding of CBC, and I don't think there was any backlash to either party when they did that. I think most people again said, "Well, maybe you didn't do enough." I know certainly I'm hearing that. When I look at CBC's mandate, and we keep on saying that, "The CBC's mandate is to present

Le sénateur Greene : À votre avis, il n'y a que deux choix, la disparition ou l'accroissement de la participation du gouvernement?

Mme Toughill : Il y a toujours d'autres possibilités. Il se peut que Radio-Canada décide de ne plus produire d'émissions de télévision. Elle pourrait devenir le service d'actualités et de contenu en ligne du pays.

Le sénateur Greene : Je vois. Ce serait peut-être une très bonne idée, en réalité.

Mme Toughill : Peut-être, mais je pense qu'il y aura toujours une pression sur les subventions publiques, tant qu'un quelconque mécanisme de financement transparent que les contribuables pourront voir et comprendre ne sera pas instauré. Je crois que le sénateur Plett et la sénatrice Unger en conviendront.

Le sénateur Greene : Oui.

Mme Toughill : Donc même si le mécanisme de financement actuel demeurerait, je pense que dans cinq ans il y aurait des pressions en faveur d'une réduction des subventions publiques, à moins que le mécanisme ne devienne plus transparent.

Le sénateur Greene : Je vois.

Mme Toughill : Je ne crois pas que Radio-Canada puisse maintenir ses activités dans le cadre du régime de financement actuel.

Le sénateur Greene : Je suis tout à fait d'accord avec vous. Merci.

Le président : Sénateur Plett, pour le deuxième tour.

Le sénateur Plett : Merci.

Au lieu d'assister à une mort lente et douloureuse, on devrait peut-être procéder à un suicide assisté.

Mme Toughill : Eh bien, je pense que c'est un sujet de discussion qu'il est raisonnable d'aborder à ce moment-ci. Il est raisonnable de nous demander si nous voulons garder Radio-Canada ou non. Chose certaine, le gouvernement du Canada pourrait utiliser autrement et à bon escient le milliard de dollars que cela représente. Je suis convaincue que Radio-Canada est un bien national et que la société d'État a un rôle à jouer, tout comme l'éducation et la santé. Mais je souhaiterais qu'il y ait un débat national sur son maintien ou son abolition.

Le sénateur Plett : Eh bien, je suis assurément d'accord avec vous là-dessus.

J'aimerais reprendre le thème abordé par la sénatrice Cordy et par moi-même tout à l'heure, celui de l'argent des contribuables. Les deux partis qui ont formé le gouvernement au cours des dernières années ont réduit le financement accordé à Radio-Canada, et je ne pense pas que ni l'un ni l'autre n'ait subi de contrecoups pour l'avoir fait. Encore une fois, il me semble que la plupart des gens pensent que le gouvernement n'en a pas fait assez. C'est assurément ce que j'entends dire personnellement.

Canadian content.” You’re saying that maybe they need to go to radio and go to television and maybe that is the answer.

However, let’s talk just about their news for a second and we’re comparing them with American television stations, with BBC in the U.K. When I turn on “The National,” and I do watch the “The National,” that is exactly what it is: It’s national. There is very little Canadian stuff there. It’s international. It’s not national; it’s international. Should CBC at least, in order to make some cuts, and it seems like CBC is no different than anybody else. They get \$115 million taken away. Then they lay off 500 people. Instead of laying off a few people at the top, they lay off a whole bunch of people at the bottom, and that seems like what all large corporations do when they get cut.

What is your opinion on what they are doing internationally? We have the CBC; we have CTV; we have different television stations all bringing us news about the Ebola crisis in Africa. Would one station be enough to bring us that news? It’s basically the same whether I watch CTV or CBC. Is it necessary for us to have that much international content in CBC?

Ms. Toughill: Two things: One, I want to comment on your experience of CBC as “The National.” For most of the country I suspect their experience of CBC news is local and regional programming. So as to the conception of what their news operation is, I think there may be a disconnect certainly between you and me.

I consume a lot of CBC news and I watch “The National” occasionally because I have to; I’m not a big TV viewer. I don’t think that CBC and CTV and Global coverage of international issues is necessarily the same at all. So CBC has correspondents around the world and CTV and Global largely don’t. They rely on other networks. They rely largely on American networks. For instance, if there is a war and you’re relying on American correspondents to cover it, if it’s a war that you’re not in, they’re probably going to be bringing different perspectives to the news than a Canadian correspondent would bring. Perhaps that is not the case with Ebola. Although the issue of how Canada would handle it as opposed to how Texas is handling it can be different, depending on whether CTV is taking a feed from NBC or CBC has its own correspondent.

Was I clear there? Did I answer your question?

Senator Plett: Yes, I think it’s clear. I’ve said it many times that I have the highest regard for any of the journalists, whether it’s CBC or anybody else, covering the wars. I’m not sure that I entirely agree that CTV doesn’t do it as well. I think we’ve seen

Pour ce qui est du mandat de Radio-Canada, nous le répétons constamment, son mandat est de présenter du contenu canadien. Vous dites que la solution tient peut-être à la radio et à la télévision.

Parlons toutefois des actualités de Radio-Canada pendant un instant. Nous les comparons avec celles des chaînes de télévision américaines et avec celles de la BBC au Royaume-Uni. Lorsque je regarde *The National*, ce que je fais, le titre de l’émission le dit : il s’agit d’actualités nationales. Il y a très peu de contenu canadien dans cette émission. Ce sont des actualités internationales. Elles sont internationales, non pas nationales. Est-ce que Radio-Canada devrait à tout le moins, pour procéder à certaines réductions... et il semble que Radio-Canada ne soit différente de personne. On lui enlève 115 millions de dollars. Elle met à pied 500 personnes. Au lieu de mettre à pied quelques personnes au sommet de la hiérarchie, elle met à pied plein de gens au bas de l’échelle, et c’est ce que toutes les grandes entreprises semblent faire lorsqu’elles subissent des compressions.

Que pensez-vous des actualités internationales à Radio-Canada? Il y a Radio-Canada et il y a CTV; diverses chaînes de télévision nous présentent des actualités concernant la crise de l’Ebola en Afrique. Est-ce que cela suffirait si une seule chaîne nous présentait ces actualités? Grosso modo, je vois la même chose à CTV et à Radio-Canada. Est-il nécessaire qu’il y ait tant de contenu international à Radio-Canada?

Mme Toughill : Je voudrais dire deux choses là-dessus. Premièrement, pour vous, les actualités de Radio-Canada, c’est l’émission *The National*. Je soupçonne que, pour la plupart des gens au pays, ce sont plutôt des émissions d’actualités locales et régionales. Je pense que nous n’envisageons peut-être pas tout à fait de la même façon les actualités de Radio-Canada.

Je suis beaucoup les nouvelles à CBC et je regarde *The National* à l’occasion parce que je dois le faire; je ne regarde pas beaucoup la télé. Je ne pense pas que la couverture des enjeux internationaux effectuée par CBC, CTV et Global soit nécessairement la même. CBC a des correspondants partout dans le monde, et CTV et Global n’en ont pas beaucoup. Ils s’appuient sur les autres réseaux. Ils s’appuient en grande partie sur les réseaux américains. Si, par exemple, il y a une guerre et qu’on s’appuie sur la couverture des correspondants américains, le point de vue présenté dans les actualités sera probablement différent de celui que présenterait un correspondant canadien si le Canada ne prend pas part à l’intervention. Ce n’est peut-être pas le cas pour ce qui est de l’Ebola. Quoique le point de vue sur la façon dont le Canada gère la crise et la façon dont le Texas la gère peut être différent, selon que CTV reprend le contenu de NBC ou que CBC a son propre correspondant.

Est-ce que c’était clair? Est-ce que j’ai répondu à votre question?

Le sénateur Plett : Oui, je pense que c’est clair. Je dis souvent que j’ai le plus grand respect pour les correspondants de guerre, que ce soit ceux de CBC ou d’un autre réseau. Je ne suis pas sûr d’être tout à fait d’accord avec le fait que CTV ne s’en tire pas

CTV journalists out there under their beds sticking a microphone out the window as we have seen with CBC, and I have high regard for those journalists out there. You made yourself clear, and I agree that I would not want to simply rely on American networks to bring us the news about a war in Iraq. I fully support and would want Canadians out there as well, whether it's CBC or CTV.

Transparency: If you've been following our committee hearings, and I'm sure you have, we have been trying to get information out of CBC that they have been very hesitant to give us. Give me again, a little more clearly, your opinion on, considering even the subsidies they get today, how transparent should they be? When we want information about the BBC, you and I can go on the website and we can find out what the top anchor makes and we can find out what the guy in the mailroom makes. How transparent should CBC be considering the subsidies they get now?

Ms. Toughill: All aspects of their economic model should be completely transparent. You would have to remind me of what information you haven't been able to get.

Senator Plett: Salaries.

Ms. Toughill: Yes. We should all know what everyone at CBC makes. That's pretty obvious.

Senator Plett: Thank you.

Ms. Toughill: I think that journalistic operations — I would not want to see an FOI request for all reporters' notebooks. That, I think, would interfere with the ability to serve Canadians.

Senator Plett: Right.

Ms. Toughill: But every dollar of what CBC spends should be available to the public.

Senator Plett: Last question: Again, things are changing and we may have a difference of opinion as to whether the Internet is interfering — Netflix. When CBC started, clearly I think every Canadian understood that every Canadian should have access to news, and so CBC needed to go into areas where no private broadcaster would go because they couldn't make money. Those days are over with satellite, the Internet, whatever. I can go to Tuktoyaktuk or Resolute Bay and I can watch every television station out there. I can go on the Internet. I can get all the news I want.

aussi bien. Je pense que nous avons vu des journalistes de CTV là-bas, cachés sous leur lit et pointant un micro vers la fenêtre comme les correspondants de CBC, et j'ai énormément de respect pour ces journalistes. Vous avez été claire, et je conviens avec vous qu'il ne serait pas souhaitable de compter exclusivement sur les réseaux américains pour nous présenter les actualités concernant une guerre en Irak. Je suis tout à fait pour l'idée d'envoyer des Canadiens là-bas aussi et je souhaite que nous en envoyions, que ce soit CBC ou CTV qui les envoie.

Je veux parler de transparence. Si vous avez suivi les audiences de notre comité, ce que vous avez fait, j'en suis sûr, vous savez que nous avons essayé d'obtenir de l'information de la part des représentants de Radio-Canada et qu'ils se sont montrés très réticents à nous la transmettre. Pouvez-vous préciser encore un peu le degré de transparence dont la société d'État devrait faire preuve, compte tenu des subventions qu'elle reçoit, même si elles ont été réduites? Si nous voulons de l'information au sujet de la BBC, vous et moi pouvons nous rendre sur son site web et y voir combien gagnent le principal lecteur de nouvelles et le gars de la salle du courrier. À quel point Radio-Canada devrait-elle être transparente, vu les subventions qu'elle reçoit maintenant?

Mme Toughill : Tous les aspects de son modèle économique devraient être entièrement transparents. Il faudrait que vous me rappeliez quelle information vous n'avez pas été en mesure d'obtenir.

Le sénateur Plett : Les salaires.

Mme Toughill : Oui. Nous devrions tous savoir combien gagne chaque personne qui travaille à Radio-Canada. C'est assez évident.

Le sénateur Plett : Merci.

Mme Toughill : Je pense que les activités journalistiques... Je ne voudrais pas que les demandes d'accès à l'information soient présentées pour tous les carnets de notes des journalistes. Voilà qui minerait leur capacité de servir les Canadiens, je crois.

Le sénateur Plett : Oui.

Mme Toughill : Mais l'information concernant chaque dollar que Radio-Canada dépense devrait être accessible au public.

Le sénateur Plett : J'ai une dernière question : encore une fois, les choses changent, et il se peut que nos opinions divergent en ce qui concerne le fait qu'Internet — Netflix — crée une interférence. Lorsque Radio-Canada a été créée, je pense qu'il est clair que tout le monde pensait que tous les Canadiens devraient avoir accès aux actualités, et donc qu'il fallait que Radio-Canada fasse des choses qu'aucun radiodiffuseur privé n'aurait faites parce que cela n'aurait pas été rentable. Cette époque est révolue; maintenant il y a des satellites, Internet et toutes sortes de choses de ce genre. Aujourd'hui, on peut regarder n'importe quelle chaîne de télévision à Tuktoyaktuk ou à Resolute Bay. On peut aller sur Internet. On peut voir toutes les actualités qu'on veut.

We were in Yellowknife and CBC has a huge operation in Yellowknife. Now I'm not saying they shouldn't have, but the dynamics have changed with the Internet, satellites and so on and so forth. Should CBC then not somehow try to cut back operations in that regard?

I said that was the last question, but I'll just add a supplementary to that. You being from Halifax and me being from Winnipeg, I used to think TSN meant Toronto Sports Network. We've heard here over and over again at our committees that CBC is in Toronto and in Montreal and not in the smaller locations. So tell me a little bit about satellite and whether they should be changing there and whether they should just simply be downsizing and becoming more regional.

Ms. Toughill: That's a big question.

Senator Plett: I know it is.

Ms. Toughill: On the remote areas, are you asking me whether they should downsize their content producing operations there?

Senator Plett: Yes.

Ms. Toughill: I'm going to hedge on that question because I don't know enough about the economics.

Senator Plett: Right.

Ms. Toughill: Certainly the technology has changed. Technology has become much cheaper, but whether it's really economically viable for private broadcasters to service those areas, I don't know.

I can tell you that news and current affairs is almost never economically viable on its own, so very few places are going to start those operations unless they have to. That's my hedge on your first question.

The second question was should CBC become more regional and local?

Senator Plett: More regional and local and maybe downsize their operations in Toronto and Montreal and make us all feel like they are, in fact, the Canadian taxpayers' broadcaster.

Ms. Toughill: I think if they can make us all feel like they are the Canadian taxpayers' broadcaster that would be a good thing. How they do that, I haven't done the level of research to give a new operations plan for CBC at this point.

I can tell you that in certain regions they certainly feel like that already. I was a reporter here for many years before I became an academic. I was working for a national news organization, and it didn't matter which little story I went to, CBC was there, really

Nous nous sommes rendus à Yellowknife, et il y a là-bas une énorme station de CBC. Bon, je ne dis pas que ce ne devrait pas être le cas, mais la dynamique a changé avec Internet, les satellites et ainsi de suite. Est-ce que Radio-Canada ne devrait pas réduire l'ampleur de ses activités en conséquence?

J'ai dit que c'était ma dernière question, mais je vais vous poser une question complémentaire. Vous venez de Halifax, et moi, de Winnipeg, et j'ai déjà pensé que TSN signifiait Toronto Sports Network. Nous avons entendu répéter à maintes reprises au cours des séances du comité que CBC était à Toronto et Radio-Canada, à Montréal, et que les petites localités ne comptent pas vraiment. J'aimerais donc que vous me parliez un peu des satellites et du fait que Radio-Canada devrait changer ou non en réaction à cela, ainsi que de la possibilité d'une simple réduction de la taille de la société d'État et de sa régionalisation.

Mme Toughill : C'est une question complexe.

Le sénateur Plett : Je sais.

Mme Toughill : En ce qui a trait aux régions éloignées, est-ce que vous demandez si Radio-Canada devrait réduire l'ampleur de ses activités de production de contenu dans celles-ci?

Le sénateur Plett : Oui.

Mme Toughill : Je vais m'abstenir de répondre, car je ne connais pas suffisamment les facteurs économiques en jeu.

Le sénateur Plett : Je vois.

Mme Toughill : Chose certaine, la technologie a évolué. Elle est beaucoup plus abordable qu'avant mais je ne sais pas s'il est vraiment viable pour les radiodiffuseurs privés d'offrir des services dans les régions en question.

Je peux vous dire que les actualités et les affaires courantes ne sont presque jamais un secteur viable en soi, donc le service n'existera que très rarement s'il n'y a pas d'obligations. C'est ce que je vous dirais pour éviter de répondre à votre première question.

La seconde question était celle de savoir si Radio-Canada devrait devenir un radiodiffuseur plus régional et local?

Le sénateur Plett : Un radiodiffuseur plus régional et local et qui devrait peut-être réduire l'ampleur de ses activités à Toronto et à Montréal pour que nous ayons vraiment l'impression qu'il s'agit du radiodiffuseur des contribuables canadiens.

Mme Toughill : Je pense que ce serait une bonne chose si la société d'État arrivait à faire en sorte que nous ayons tous l'impression qu'elle est le radiodiffuseur des contribuables canadiens. Pour ce qui est de la façon d'y parvenir, je n'ai pas fait de recherches suffisantes pour présenter un nouveau plan d'activités pour Radio-Canada à brûle-pourpoint.

Je peux vous dire que les gens ont déjà cette impression dans certaines régions. J'ai été journaliste ici pendant de nombreuses années avant de devenir chercheuse universitaire. Je travaillais pour un média d'actualités national, et, peu importe à quel point

reflecting Canada. So if I was covering Aboriginal fishing stories in New Brunswick, Toronto and the rest of the country was getting those through CBC, not through Global and CTV.

Senator Unger: Have you studied the nature of citizen journalism, public reports, news and information and the impact of Twitter? Things are happening that are being reported instantly. It's a new phenomenon. Have you studied that at all in particular in relation to a broadcaster like CBC?

Ms. Toughill: I've studied that in general terms, particularly how the whole issue of crowd sourcing and citizen news fits into emerging business models and how it's changing workflow within news organizations. I think I might need a more specific question to help you there. I mean, reporters are using this as a tool now everywhere. You can set a geo location on Twitter so that you can find out what people are saying, both about a subject and within a certain area. Social media, Twitter and other social media sites, are one reason that curation is now a huge part of journalism as opposed to just generating, going out and actually doing reporting but finding out, collating, aggregating and curating what other people are reporting, many of them not paid journalists. So it's quite a big topic.

There is an issue of verification with citizen news. The Boston marathon bombing is a famous example in which many news organizations used social media to name someone who was just not connected to the bombing in any way.

I guess I'm rambling here. That's a big topic and I can speak about specific aspects of it, but I'm not sure what else you're looking for.

Senator Unger: Just whether or not CBC is using citizen journalism as much as they could be.

Ms. Toughill: I think they're doing quite a good job, actually.

Senator Unger: I wouldn't know because, as I said, I don't pay much attention to CBC.

I'm wondering if they were privatized if they would survive in today's environment. I guess it would depend on advertising revenue and what they could garner. I mean, competition is pretty stiff.

Ms. Toughill: By privatized — I guess it would depend how that was done. If they were sold to another network perhaps some of their assets would be folded into that network. It's difficult. They certainly wouldn't survive as the national conversation for Canadians.

la portée du reportage que je faisais était réduite, les gens de CBC étaient là, et ils parlaient vraiment de ce qui se passait au Canada. Si je parlais de la pêche autochtone au Nouveau-Brunswick, les gens de Toronto et du reste du pays savaient ce qui se passait grâce à CBC, et non à Global ou à CTV.

La sénatrice Unger : Avez-vous étudié la nature du journalisme citoyen, des reportages publics, des actualités et de l'information et l'incidence de Twitter? Ce qui se passe fait l'objet de reportages instantanés. C'est un nouveau phénomène. Vous êtes-vous jamais penchée là-dessus, surtout en ce qui a trait à un radiodiffuseur comme Radio-Canada?

Mme Toughill : J'ai étudié la question en général, surtout la question de la place de l'externalisation ouverte et du journalisme citoyen dans les nouveaux modèles d'affaires et de leur incidence sur le déroulement du travail des médias d'actualités. Je pense qu'il faudra peut-être que vous précisiez votre question pour que je puisse vous répondre. Bien entendu, tous les journalistes utilisent cet outil aujourd'hui. Il est possible de choisir un paramètre de lieu dans Twitter pour voir ce que les gens disent, à la fois sur un sujet et dans une région donnée. Les médias sociaux, dont Twitter, sont l'une des choses qui font que l'organisation de l'information est maintenant un aspect extrêmement important du journalisme et qu'il s'agit non plus seulement de générer de l'information, de faire des reportages, mais bien de trouver, de colliger, de regrouper et de structurer ce que d'autres écrivent, dont beaucoup de journalistes amateurs. C'est un sujet vaste.

Un enjeu du journalisme citoyen, c'est la vérification des sources. L'attentat à la bombe du marathon de Boston est un exemple célèbre de cela. De nombreux médias d'actualités se sont fiés aux médias sociaux et ont cité le nom d'une personne qui n'avait absolument rien à voir avec l'attentat.

Mais j'imagine que je radote. C'est un sujet important, et je peux en aborder des aspects précis, mais je ne suis pas certaine de ce que vous cherchez à savoir d'autre.

La sénatrice Unger : Seulement si la CBC utilise ou non le journalisme citoyen autant qu'elle le pourrait.

Mme Toughill : Je pense qu'elle fait un assez bon travail, en fait.

La sénatrice Unger : Je ne peux pas savoir, puisque, comme je l'ai dit, je ne prête pas beaucoup attention à la CBC.

Je me demande, si elle survivrait dans l'environnement d'aujourd'hui, si on la privatisait. J'imagine que sa survie dépendrait des recettes publicitaires et des fonds qu'elle pourrait recueillir. Je veux dire par là que la concurrence est assez rude.

Mme Toughill : En ce qui concerne la privatisation — j'imagine que cela dépendrait de la façon dont ce serait fait. Si la société était vendue à un autre réseau, peut-être qu'une partie de ses actifs serait incorporée dans ce réseau. C'est difficile. Elle ne survivrait certainement pas en tant que canal de conversation nationale pour les Canadiens.

Senator Unger: On that particular issue I think of what is happening in British Columbia. There has recently been an issue about advertising, particularly in Richmond, in areas where public signs, stores and all of that are in Chinese only. The councillors are now looking at it to decide whether or not they should continue to allow that. They use neither of Canada's languages. So our country truly is multicultural. In Edmonton in particular, I don't feel that I know better what's happening in Atlantic Canada because I'm watching CBC. To me there's a real disconnect coast to coast. Our country is wide and diverse so I'm not sure it's even doable anymore.

That's a comment. I don't know if you have any thoughts. Although you have said that you didn't think it was.

Ms. Toughill: I do think it's doable, but I don't think it's doable in its current form unless you have very significant public subsidies. I think as long as you do and as long as you have advertising, you're going to have intense pressure from private competitors who say that's not fair.

The Chair: The final question by Senator Greene.

Senator Greene: You mentioned a national conversation. That's something I think we all understand, but I'm not sure really if in Canada we actually have a national conversation. The last time I think we did have one was in 1988 around the free trade agreement. We do have a lot of regional and local conversations, but a national conversation? I'm just not sure if that's possible to have in this country. If that's the case, then maybe the CBC is kind of a mission impossible.

Ms. Toughill: Right. I think that ebbs and flows.

Senator Greene: Yes.

Ms. Toughill: I think it depends how you use that term. I think we're having national conversations on all sorts of issues right now through the CBC and through other media, the issues around marijuana and how we deal with whether it is criminal or not criminal, and issues around the evolution of our healthcare system. Those are all national conversations. There are issues around multiculturalism, and how they play out in Quebec or in Richmond; all are national conversations. I'm kind of hoping we end up having a national conversation about the CBC as well.

Senator Greene: That would be nice, yes.

Ms. Toughill: We don't have a single issue that's riveted the nation in the way that the free trade debate did.

La sénatrice Unger : Sur cette question en particulier, je pense à ce qui se passe en Colombie-Britannique. Il y a eu un problème récemment au sujet de la publicité, plus particulièrement à Richmond, dans des secteurs où les panneaux publics, les magasins et tout ce qui s'y rattache sont en chinois seulement. Les conseillers se penchent maintenant sur le problème afin de décider s'ils devraient continuer ou non de permettre cette pratique. Ils n'utilisent aucune des deux langues du Canada. Notre pays est donc vraiment multiculturel. À Edmonton en particulier, je n'ai pas l'impression d'être plus au courant de ce qui se passe dans le Canada atlantique parce que je regarde la CBC. Selon moi, il y a une rupture réelle d'un océan à l'autre. Notre pays vaste et diversifié; je ne suis donc pas certaine que ce soit même encore faisable.

C'est un commentaire. Je ne sais pas si vous avez des réflexions, même si vous avez dit que vous ne pensiez pas que c'en était un.

Mme Toughill : Je pense que c'est faisable, mais je ne pense pas que ce soit faisable sous sa forme actuelle, à moins de bénéficier de subventions publiques importantes. Je pense que, tant qu'on en a et qu'on a de la publicité, on va subir une pression intense des concurrents privés qui disent que ce n'est pas juste.

Le président : La question finale du sénateur Greene.

Le sénateur Greene : Vous avez mentionné une conversation nationale. C'est quelque chose que nous comprenons tous, mais je ne suis vraiment pas certain qu'on ait réellement une conversation nationale au Canada. D'après moi, la dernière fois que nous en avons eu une, c'était en 1988, au sujet de l'accord de libre-échange. Nous avons beaucoup de conversations régionales et locales, mais une conversation nationale? Je ne suis tout simplement pas certain qu'il soit possible d'en avoir une dans notre pays. Si c'est le cas, peut-être que la CBC est un genre de mission impossible.

Mme Toughill : C'est exact. Je pense qu'elle a des hauts et des bas.

Le sénateur Greene : Oui.

Mme Toughill : Je pense que cela dépend de la façon dont on utilise ce terme. Je pense que nous avons des conversations nationales sur toutes sortes de questions en ce moment, par l'intermédiaire de la CBC et par l'intermédiaire d'autres médias : les enjeux concernant la marijuana et la façon dont nous la traitons, si elle est criminelle ou non, et les enjeux concernant l'évolution de notre système de santé. Ce sont toutes des conversations nationales. Il y a les enjeux concernant le multiculturalisme et la façon dont ils se manifestent au Québec ou à Richmond; ce sont toutes des conversations nationales. J'espère en quelque sorte que nous finirons par avoir une conversation nationale au sujet de la CBC également.

Le sénateur Greene : Ce serait bien, oui.

Mme Toughill : Nous n'avons pas d'enjeu unique qui captive l'attention de la nation comme l'a fait le débat sur le libre-échange.

Senator Greene: Yes.

Ms. Toughill: But I think national conversations are more than that. They are how do we deal with climate?

Senator Greene: Yes, but wouldn't we have conversations with regard to marijuana and so forth even if we didn't have a CBC? We would still be having those kinds of conversations, and it's hard for me to understand exactly how the CBC facilitates a national conversation on marijuana.

Ms. Toughill: I think it does it partly by having stronger local and regional programming, so it can bring the Richmond story to Halifax in a way that — well, Richmond might not be a good example because it has good coverage — but it might bring the P.E.I. view on the new marijuana companies that are creating some significant jobs in Atlantic Canada. That's part of the debate.

Senator Greene: Good.

Ms. Toughill: That might not be appreciated in Toronto were it not for CBC.

The Chair: Madam Toughill, thank you on behalf of the committee members. You're a very good example of why we have these hearings on the ground, to try to get a different point of view on these issues, and I want to thank you on behalf of committee members. Do you have any closing comments?

Ms. Toughill: I want to thank you for having me and I wish you well in your work. I do think this is a particularly important topic, and I'm pleased to see that you are recognizing that the impact of CBC is different in different regions and that you will keep that in mind as you ponder the future of the organization as a whole.

The Chair: Before moving on to the next panel, I'd like to entertain a motion to allow TV and photography during the hearings, with the least possible disruption. We're not broadcast, but media might want to come in and I need a motion to do that.

Senator Plett: I so move.

The Chair: Senator Plett moved the motion. Does everybody agree?

Hon. Senators: Agreed.

The Chair: Thank you.

Le sénateur Greene : Oui.

Mme Toughill : Mais je pense que les conversations nationales sont plus que cela. Elles englobent le débat sur la façon dont nous devons faire face aux changements climatiques.

Le sénateur Greene : Oui, mais n'aurions-nous pas des conversations concernant la marijuana et ainsi de suite, même si nous n'avions pas la CBC? Nous aurions tout de même ce genre de conversations, et j'ai du mal à comprendre exactement en quoi la CBC facilite une conversation nationale sur la marijuana.

Mme Toughill : Je pense qu'elle le fait en partie grâce à ses programmes locaux et régionaux plus solides, qui lui permettent de raconter à Halifax une histoire de Richmond d'une manière qui — eh bien, le cas de Richmond n'est peut-être pas un bon exemple parce qu'il jouit d'une bonne couverture — mais la CBC pourrait présenter le point de vue de l'Île-du-Prince-Édouard sur les nouvelles entreprises de marijuana qui créent des postes importants dans le Canada atlantique. Cela fait partie du débat.

Le sénateur Greene : Bien.

Mme Toughill : On ne le comprendrait peut-être pas à Toronto si ce n'était de la CBC.

Le président : Madame Toughill, je vous remercie au nom des membres du comité. Vous êtes un très bon exemple des raisons pour lesquelles nous tenons ces audiences sur le terrain, pour tenter d'obtenir un point de vue différent sur ces enjeux, et je veux vous remercier au nom des membres du comité. Avez-vous des commentaires de conclusion à formuler?

Mme Toughill : Je veux vous remercier de m'avoir invitée, et je vous souhaite du succès dans votre travail. Je pense effectivement qu'il s'agit d'un sujet d'une importance particulière, et je suis heureuse de voir que vous reconnaissez que la CBC a une incidence différente dans diverses régions et que vous en tiendrez compte dans le cadre de vos réflexions sur l'avenir de l'organisation dans son ensemble.

Le président : Avant de passer au prochain intervenant, j'aimerais recevoir une motion visant à permettre aux gens de la télévision et aux photographes d'être présents durant les audiences, en dérangeant le moins possible. Nous ne diffusons pas la séance, mais les médias veulent peut-être entrer, et j'ai besoin d'une motion pour leur permettre de le faire.

Le sénateur Plett : J'en fais la proposition.

Le président : Le sénateur Plett a proposé la motion. Est-ce que tout le monde est d'accord?

Des voix : D'accord.

Le président : Merci.

[Translation]

I would now like to invite the next panel: Marie-Claude Rioux, from the Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse; Bruno Godin, from the Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick; and Cyrilda Poirier, President of the Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador.

Bruno Godin, Executive Director, Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick: Senators, members of the committee, thank you for inviting the Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick to appear before the Senate committee today.

My name is Bruno Godin, and I am the Executive Director of the Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick, SANB. I will take a few moments to explain what SANB's work consist of. Our organization is the political voice of Acadians in New Brunswick and works to protect their rights and promote their interests. Our objectives are the recognition of a distinct Acadian society, the maintenance and creation of French and bilingual institutions, the affirmation of French in the face of increasing assimilation, and the safeguarding of rights in a context of government restructuring.

As you already know, New Brunswick is regulated by a piece of legislation that recognizes the equality of linguistic communities, making it the only officially bilingual province in Canada. Since the francophone minority accounts for about 33 per cent of the province's population, vigilance is required to ensure that the two linguistic communities have the same rights and privileges.

SANB supports our public corporation, Radio-Canada. We feel that the corporation's contribution to all of the country's francophone communities is clear. However, SANB wants to express its concern over the French-language programming on CBC's national networks and the Réseau de l'information, which often ignores regional realities. We are especially concerned about Radio-Canada, a network that should represent all Canadians across the country.

Under the 1991 Broadcasting Act, the programming provided by the Canadian Broadcasting Corporation should, and I quote:

. . . reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions . . .

That is why Radio-Canada established regional news broadcasts, which cover local news. We can see that "Le Téléjournal Acadie" is fulfilling its role successfully and

[Français]

J'aimerais maintenant inviter le prochain panel, madame Marie-Claude Rioux, de la Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse; de la Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick, monsieur Bruno Godin; et de la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador, Cyrilda Poirier, présidente.

Bruno Godin, directeur général, Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick : Sénateurs et sénatrice, membres du comité, je vous remercie de l'invitation offerte à la Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick à se présenter devant le Comité sénatorial aujourd'hui.

Mon nom est Bruno Godin, et je suis le directeur général de la SANB, qui est l'acronyme de la Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick. Je vais prendre quelques instants pour vous expliquer le travail de la SANB. La SANB, c'est la structure de représentation politique de l'Acadie du Nouveau-Brunswick. Elle est vouée à la défense et à la promotion des droits et des intérêts de la communauté acadienne de la province. La reconnaissance d'une société acadienne distincte, le maintien et la création d'institutions francophones homogènes et parallèles, la valorisation du français face à l'assimilation grandissante, et le maintien des acquis dans le contexte des restructurations des gouvernements sont nos objectifs.

Comme vous en êtes déjà conscients, le Nouveau-Brunswick est régi par une loi sur l'égalité des communautés linguistiques qui fait en sorte qu'il s'agit de la seule province au Canada qui est officiellement bilingue. Par ailleurs, étant la minorité linguistique avec environ 33 p. 100 de la population de la province, la vigilance est de mise afin d'assurer que, dans les faits, les deux communautés linguistiques jouissent des mêmes droits et privilèges.

D'entrée de jeu, la SANB appuie notre société publique qu'est Radio-Canada. Nous estimons que son apport est indéniable pour tous les francophones du pays. Toutefois, la SANB souhaite exprimer son inquiétude quant à la programmation en français sur les chaînes nationales de Radio-Canada et sur le Réseau de l'information qui exclut souvent les réalités des régions. Cette crainte est particulièrement présente envers Radio-Canada, chaîne devant représenter tous les Canadiens et toutes les Canadiennes partout au pays.

Le mandat de la Société Radio-Canada, d'après la Loi sur la radiodiffusion de 1991, est d'offrir une programmation, et je cite :

[...] reflétant la globalité canadienne et en rendant compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions [...]

C'est ainsi que Radio-Canada a mis en place les téléjournaux régionaux, qui traitent de l'information locale. Nous pouvons constater que le *Téléjournal Acadie* remplit parfaitement son

providing Acadians with information that affects them in their language, especially since “Le Téléjournal Acadie” is broadcast every day of the weekend.

However, Radio-Canada’s national “Téléjournal” and other programs generally reflect the Quebec reality and especially the Montreal reality. In 2008, the Radio-Canada ombudsman admitted that the national “Téléjournal” was an issue, since most of the country’s francophones live in Quebec. So most of the target audience of the national “Téléjournal” is in Quebec. However, as previously stated, the corporation’s mandate is to, “reflect Canada and its regions.” So it is important for this point to be taken into account, so that francophone news outside Quebec can be given appropriate coverage. We also think that Quebec is deprived of the wonderful accomplishments and successes from all francophone regions of the country, including Acadia.

In 2009, Marie-Linda Lord, professor and researcher at the Université de Moncton, conducted a study demonstrating that the number of news stories from the Atlantic provinces is significantly higher at CBC than at Radio-Canada. The conclusion of her research is in line with SANB’s findings and the observations of a number of viewers from across the country regarding the low amount of coverage Radio-Canada gave to the shooting that took place in Moncton last June, when three RCMP members were killed. The New Brunswick francophones had to turn to the CBC for information on that incident. Jeanne-D’Arc Gaudet, SANB President, stated that Wednesday, June 4, is indelibly etched in our collective memory, as this incident reminded us that Radio-Canada and RDI Montréal are not in the least bit concerned about us.

You may wonder who is being harmed by the television simulcast war our national network is engaged in with other Quebec networks. The answer is self-evident. We think that all francophones outside Quebec are hurt by this, including Acadians from the Atlantic provinces who are too often, not to say all the time, victims of the television simulcast war between Radio-Canada Montréal and Quebec’s provincial networks. This competition leads to Radio-Canada’s failure to meet its national mandate. Yet the corporation could provide a national perspective if it made an effort to do so.

That is why SANB wants to remind everyone that it is important for all francophone communities to be represented and to recognize themselves on national television. That would not only help us have access to news, but also allow us to participate in the building of our identity as New Brunswick Acadians. So this is a way to build a strong identity, which generally leads to success — both on a professional and a personal level — as well as to national and provincial vitality. This last point is particularly

rôle et permet aux Acadiens et aux Acadiennes d’accéder à l’information qui les touche, dans leur langue, et cela d’autant plus, depuis que notre *Téléjournal Acadie* est diffusé tous les jours de fin de semaine.

Cependant, le *Téléjournal* national diffusé sur Radio-Canada, ainsi que les autres émissions reflètent généralement la réalité québécoise et principalement montréalaise. En 2008, l’ombudsman de Radio-Canada avait déjà admis que le *Téléjournal* national était un enjeu, puisque la majeure partie de la population francophone est située au Québec. Le public cible du *Téléjournal* national se retrouve donc majoritairement au Québec. Cependant, le mandat de la Société Radio-Canada, comme précisé précédemment, est de « refléter la globalité canadienne en rendant compte de la diversité régionale du pays ». Il est donc important de prendre en considération ce point afin de redonner leur place aux informations francophones hors Québec. Nous pensons également que le Québec est privé des belles réalisations et réussites francophones qui se passent dans toutes les régions francophones du pays, notamment en Acadie.

En 2009, Marie-Linda Lord, professeure et chercheuse à l’Université de Moncton, a mené une étude démontrant que « [...] le nombre de nouvelles en provenance des provinces atlantiques est nettement plus élevé à CBC qu’à Radio-Canada [...] ». La conclusion de sa recherche résonne avec les constats de la SANB et de plusieurs auditeurs et auditrices d’ici et d’ailleurs concernant le peu de couverture accordée par Radio-Canada à propos de la fusillade qui a eu lieu à Moncton en juin dernier, où trois membres de la GRC ont été tués. En effet, les francophones de la province du Nouveau-Brunswick ont été obligés d’obtenir l’information à ce sujet en regardant la CBC. À ce sujet, Mme Jeanne-D’Arc Gaudet, présidente de la SANB, avait déjà réagi en affirmant que « le mercredi 4 juin restera à jamais gravé dans notre mémoire collective, cet événement est venu nous rappeler que nous sommes bien loin des préoccupations de Radio-Canada et de RDI Montréal. »

On pourrait facilement se demander à qui fait mal la guerre des ondes que livre notre chaîne nationale aux autres chaînes provinciales québécoises. Poser la question, c’est y répondre. À notre avis, ce sont les francophones à l’extérieur du Québec, et en ce qui nous concerne, les Acadiens et les Acadiennes des provinces atlantiques qui, trop souvent, pour ne pas dire tout le temps, sont les victimes de la guerre des ondes que livre Radio-Canada Montréal aux autres chaînes provinciales du Québec. Cette concurrence fait en sorte que Radio-Canada ne respecte pas sa vocation nationale. Pourtant, elle pourrait avoir une perspective nationale si elle s’en donnait la peine.

C’est pourquoi la SANB souhaite rappeler qu’il est important que toutes les communautés francophones soient représentées et se reconnaissent à la télévision nationale. Cela permet non seulement d’avoir accès à l’information, mais également de participer à la construction de notre identité en tant qu’Acadiens et Acadiennes du Nouveau-Brunswick. Il s’agit donc d’un moyen de construire une identité forte, qui entraîne généralement la réussite tant professionnelle que personnelle et

important for New Brunswick. I will close my remarks by saying that it is important to support local programming and take all francophone communities into consideration. Unfortunately, the leaders of our national Radio-Canada network largely disregard this. Thank you.

Cyrilda Poirier, President, Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador: Mr. Chair, senators, I want to begin by thanking you for your invitation to appear and for giving our community an opportunity to comment on Radio-Canada. My name is Cyrilda Poirier, and I am the President of the Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador.

Since 1973, the Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador has worked for the advancement, vitality and recognition of the francophone and Acadian communities of our province.

As the public broadcaster, Radio-Canada is supposed to cover the whole French-speaking community from coast-to-coast-to-coast in its programming and newspapers.

In spite of that, for a number of years, Radio-Canada has been a major source of concern and frustrations for our community and for the Fédération des francophones de Terre-Neuve-et-Labrador.

We have actually been noticing a constant decline over the years in the public broadcaster's coverage of French-speaking communities outside Quebec in general and in our province in particular — be it on television, radio or the web. Everyone knows that Radio-Canada's national programming dedicates only a tiny fraction of its content to what happens outside Montreal.

Unfortunately, we are seeing the same trend regionally. With just over 3,000 members, our community is still quite small compared to the francophone and Acadian communities in other Atlantic provinces. Nowadays, our community is recognizing itself less and less in the Radio-Canada Acadie programming, which is all too often limited to the Moncton or Halifax area.

The FFTNL reminds you that constituents appreciate hearing about what is happening in their community.

Quebec's political problems, as well as Moncton's municipal politics and cultural scene, or traffic bottlenecks on the MacKay Bridge, in Halifax, are taking over our airwaves in Newfoundland and Labrador. Like all other Canadians, our communities would also like to hear the political, economic and social news from their province and region.

We also find it unfortunate that a number of our most important regions are currently not receiving Radio-Canada's FM radio, or any other French-language radio station. An

donc une certaine vitalité nationale et provinciale. Ce dernier point est particulièrement important au Nouveau-Brunswick. Je termine ici en vous disant qu'il est important d'appuyer la programmation locale et de prendre en considération toutes les communautés francophones au pays. Malheureusement, les têtes dirigeantes de notre réseau national de Radio-Canada en font très peu de cas. Je vous remercie.

Cyrilda Poirier, présidente, Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador : Monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs, je souhaite d'abord vous remercier pour votre invitation à comparaître et, ainsi, donner la chance à notre communauté de s'exprimer au sujet de Radio-Canada. Mon nom est Cyrilda Poirier, et je suis la présidente de la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador.

Depuis 1973, la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador œuvre à l'avancement, à l'épanouissement et à la reconnaissance des communautés francophones et acadiennes de notre province.

Le diffuseur public qu'est la Société Radio-Canada est censé recouvrir toute la francophonie canadienne d'un océan à l'autre dans ses programmes, ses émissions et ses journaux.

Malgré cela, depuis déjà de nombreuses années, la Société Radio-Canada est un facteur important de préoccupations et de frustrations de notre communauté et de la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador.

En effet, nous constatons, à l'antenne de ce diffuseur public, une érosion constante de la présence de la francophonie hors Québec en général, et de notre province en particulier, que ce soit à la télévision, à la radio ou sur son site Internet. Ce n'est pas un secret pour personne que sa programmation nationale ne laisse qu'une part infime du contenu à ce qu'il se passe à l'extérieur de Montréal.

Malheureusement, nous déplorons le même constat au niveau régional. Composée d'un peu plus de 3 000 citoyens, notre communauté reste bien petite comparativement aux communautés francophones et acadiennes des autres provinces de l'Atlantique, et aujourd'hui, elle se reconnaît de moins en moins dans la programmation de Radio-Canada Acadie, bien trop souvent cantonnée à la région de Moncton ou d'Halifax.

La FFTNL rappelle qu'un citoyen souhaite que dans les nouvelles on lui fasse part de ce qu'il se passe dans sa communauté.

Les problèmes politiques du Québec, tout comme la politique municipale et la scène culturelle de Moncton ou encore les embouteillages sur le pont MacKay, à Halifax, inondent nos ondes à Terre-Neuve-et-Labrador, et comme tout autre citoyen, nos communautés souhaitent elles aussi être informées de l'actualité politique, économique et sociale de notre province et de nos régions.

J'ajouterai que nous déplorons qu'actuellement, plusieurs de nos plus importantes régions ne reçoivent pas la radio de Radio-Canada en onde MF, ni aucune autre radio en français; par

example of that is Corner Brook, which is the second-largest city in the province and has a growing francophone community according to the latest census.

How can we have any credibility in telling our students at École Boréale in Happy Valley-Goose Bay that they can develop and grow in French and that we have an opportunity to live in a bilingual Canada? That is difficult to do when they have no access to French radio or to our public broadcaster, Radio-Canada.

To try to address the current shortcomings, but also to adapt to the current modes of consuming audiovisual content and prepare for the future, we want news programs to provide coverage based on a true and fair geographic distribution. That can be done through a significant increase in productions from outside Quebec. Moreover, Radio-Canada should be systematically broadcast on FM waves in all regions with a significant francophone population. The digital transformation recently announced by Hubert Lacroix should become an opportunity that must absolutely be seized, so that all regions of the country can be treated equally. Lastly, Montreal should stop being the only visible tree in the forest. Our people should be easily able to find news on their region, but also programs that pertain to them.

New technologies and the Internet in particular have made distance irrelevant, in a way. Whether you are in Yukon, Montreal or Saint-John's, Newfoundland, a message now arrives at the same speed, and an online video is viewed simultaneously. Social networks make sharing with the entire planet possible, regardless of how far the content's producer is.

So these new technologies are ideal tools to help shift content production toward the regions and provide better opportunities for regional reflection.

In closing, the Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador feels that our public broadcaster is in a critical position and is on the brink of losing the national or pan-Canadian characteristics of its content. We once again want to reiterate how important Radio-Canada's existence is to us and are asking the federal government to provide it with the funding it needs to at least be able to fulfill its mandate.

We do ask Radio-Canada to use new technologies to redirect its content and production capacities to regions outside Quebec for greater equity.

Mr. Chair, senators, on behalf of all Newfoundland and Labrador francophones, thank you for your attention.

Marie-Claude Rioux, Executive Director, Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse: The Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse would like to sincerely thank the Standing Senate

exemple, Corner Brook, deuxième ville en importance de la province et où la communauté francophone est en pleine croissance selon le dernier recensement.

Comment pouvons-nous être crédibles en expliquant à nos jeunes de l'école francophone Boréale de Happy Valley-Goose Bay qu'il est possible de s'épanouir en français et que nous avons de la chance de vivre dans un Canada bilingue? Difficile, lorsqu'aucune radio en français ne leur est accessible, et au premier titre, notre diffuseur public, qui est Radio-Canada.

Pour tenter de remédier aux lacunes actuelles, mais aussi pour s'adapter aux modes de consommation de l'audiovisuel actuels, et préparer l'avenir, nous souhaiterions donc que les contenus des programmes d'information aient enfin une répartition géographique réelle et équitable; que soient augmentées très significativement les productions originaires de l'extérieur du Québec; que la radio de Radio-Canada soit systématiquement diffusée en onde MF dans toutes les régions ayant une population francophone significative; que le virage numérique annoncé encore récemment par Hubert Lacroix devienne une opportunité qui doit absolument être saisie pour que toutes les régions du pays soient traitées d'égaux à égaux, et que Montréal ne cache plus le reste de la forêt. Nos gens doivent être capables de retrouver aisément les nouvelles de leurs régions, mais aussi les émissions qui les concernent.

Les nouvelles technologies et Internet, en particulier, ont permis une certaine abolition des distances. Que nous soyons au Yukon, à Montréal ou à Saint-Jean de Terre-Neuve, un message arrive désormais à la même vitesse, une vidéo en ligne se visualise simultanément, et les réseaux sociaux permettent le partage à la planète entière, quel que soit l'éloignement du producteur du contenu.

Ces nouvelles technologies sont donc idéales pour favoriser la décentralisation de la production du contenu vers les régions, et ainsi mieux refléter ces mêmes régions.

En conclusion, la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador considère que la situation actuelle de notre diffuseur public est critique, et que celui-ci est à l'extrême limite de perdre son qualificatif de national ou de pancanadien de son contenu. Nous réitérons encore aujourd'hui notre attachement à son existence et en appelons au gouvernement fédéral pour qu'il soit de nouveau financé comme il se devrait afin qu'il puisse au minimum réaliser son mandat.

Nous demandons néanmoins à Radio-Canada de ne pas manquer de profiter des nouvelles technologies, pour réorienter ses contenus et ses capacités de production vers l'extérieur du Québec pour une meilleure équité.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs, au nom de tous les francophones de Terre-Neuve-et-Labrador, je vous remercie de votre attention.

Marie-Claude Rioux, directrice générale, Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse : La Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse remercie sincèrement le Comité sénatorial permanent des

Committee on Transport and Communications for this invitation to share our thoughts on the importance of Radio-Canada for Nova Scotia's Acadian community. I am Marie-Claude Rioux, Executive Director. Our president, Ghislain Boudreau, was unfortunately unable to attend this morning, and he sends his apologies.

Incorporated in 1968, our federation was established to promote the vitality and overall development of Nova Scotia's Acadian and francophone community with the help of its members — namely, French-language regional, provincial and institutional organizations.

Our organization is a true federation composed of 28 member agencies working to advance the federation's mission. I shall dispense with paragraph number four, which covers our mission, as I know there is not much time to discuss the heart of the matter.

Radio-Canada is central to the federation's communications portfolio. In fact, Acadians and francophones in our province are very aware of the important role the public broadcaster plays in their lives. They know that no private broadcaster would be able to amass the necessary capital needed to broadcast radio and television programming and maintain a web presence in remote areas where audience ratings are lower. Radio-Canada is the only broadcaster that can provide quality French-language services to Nova Scotia's Acadian community.

Although the Acadians and francophones in the province acknowledge Radio-Canada's importance, our community is far from satisfied with its services, especially when it comes to the coverage of events in Nova Scotia. This dissatisfaction was communicated by the Acadian federation in a brief submitted to the Standing Senate Committee on Official Languages in December 2012. Although two years have passed since that presentation, it is clear that very little has changed.

One part of Radio-Canada's mandate is especially relevant to the Acadian and francophone communities as a whole. In 2007 and 2009, the Société Nationale de l'Acadie published the findings of studies into regional representation on the national radio and television network. These studies clearly indicated that the news, political commentators, experts and topics dealt with on radio and television overwhelmingly reflected what was happening in Montreal. Even worse, in December 2012, the corporation's Executive Vice-President of French Services, Louis Lalande, told the CRTC that regional content would not exceed 15 per cent of the nationally televised newscast. Given such a firm position, it is clear that an important story in our region would not be given the deserved coverage.

transports et des communications pour cette invitation à livrer ses réflexions sur l'importance de Radio-Canada pour la communauté acadienne de la Nouvelle-Écosse. Je suis Marie-Claude Rioux, directrice générale, et je vous prie d'accepter les regrets du président, M. Ghislain Boudreau, qui ne pouvait malheureusement se libérer ce matin.

Notre fédération a été incorporée en 1968 et son but est de promouvoir l'épanouissement et le développement global de la communauté acadienne et francophone de la Nouvelle-Écosse en collaboration avec ses membres, composés d'organismes régionaux, provinciaux et institutionnels d'expression française.

La fédération acadienne agit comme une vraie fédération et regroupe 28 organismes membres qui sont désireux d'œuvrer à l'avancement de la mission de la fédération acadienne. Je vais vous faire grâce du paragraphe numéro quatre qui parle de la mission, puisque je sais que le temps est court pour en venir au cœur du sujet.

La Société Radio-Canada est au cœur du dossier des communications de la fédération acadienne. Les Acadiens et les francophones de notre province sont en effet très conscients de l'importance du diffuseur public dans leur vie : ils savent qu'aucun diffuseur privé ne serait prêt à effectuer les immobilisations nécessaires pour servir les régions éloignées, pour diffuser la radio, la télé et pour maintenir une présence web sur des territoires où les cotes d'écoute ne pèsent pas beaucoup. Pour la communauté acadienne de la Nouvelle-Écosse, la SRC est la seule qui est en mesure d'offrir de tels services de qualité en français.

En dépit de cette importance reconnue par les Acadiens et les francophones de notre province, il n'en demeure pas moins que notre communauté est très loin d'être satisfaite des services de la SRC, en particulier pour ce qui est de la couverture relative à la Nouvelle-Écosse. Cette insatisfaction avait d'ailleurs été notée par la fédération acadienne lors d'un mémoire présenté au Comité sénatorial permanent sur les langues officielles en décembre 2012. Bien que deux années se soient écoulées depuis cette présentation, force est de constater que bien peu de choses ont changé.

Une partie du mandat de Radio-Canada concerne tout particulièrement l'Acadie et les communautés francophones dans leur ensemble. En 2007 et en 2009, la Société Nationale de l'Acadie a rendu publiques des études sur la présence des régions au réseau national (radio et télé), et ces études indiquaient clairement que les nouvelles, les intervenants, les experts, les commentateurs politiques et les sujets traités reflètent très majoritairement la réalité montréalaise. Pis encore, en décembre 2012, le vice-président principal du service français de Radio-Canada, M. Louis Lalande, affirmait au CRTC qu'il n'était aucunement question qu'on dépasse 15 p. 100 de couverture de nouvelles régionales lors des journaux télévisés sur le plan national. Avec une position aussi ferme, il est clair qu'une nouvelle d'envergure dans notre région n'obtiendrait pas la couverture méritée.

In her book called *Le nombrilisme québécois*, which I fully endorse, Quebec journalist Marjorie Pedneault provides many examples of national issues receiving minimum coverage because the news did not come from Quebec. Among them was the non-confidence vote against the Premier of New Brunswick, Bernard Lord. That story was covered with one image and two lines of text at the end of the newscast.

In fact, it is very rare for an Acadian expert — much less an Acadian from Nova Scotia — to be invited on a public affairs program to provide comments and a different viewpoint, even when that development has to do with a francophone region outside Quebec. The same holds true for variety shows, where Quebec artists — some of them complete unknowns — are invited to take part in several programs during the same week, whereas Acadian artists have to be superstars for anyone to pay them the least bit of attention. As for online news, on any given day, it is far more common to see news from Quebec and Ontario — as well as national and international stories — than news from our province, which is practically non-existent. For example, in the online news for Friday, October 3, 2014, the top story was the war against the Islamic State, four secondary stories dealt with international issues, two secondary stories were from Ontario and two other secondary stories were from Quebec.

In fact, it seems that reporters, researchers, producers and other artists view Radio-Canada as a regional station, rather than a national network. In Nova Scotia, people refer to it as Radio-Montréal rather than the SRC. This nickname clearly reflects how the province's Acadians and francophones feel. An insignificant story from Montreal gets preferential treatment over an important story from Nova Scotia. Acadians and francophones from our province also dislike the arrogance all too often exhibited by the hosts of the national network's programs. One example is the program "La soirée est encore jeune," broadcast on Sunday, October 19, where a contributor was reading an email from someone in Winnipeg and said that the program was being watched by people across the country, and that this was yet another indication that the network was fulfilling its mandate.

These observations are corroborated by the fact that programs such as "L'Épicerie," "La Facture" and others rarely come to Nova Scotia. Moreover, national and international stories are covered only from Montreal and feature experts from the province of Quebec. This situation is very detrimental to Nova Scotia's Acadians and francophones, who feel like second-class citizens. Our province's Acadians and francophones will not feel a sense of value by seeing and hearing only Quebecers on television and radio. Lastly, in the longer term, it is Quebec's heritage in all its diversity that will be preserved, to the detriment of our heritage

D'ailleurs, dans son livre intitulé *Le nombrilisme québécois*, que j'endors entièrement, la journaliste d'origine québécoise, Marjorie Pedneault, dresse de nombreux exemples de nouvelles d'intérêt national n'ayant reçu qu'un traitement minimal, parce que cette nouvelle ne provenait pas du Québec. Je retiens, entre autres, le vote de censure à l'endroit du premier ministre, Bernard Lord, au Nouveau-Brunswick, auquel on avait accordé une image et un texte de deux lignes en fin de bulletin.

Par ailleurs, il est très rare qu'un expert de l'Acadie, et encore moins de l'Acadie de la Nouvelle-Écosse soit invité dans le cadre d'émissions d'affaires publiques pour commenter et apporter un point de vue différent, et ce, même lorsque cette nouvelle porte sur une région francophone de l'extérieur du Québec. Il en va de même pour les émissions de variétés, où des artistes québécois — parfois de parfaits inconnus — sont invités dans le cadre de plusieurs émissions au cours de la même semaine, tandis que les artistes acadiens doivent pratiquement devenir incontournables avant de bénéficier d'une certaine attention. Quant au traitement web, pour n'importe quelle journée choisie au hasard, les nouvelles du Québec, de l'Ontario, du national et de l'international sont nettement plus nombreuses que les nouvelles de notre province, qui sont quasi inexistantes. À preuve, dans l'édition web du vendredi 3 octobre 2014, la manchette principale faisait état de la guerre contre l'État islamique, tandis que quatre manchettes secondaires portaient sur les dossiers internationaux, deux manchettes secondaires portaient sur l'Ontario et deux manchettes secondaires sur le Québec.

En fait, il semble que les animateurs, les recherchistes, les réalisateurs et autres artisans considèrent Radio-Canada comme une station régionale — Montréal, on entend — bien plus que comme un réseau national. En Nouvelle-Écosse, on parle de Radio-Montréal plutôt que de la SRC. Ce surnom reflète bien le sentiment des Acadiens et des francophones de notre province qui remarquent qu'une nouvelle de moindre importance en provenance de Montréal aura un traitement préférentiel par rapport à une nouvelle d'envergure pour la Nouvelle-Écosse. Les Acadiens et francophones de notre province déplorent également l'arrogance dont font trop souvent preuve certains animateurs d'émission du réseau national. À titre d'exemple, mentionnons l'émission *La soirée est encore jeune*, diffusée ce dimanche 19 octobre dans lequel un collaborateur à l'émission faisait la lecture d'un courriel d'une dame de Winnipeg et conclut en disant : « Les gens nous écoutent de partout. Encore une fois, on remplit notre mandat. »

Ces observations sont corroborées par le fait que les émissions comme *L'Épicerie*, *La Facture* et autres ne viennent pratiquement jamais en Nouvelle-Écosse; que des événements d'envergure nationale ou internationale ne sont commentés qu'à partir de Montréal, avec des experts québécois. Cette situation est très dommageable pour les Acadiens et les francophones de notre province qui ont le sentiment d'être des citoyens de deuxième classe. Ce n'est pas en voyant uniquement des Québécois à l'antenne que les Acadiens et francophones de notre province se sentiront valorisés. À plus long terme, enfin, c'est la mémoire

and that of Canada's Francophonie as a whole. In short, Nova Scotia's Acadians do not recognize themselves in Radio-Canada's programming. They do not see themselves, or hear or read about themselves.

On the other hand, Quebecers, as my New Brunswick colleague said, are missing out on seeing and appreciating how Nova Scotia's Acadians live. We are sure that users in Quebec would appreciate the extended coverage.

For the previously stated reasons, we also find it very regrettable that Canada's francophone presence on the international stage is limited to Quebec. Radio-Canada not only adds to Canadians' lack of knowledge about the life and issues of Nova Scotia's Acadian community, but it also reinforces the international perception that Quebec is the only province in Canada where French is spoken.

We understand that current budget restrictions have forced Radio-Canada to rely on private companies to produce programs. However, we believe that this devolution of powers should nonetheless respect the corporation's mandate and Canada's regional diversity, regardless of ratings and advertising revenues.

Although the federation applauds Radio-Canada Acadie's coverage of major events such as election night, it deplors the preferential treatment given to New Brunswick over Nova Scotia and the other Atlantic provinces. For example, on Friday, October 3, 2014, Radio-Canada's online coverage for the Acadian region featured a lead story from New Brunswick and one from Prince Edward Island. Readers had to scroll down to the bottom of the page to find, under the heading "Dernières publications," one story from Nova Scotia, compared with one from Newfoundland, two from Prince Edward Island and five from New Brunswick. At the time, the Government of Nova Scotia was preparing to pass a health reform bill at third reading that would cut the number of health authorities from 10 to 2 and the number of health-related labour organizations from 50 to 4. The scope of this reform concerns all Canadian labour unions. In short, Nova Scotia is being marginalized both by Radio-Canada and by Radio-Canada Acadie online.

Radio-Canada produces only two French-language regional radio programs in Nova Scotia: "Réveil Nouvelle-Écosse" and "Au Rythme des courants." It produces no television programs in Halifax. Once again, Nova Scotia's Acadian community is clearly disadvantaged when compared with Moncton or Montreal. Radio-Canada's weekly radio schedule lists 32 programs produced in Montreal and 4 produced in New Brunswick. Nova Scotia has only 2 programs, both produced in Halifax. Moreover, three of the four programs produced in New Brunswick air only in Atlantic Canada, and none of the programs produced in New

québécoise dans toute sa diversité qui est préservée, au détriment de la nôtre, et de celle de la francophonie canadienne dans son ensemble. En somme, les Acadiens de la Nouvelle-Écosse ne se reconnaissent pas du tout dans le produit radio-canadien. Ils ne se voient pas, ils ne s'entendent pas et ils ne se lisent pas.

D'un autre côté, les Québécois, comme le disait mon collègue du Nouveau-Brunswick, sont privés d'une meilleure connaissance et d'une appréciation de la réalité des Acadiens de la Nouvelle-Écosse, alors que nous sommes convaincus qu'une couverture élargie serait appréciée par les utilisateurs de cette province.

Par ailleurs, et justement en raison des constats présentés plus tôt, nous déplorons également que la vitrine francophone canadienne à l'international se limite à une réalité québécoise. En somme, la SRC contribue non seulement à une méconnaissance de la réalité et des enjeux de la communauté acadienne de la Nouvelle-Écosse dans notre pays, elle renforce également la perception sur le plan international que le Québec est la seule province canadienne où l'on parle français.

Nous comprenons qu'en raison des restrictions budgétaires actuelles, la SRC se voit obligée de confier la production d'émissions à des compagnies privées. Cependant, il nous semble que cette dévolution des pouvoirs devrait se faire dans le respect du mandat de la SRC et de la diversité régionale du pays, nonobstant les cotes d'écoute et les revenus publicitaires.

Du côté de Radio-Canada Acadie, si la fédération acadienne applaudit la couverture d'événements d'envergure comme la *Soirée des élections*, elle déplore tout de même le traitement préférentiel accordé au Nouveau-Brunswick par rapport à la Nouvelle-Écosse et aux autres provinces de l'Atlantique. À titre d'exemple toujours, la couverture du vendredi 3 octobre 2014 pour la région Acadie sur le site web de la SRC présente une manchette du Nouveau-Brunswick et une de l'Île-du-Prince-Édouard, et il est nécessaire de dérouler la page jusqu'en bas pour retrouver, sous l'intitulé Dernières publications, une manchette de la Nouvelle-Écosse, contre une pour Terre-Neuve, deux pour l'Île-du-Prince-Édouard et cinq pour le Nouveau-Brunswick, et ce, alors que le gouvernement de la Nouvelle-Écosse s'apprêtait à adopter en troisième lecture un projet de loi sur la réforme de la santé devant réduire de 10 à 2 le nombre de régies de santé et de 50 à 4 le nombre d'ententes collectives dans le domaine et que la portée de cette réforme intéresse l'ensemble des syndicats canadiens. En somme, la Nouvelle-Écosse, qui se trouve déjà marginalisée du côté de la SRC, se trouve également marginalisée par Radio-Canada Acadie sur le Web.

Par ailleurs, la SRC ne produit que deux émissions régionales radiophoniques en provenance de la Nouvelle-Écosse, à savoir l'émission *Le Réveil* et *Au Rythme des courants* tandis qu'aucune émission télé n'est produite à partir de Halifax. Encore une fois, l'Acadie de la Nouvelle-Écosse se trouve nettement désavantagée en comparaison avec Moncton et Montréal. À titre d'exemple, la grille horaire hebdomadaire pour la radio de la SRC fait état de 32 émissions produites à partir de Montréal, de 4 émissions produites à partir du Nouveau-Brunswick, tandis que la Nouvelle-Écosse ne dispose que de 2 émissions produites à

Brunswick or in Nova Scotia are broadcast across the entire network. Given Radio-Canada's limited coverage in our province, the federation is extremely concerned over the cuts announced by the public broadcaster. The journalistic coverage of events relevant to our community has already been limited to avoid paying overtime, the number of minutes dedicated to national news has been reduced considerably, and there are no longer any journalists covering the province's southeast, southwest and northeast regions. Should Radio-Canada have to make more budget cuts, where will those cuts be made?

In closing, despite the quality of Radio-Canada's production, the Acadian and francophone community we represent believes that the corporation could do a better job of fulfilling its mandate to reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special interests of those regions. The federation is convinced that the cuts planned by Radio-Canada do not necessarily have to result in reduced services in Acadian regions. We would actually like to encourage Radio-Canada to do a cost comparison between producing a program from Montreal and producing it from Halifax. Over the years, the federation has presented many briefs, both before the CRTC and before various Senate committees, each time criticizing the lack of national Radio-Canada coverage on Nova Scotia's Acadian community. So far, those complaints have fallen on deaf ears.

We hope that the hearings of the Standing Senate Committee on Transport and Communications will enable the corporation to ensure that Nova Scotia's Acadians and francophones are better represented in its programming, that they get to know francophones in the other provinces better and that we are able to celebrate our diversity.

Thank you for your attention.

The Chair: Ms. Rioux, Mr. Godin, Ms. Poirier, all three of you are a good example why we have hearings like this one — outside the nation's capital, Montreal or Toronto — to be able to hear regional voices. I want to thank all three of you for the consistent message you have related.

[English]

I have Senator Plett, Senator Unger and Senator Cordy. Senator Plett, the floor is yours.

Senator Plett: Thank you to all three of our witnesses.

partir de Halifax. À noter que trois des quatre émissions produites au Nouveau-Brunswick sont diffusées en Atlantique et qu'aucune des émissions produites au Nouveau-Brunswick ou en Nouvelle-Écosse n'est diffusée sur l'ensemble du réseau. En tenant compte de cette couverture limitative de la SRC dans notre province, la fédération acadienne est extrêmement préoccupée des coupures annoncées par le diffuseur public. Déjà, la couverture journalistique lors d'événements pertinents pour notre communauté a été limitée pour éviter de payer du temps supplémentaire, le nombre de minutes consacrées à une nouvelle régionale a été considérablement amputée, et il n'y a plus de journalistes pour couvrir le sud-est, le sud-ouest et le nord-est de la province. Si la SRC doit effectuer plus de compressions budgétaires, où le fera-t-elle?

En conclusion, en dépit de la qualité de la production de la SRC, il n'en demeure pas moins que, pour la communauté acadienne et francophone que nous représentons, la SRC pourrait mieux s'acquitter de son mandat de refléter la globalité canadienne et de rendre compte de la diversité régionale du pays, tout en répondant aux besoins particuliers des régions. Pour sa part, la fédération acadienne est convaincue que les coupures envisagées par la SRC ne doivent pas nécessairement se solder par une diminution du service dans des régions acadiennes. Nous aimerions d'ailleurs encourager la SRC à faire un exercice de comparaison entre les coûts de production d'une émission à partir de Montréal et ceux d'une émission à partir de Halifax. Au cours des années, la fédération acadienne a présenté de nombreux mémoires, tant devant le CRTC que dans divers comités sénatoriaux, décrivant chaque fois le manque de couverture de la communauté acadienne de la Nouvelle-Écosse sur le plan national par la SRC. Jusqu'à présent, ces récriminations sont restées lettre morte.

Nous espérons que la présente consultation par le Comité sénatorial permanent des transports et des communications forcera la SRC à faire en sorte que les Acadiens et les francophones de notre province s'y reconnaissent davantage, qu'ils soient ainsi en mesure de mieux connaître les francophones des autres provinces et de célébrer notre diversité.

Nous vous remercions de votre attention.

Le président : Madame Rioux, monsieur Godin, madame Poirier, vous êtes tous les trois un bon exemple de la raison pour laquelle nous avons des audiences comme celles-ci, à l'extérieur de la capitale nationale et de Montréal et Toronto, pour être capable justement d'entendre les voix des régions. Je vous remercie tous les trois du message presque unanime que vous avez livré.

[Traduction]

J'ai le sénateur Plett, la sénatrice Unger et la sénatrice Cordy. Sénateur Plett, vous avez la parole.

Le sénateur Plett : Je remercie nos trois témoins.

I don't know that I'm happy about the comment you made about CBC's arrogance in French, but at least I'm happy that their arrogance in French is the same as their arrogance in English, so I think we both feel that at times.

I'm also from a small market. I'm from the federal riding of Provencher. Provencher is probably the highest populated area of francophones outside the province of Quebec, so many of my friends that I see regularly when I go home are francophone.

Now I want you to pardon my ignorance here when I ask this first question: What's the difference between Acadian and francophone?

[*Translation*]

Ms. Rioux: Senator, there is a real debate right now on what makes an Acadian and what makes a francophone. We will hold our annual general meeting this weekend to better define the Acadian identity. Right now, some people identify as Acadians for a number of reasons, while others are referred to as new Acadians. They identify more as francophones because they speak French, but they do not necessarily have Acadian roots. We may be talking about Franco-Manitobans who have moved to Nova Scotia. We do not have many of them — not enough. We would like to have more.

[*English*]

Senator Plett: Mr. Godin, maybe I misunderstood your presentation, but you said that you felt there was not enough francophone broadcasting. Do you mean that there is not enough broadcasting in French or do you mean that there is not enough broadcasting in local areas? Obviously your issues in whatever community you're in are not French or English issues, they are issues for your region. Can you just explain that part of your presentation, is it that you don't get enough broadcasting in French in your communities, either, any of the three of you, or is that it's in the wrong language?

[*Translation*]

Mr. Godin: I would say that this is on a local level, Atlantic level, but the issue is that Radio-Canada pays very little attention to anything outside Montreal. Bear in mind that, in other Canadian provinces, we have no access to any French-language television stations besides Radio-Canada. So if Radio-Canada's national network does not report on events taking place in Acadia, we receive no relevant news. The most striking example comes from last June, when three RCMP members were murdered by someone and a 36-hour manhunt ensued on Moncton's streets. We had to turn to CBC to find out what streets and neighbourhoods were closed, since Radio-Canada

Je ne sais pas si je suis content du commentaire que vous avez formulé au sujet de l'arrogance de la SRC en français, mais au moins je suis content que son arrogance en français soit la même que celle de la CBC en anglais; par conséquent, je pense que nous avons tous les deux cette impression par moments.

Je proviens également d'un petit marché. Je suis de la circonscription fédérale de Provencher. Provencher est probablement la région francophone la plus peuplée à l'extérieur du Québec; bon nombre de mes amis que je vois régulièrement lorsque je rentre chez moi sont donc francophones.

Maintenant, je veux que vous pardonniez mon ignorance au moment où je pose cette première question : quelle est la différence entre un Acadien et un francophone?

[*Français*]

Mme Rioux : C'est tout un débat actuellement, monsieur le sénateur, pour savoir qu'est-ce qu'un Acadien et qu'est-ce qu'un francophone. Nous aurons notre assemblée générale annuelle cette fin de semaine pour définir davantage l'identité acadienne. Pour l'instant, il y a des personnes qui s'identifient comme étant Acadiennes pour plusieurs raisons, alors que d'autres personnes, on les appelle les Néo-Acadiens. Il s'identifient davantage comme francophones, parce qu'ils parlent le français, mais ne sont pas nécessairement d'origine ou de souche acadienne. Il peut s'agir, par exemple, de Franco-Manitobains qui déménagent en Nouvelle-Écosse. On n'en a pas beaucoup, on n'en a pas assez, on aimerait en avoir plus.

[*Traduction*]

Le sénateur Plett : Monsieur Godin, j'ai peut-être mal compris votre exposé, mais vous avez dit qu'il n'y avait pas assez d'émissions francophones. Voulez-vous dire qu'il n'y a pas suffisamment d'émissions en français ou qu'il n'y a pas assez d'émissions dans les régions locales? Manifestement, les problèmes que vous avez dans la collectivité où vous vous trouvez ne sont pas liés au français ou à l'anglais; ce sont des problèmes propres à votre région. Pouvez-vous simplement expliquer cette partie de votre exposé? Le problème est-il lié au fait que vous n'avez pas assez d'émissions en français dans vos collectivités — ma question s'adresse à vous trois — ou que les émissions sont dans la mauvaise langue?

[*Français*]

M. Godin : Je vous dirais que c'est au niveau local, au niveau atlantique, mais c'est que Radio-Canada apporte très peu d'attention à l'extérieur de Montréal. Il ne faut pas oublier que, dans les autres provinces canadiennes, nous n'avons aucune autre chaîne de télévision en français. La seule qui existe, c'est Radio-Canada, donc si le réseau national de Radio-Canada ne fait pas les manchettes sur des événements qui se passent en Acadie, et là, l'exemple le plus frappant c'est en juin dernier lorsque trois membres de la GRC se sont fait tué par un individu et qu'il y a eu une chasse à l'homme pendant 36 heures dans les rues de la ville de Moncton et il fallait se tourner vers CBC pour savoir quelle rue

Montreal did not bother to mention this. Had this happened in a Montreal or Quebec City neighbourhood, I think it would have sparked a media storm, while the story happening here received very little attention. So there is a big discrepancy between the regions and Montreal. A car accident on the corner of René-Lévesque and some other street makes the headlines. Three RCMP members are murdered in New Brunswick on a public street, surrounded by homes, and Montreal does not even see it fit to stop talking about the car accident — a minor fender-bender on the corner of René-Lévesque — to go to live coverage from Moncton. That being said, we do have some solid coverage — and I know that I disagree with my colleagues when it comes to this. They know that this is the only difference. We have not spoken to one another. We know each other well, but we have not spoken here. We feel that “Le Téléjournal Acadie” provides very good coverage for us in New Brunswick. That may be the result of having a secondary headquarters, where coverage is better. For us, the issue really relates to national news that we would like to watch. I regularly hear Acadians, very proud francophones, say it is too bad that they are watching Radio-Canada Montreal less and less and turning to CBC more. So we have to become anglicized to find out what is happening in Toronto, Manitoba, British Columbia, and even New Brunswick, Newfoundland, Prince Edward Island and Nova Scotia. That is what really bothers us.

I think I am really attacking the management, if you will, in a very peaceful way; they seem to want to continue to compete with the other Quebec television networks. However, it is not national Radio-Canada’s mandate to compete with TVA or other television networks in Quebec. That is not its mandate in the least. It is supposed to be a national television broadcaster from sea to sea. And when it wages what I call a small war with the other, provincial television networks, that impacts us adversely, we the francophone communities outside Quebec.

I apologize for the long answer.

[English]

Senator Plett: Ms. Poirier, you said that there should be better coverage where there is a significant francophone population, were the words you used.

Ms. Rioux, you spoke about cuts.

This question is to the two of you: When you talk about there shouldn’t be any more cuts, or the cuts should be given back or I’m not sure what it is, were you suggesting the cuts that the government made to the subsidies or were you talking about the cuts CBC or Radio-Canada made in their operation? That is number one.

était fermée, quel quartier était fermé, alors que Radio-Canada Montréal n’a pas cru bon de le mentionner. Si ça avait été dans un quartier de Montréal ou de Québec, je pense qu’il y aurait eu une tempête médiatique, alors qu’ici, c’est très peu, donc c’est vraiment le décalage entre les régions et Montréal. Lorsqu’il y a un accident de voiture à l’angle de René-Lévesque et je ne sais plus quelle autre rue, ça fait la manchette. Nous, on a trois membres de la GRC qui sont assassinés dans une rue publique, entourée de maisons, et ça ne vaut même pas la peine qu’à Montréal, ils arrêtent de parler de l’accident de voiture, un accrochage mineur au coin de René-Lévesque, ça ne vaut même pas la peine de passer par-dessus ça pour aller en direct à Moncton. Cela étant dit, nous avons quand même une bonne couverture — et là, je sais que je m’inscris en faux avec mes collègues, ils savent que c’est la seule divergence; on ne s’est pas parlé, on se connaît très bien, mais on ne s’est pas parlé ici. Le *Téléjournal Acadie* pour nous au Nouveau-Brunswick on estime qu’on a une très bonne couverture. C’est peut-être le problème que lorsqu’il y a un siège social qui soit secondaire, donc la couverture est meilleure. Mais nous, c’est vraiment au national et puis on peut écouter. Moi, j’entends régulièrement des Acadiens, des francophones fiers, très fiers, nous dire : « C’est dommage, on écoute de moins en moins Radio-Canada Montréal, on se tourne vers CBC. » Donc, on s’anglicise pour savoir ce qui se passe à Toronto, au Manitoba, en Colombie-Britannique et qui plus est, au Nouveau-Brunswick, à Terre-Neuve, à l’Île-du-Prince-Édouard et en Nouvelle-Écosse. Et c’est ce qu’on trouve extrêmement déplorable.

Je crois que c’est vraiment aux têtes dirigeantes que je m’attaque, si vous voulez, de façon très pacifique, et ils semblent vouloir continuer une concurrence avec les autres chaînes de télévision québécoises. Or, ce n’est pas le mandat de Radio-Canada national de faire concurrence avec TVA ou les autres chaînes de télévision au Québec. Ce n’est pas du tout son mandat. Elle doit être une télévision nationale d’un océan à l’autre. Et lorsqu’elle fait — moi j’appelle ça une « guéguerre » avec les autres chaînes de télévision provinciales, ça se fait au détriment de nous, les communautés francophones à l’extérieur du Québec.

Je m’excuse de la longue réponse.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Madame Poirier, vous avez dit que la couverture devrait être meilleure là où la population francophone est importante, ce sont les mots que vous avez utilisés.

Madame Rioux, vous avez parlé de compressions.

Ma question s’adresse à vous deux : quand vous parlez du fait qu’il ne devrait pas y avoir davantage de compressions ou que les compressions devraient être remises ou je ne sais pas trop, sous-entendez-vous les compressions auxquelles le gouvernement a procédé à l’égard des subventions ou parliez-vous de celles qui visent le fonctionnement de CBC ou Radio-Canada? C’est la première question.

Number two, to Ms. Poirier or any one of you: What do you consider a significant francophone population and to what extent does CBC, Radio-Canada come in and do what we all want them to do in the smaller communities? I'm sure the people in Ste. Anne, St. Malo and St. Pierre in Manitoba in my riding are asking for many of the same things, but to what point does CBC do this and what is a significant francophone population? They need to live within their means somehow.

[*Translation*]

Ms. Rioux: Senator, with your permission, I will reply to both parts of that question.

Regarding the cuts, all three of us are from the community environment. Community organizations are subject to constant cuts. We know the impact of these cuts practised by the granting authorities. However, the fact remains that as managers we are also responsible for allocating the funds at our disposal to ensure the best possible results, given the funding we do receive. My personal criticism would not be about the government cuts to Radio-Canada; personally I am convinced that we can do less with more, and that the decision to allocate the funds belongs to the management of Radio-Canada. However, I do have a problem with the fact that the cuts are much more important, have far greater impact, when they are done in the regions rather than at Radio-Canada in Montreal. Do you see what I mean?

I already said what everyone thinks, which is to say that when you say Radio-Canada, you think Montreal.

In my brief I encouraged Radio-Canada to carry out a cost analysis to see whether it really costs more to produce from Halifax, for instance, rather than to produce in Montreal; I am not convinced that it is less expensive in Montreal. I am sure that considerable savings could be achieved by doing more production in the regions. That is the first issue.

Now, what do we consider to be an appreciable francophone population in Nova Scotia? To me, that is very clear. Wherever there is a French-language school, there is an important French-language population. So, to go back to what my Newfoundland colleague was saying earlier, in Labrador, there are areas where they do not pick up Radio-Canada. The same thing applies in Nova-Scotia: in Truro, they do not pick up Radio-Canada radio broadcasts, and yet Truro has a French-language school, and there is exponential growth there. I was the director general of the parents' federation when Truro opened its school to 10 students, and there are now over 250 or thereabouts; the school has been expanded, a community centre has been built, and so there is abundant growth in that area. Despite that, if you are there, you cannot tune in to Radio-Canada.

La deuxième s'adresse à Mme Poirier ou à l'une ou l'autre d'entre vous : que considérez-vous comme une population francophone importante et dans quelle mesure CBC/Radio-Canada fait-elle ce que nous voulons tous qu'elle fasse dans les petites collectivités? Je suis certain que les gens de Sainte-Anne, Saint-Malo et Saint-Pierre, au Manitoba, dans ma circonscription, demandent un grand nombre des mêmes choses, mais dans quelle mesure la CBC le fait-elle, et qu'est-ce qu'une population francophone importante? Elle doit vivre en fonction de ses moyens, d'une façon ou d'une autre.

[*Français*]

Mme Rioux : Monsieur le sénateur, si vous me permettez, je vais répondre aux deux parties de cette question.

Au sujet des coupures, tous les trois nous venons d'un milieu communautaire. Le milieu communautaire a des coupures constamment. On connaît l'impact des coupures, des baillleurs de fonds. Cependant, il n'en demeure pas moins que comme gestionnaires nous sommes également responsables d'affecter les fonds dont on dispose pour s'assurer qu'on a le meilleur résultat en fonction du financement qu'on reçoit. Ce que je critique personnellement, ce ne sont pas les coupures apportées par le gouvernement à la SRC; je suis personnellement convaincue qu'on peut faire plus avec moins, et que la décision d'allouer les fonds relève de la direction de Radio-Canada. Mais là où j'ai un problème, c'est qu'il me semble que les coupures sont beaucoup plus importantes, ont beaucoup plus d'impact quand elles se en font région que lorsqu'elles se font à Radio-Canada, à Montréal. Vous comprenez?

J'ai déjà dit ce que tout le monde pense, c'est-à-dire que, quand on pense à Radio-Canada, on pense à Montréal.

J'encourageais dans mon mémoire la SRC à faire un exercice de coûts pour voir si ça coûte réellement plus cher de produire à partir d'Halifax, par exemple, plutôt que de produire à partir de Montréal, et je ne suis pas convaincue. Je suis convaincue qu'on pourrait faire des économies appréciables en produisant davantage en région. C'est la première question.

Maintenant, qu'est-ce qu'on considère comme population importante au niveau francophone en Nouvelle-Écosse? Pour moi, c'est très clair. Là où il y a une école francophone, il y a une population importante. Alors pour reprendre ce que ma collègue de Terre-Neuve disait plus tôt, au Labrador, il y a des régions où il n'y a pas Radio-Canada. C'est la même chose en Nouvelle-Écosse, nous avons Truro qui ne capte pas la radio de Radio-Canada, et Truro a une école francophone, Truro grandit de façon exponentielle. J'étais la directrice générale de la Fédération des parents quand Truro a ouvert son école avec 10 élèves, et ils sont maintenant plus de 250 ou quelque chose comme ça, et on a agrandi l'école, on a construit un centre communautaire, donc c'est une région qui est en essor. Malgré cela, il est impossible de capter Radio-Canada.

Ms. Poirier: I will begin with the community; what is a significant community? My colleague was much more generous than I. I said that any place where there is more than one person is a significant community, but —

[English]

Senator Plett: Oh, wow!

[Translation]

Ms. Poirier: That said, my colleague is quite right. Where there is at least a French-language school, or a school centre, wherever there is an active, growing community, you have a significant community. If people felt that a school had to be built, it means that there is an upcoming generation, that there are people there, who deserve to have adequate service from the public broadcaster, Radio-Canada.

I think my colleagues have said enough about budget cuts. I will give you some concrete examples, since I use examples a lot. This summer we had the experience of bringing back three morning programs to Moncton, that is to say the “Le réveil” program, from New Brunswick, Prince Edward Island and Halifax. Since we do not have a production studio in Newfoundland, we make arrangements, and I told myself that this was the beginning of the end. I think it is only a matter of time before our morning programs are all managed by Moncton to the detriment of our communities.

Regarding the budget cuts, I would say that for the most part the regions, the regional communities are the ones that absorb those cuts. We hear about budget cuts in Montreal or in Quebec, but very little, and in any case they are the ones who reap any benefits. Let me give you an example: On Espace musique there was a morning program that came from Moncton. It was a very good program. Espace musique is made up of cultural programs and we heard about our artists on it. Perhaps there was a lot on it about New Brunswick, but be that as it may, at least we felt our culture was there. That is the first thing that was cut and sent to Montreal. So now, from 9:30 a.m. to 11:30 or noon, a program out of Montreal is broadcast, and we no longer hear anything about us. So that is what I mean about budget cuts. They always take place to the detriment of communities or francophones or provinces outside of Quebec.

[English]

Senator Unger: Thank you all for your presentations.

My first question is for Mr. Godin. You stated that CBC does not help to build our Acadian identity in New Brunswick. I'm wondering if that's really a part of CBC's mandate, to build identities, specific identities.

Mme Poirier : Je vais commencer avec la communauté et qu'est-ce qu'une communauté qui est significative. Ma collègue a été beaucoup plus généreuse que moi. Moi, j'ai dit que n'importe quel endroit où il y a plus d'une personne, c'est une communauté significative. Mais . . .

[Traduction]

Le sénateur Plett : Oh, wow!

[Français]

Mme Poirier : Ceci étant dit, elle a entièrement raison. Là au moins où il y a une école francophone, où il y a un centre scolaire, où il y a une communauté qui est active et qui est en effervescence est une communauté significative. Si on a daigné avoir construit une école, c'est que, finalement, il y a quand même une relève, quand même des gens qui sont là, qui méritent d'avoir un service adéquat du diffuseur public qui est Radio-Canada.

Pour ce qui est des compressions budgétaires, je pense que mes collègues en ont assez dit. Je vais vous donner des exemples concrets, puisque je suis une personne à exemples. Cet été on a fait l'expérience de ramener à Moncton les trois émissions matinales, c'est-à-dire l'émission *Le réveil* du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard et de Halifax, parce qu'on n'a pas de studio de production à Terre-Neuve, on s'entend, et je me suis dit que c'était le début de la fin. J'ai l'impression que c'est une question de temps avant que nos émissions matinales soient toutes gérées par Moncton au détriment de nos communautés.

Quand on parle de compressions budgétaires, je dirais que majoritairement, ce sont les régions, les communautés régionales qui ont ces compressions. On entend parler de compressions à Montréal ou à Québec, mais très peu, d'ailleurs, c'est eux qui récupèrent. Je donne un exemple : à Espace musique il y avait l'émission du matin en provenance de Moncton. Une très belle émission. Espace musique, ce n'est que des émissions culturelles où on entendait parler de nos artistes. Oui, c'était peut-être un peu beaucoup du Nouveau-Brunswick, mais rien n'empêche, au moins on se sent dans notre culture. C'était la première chose qui a été coupée et envoyée vers Montréal. Alors, maintenant, de 9 h 30 à 11 h 30 ou midi, c'est une émission qui vient de Montréal et c'est une émission où on n'entend plus parler de nous. Alors, c'est ce que je dis par les compressions budgétaires. C'est toujours au détriment des communautés ou des personnes ou des provinces à l'extérieur du Québec.

[Traduction]

La sénatrice Unger : Je vous remercie tous de vos exposés.

Ma première question s'adresse à M. Godin. Vous avez déclaré que la CBC/Radio-Canada n'aide pas à renforcer notre identité acadienne au Nouveau-Brunswick. Je me demande si cela fait vraiment partie de son mandat, de renforcer les identités, des identités particulières.

[Translation]

Mr. Godin: I personally make quite a distinction between CBC and Radio-Canada; Radio-Canada provides French content and helps us to build an identity. When, as French-speakers, we do not see ourselves or hear ourselves reflected, it is as though we did not exist. So to my mind, if there are networks for Canadian English-speakers, I think, though I am not an anglophone, that they probably strengthen the Canadian identity of anglophones. On the francophone side, Radio-Canada should do the same thing for all French-speaking Canadians in the country.

[English]

Senator Unger: Yes, but again the idea — and I'm from Alberta — is that if I listen to CBC or watch CBC television, in some way that's helping to build the identity of Western Canada. That thought had never occurred to me. To me CBC radio or television is to provide information. Regional news is simply not covered in the national news. We don't hear in the West anything about Acadian communities.

Years and years ago, Don Messer — I think though he was from P.E.I. — was a program that my family all watched. I knew it came from somewhere down East, that was really all I knew about it. There was nothing in particular that CBC did to promote Don Messer's program; Don Messer did that.

[Translation]

Mr. Godin: As a minority French-speaker in Canada, I think the importance of Radio-Canada is even greater than that of the CBC for anglophones. If we do not have Radio-Canada, where are we going to get our news, our programs in French? There will be no source whatsoever. Whereas on the English-speaking side — and I am not going to launch a big linguistic debate here — in every province there are provincial or regional English-language television networks. But if we do not have Radio-Canada, we have nothing. So, this means that francophones outside Quebec would have to listen only to radio and television in English, or listen to programs that come from France, which is not really to our advantage either.

[English]

Ms. Poirier: Can I just add something here? I think there has to be a distinction made. All of the francophone programs that come out of Montreal are Montreal-based, or American-based and translated. There are very few programs made of francophones or what we do or what we represent, in Radio-Canada's programming. There is a distinction to be made between the English programming, because they cover all of Canada. You know, you have, "Heartland" in the West and you have "Republic of Doyle" in Newfoundland. So those are culture-

[Français]

M. Godin : Pour moi, je fais une grande différence entre CBC et Radio-Canada, donc, Radio-Canada dont l'apport du français nous aide à construire une identité. Lorsque, comme francophone, on ne se voit pas, et on ne s'entend pas, c'est comme si on n'existait pas. Or, si, pour moi, il y a des chaînes pour les anglophones du Canada, je pense qu'elles devraient, et là je ne suis pas un anglophone, mais elles devraient renforcer l'identité canadienne chez les anglophones. Du côté francophone, Radio-Canada devrait faire la même chose, mais pour tous les Canadiens francophones du pays.

[Traduction]

La sénatrice Unger : Oui, mais, encore une fois, l'idée — et je viens de l'Alberta — c'est que, si j'écoute la CBC ou que je regarde la télévision de la CBC, d'une certaine manière, cela aide à renforcer l'identité de l'Ouest du Canada. Cette pensée ne m'avait jamais traversé l'esprit. Pour moi, la radio ou la télévision de la CBC sert à fournir de l'information. Les nouvelles régionales ne sont simplement pas couvertes aux actualités nationales. Dans l'Ouest, nous n'avons aucune nouvelle des collectivités acadiennes.

Il y a de nombreuses années, Don Messer — je pense, par contre, qu'il était de l'Île-du-Prince-Édouard — aimait une émission que toute ma famille regardait. Je savais qu'elle venait de quelque part dans l'Est, c'était en fait tout ce que j'en savais. La CBC ne faisait rien de particulier pour promouvoir l'émission de Don Messer; c'est Don Messer qui le faisait.

[Français]

M. Godin : En tant que francophone minoritaire au Canada, l'importance de Radio-Canada, je pense, est encore plus grande que peut l'être CBC pour les anglophones. Si nous n'avons pas Radio-Canada, où irons-nous chercher nos nouvelles, nos émissions en français? Il n'y en aura aucune. Alors que du côté anglophone, et là je ne vais pas faire un débat linguistique ici, mais dans chaque province, il y a des chaînes de télévision provinciales ou régionales en anglais. Nous, si nous n'avons pas Radio-Canada, nous n'avons rien. Donc, ce qui veut dire que pour les francophones à l'extérieur du Québec, on devrait écouter seulement la télévision et la radio en anglais, ou encore se tourner vers des émissions françaises qui proviennent de la France, ce qui ne serait pas à notre avantage non plus.

[Traduction]

Mme Poirier : Puis-je seulement ajouter quelque chose à ce sujet? Je pense qu'une distinction doit être faite. Toutes les émissions francophones qui viennent de Montréal sont produites à Montréal ou produites aux États-Unis et traduites. Très peu d'émissions sont faites par des francophones ou présentent ce que nous faisons ou ce que nous représentons dans la programmation de Radio-Canada. Il faut faire une distinction avec la programmation anglaise, parce qu'elle englobe l'ensemble du Canada. Vous savez, on a *Heartland* dans l'Ouest et on a *Republic*

based, and those really do bring out the cultures of the different regions, no matter what. We don't have that at Radio-Canada because everything comes out of Montreal. I don't associate with the Montreal culture. It's not my culture. So there is a difference. I just wanted to add that.

Senator Unger: Thank you for that clarification.

You talked a lot about cuts, especially Ms. Rioux. Do you think the problems that you and your colleagues have stated that you have with Radio-Canada and/or CBC would be solved with more money? Is money the answer or is it something else?

[*Translation*]

Ms. Rioux: When I was at the Fédération des parents in 1996, I submitted a brief about Radio-Canada to the CRTC in which I deplored the lack of coverage of current events in Nova Scotia, as compared to New Brunswick and Montreal. Because of that, we feel doubly in the minority. That was in 1996. That was a long time ago. In the meantime, there have been more cuts, but I am convinced — you know, we have an extraordinary team of journalists in Nova Scotia — that it would not cost any more to give them more air time that is given, for instance, to New Brunswick or Montreal currently. I also agree with my colleagues when they say that we are perfectly capable, for instance, of having a conversation with a taxi driver in Montreal and talk about current events in Montreal when we are there; we can talk about problems regarding the Champlain Bridge, the Charbonneau Commission and so on, and anything else you would like, whereas the reverse is not true. So, when you were asking earlier, Madam Senator, if that is a part of Radio-Canada's mandate, the answer is yes. Radio-Canada's mandate is to reflect all of Canadian reality, taking into account the country's regional diversity and the particular needs of the regions. What we say is that our particular needs are not taken into account, and that has nothing to do with funding. It has nothing to do with the cuts; even if there were an increase in the funding, it would have nothing to do with that. As I was saying earlier, it is about how the funds are allocated and about the upper management decisions at Radio-Canada, who decides what is allocated to whom, where people are assigned, and how news is going to be handled.

[*English*]

Senator Cordy: I want to reiterate what the chair said earlier about the importance of the Senate having meetings in the region because we certainly get a different perspective of Radio-Canada from Atlantic Canadians than we would in Ottawa or in Montreal.

Thank you very much for your presentations. I'm a Nova Scotian senator, so I particularly want to thank you for being here today.

of Doyle à Terre-Neuve. Ces émissions sont donc axées sur la culture, et elles font réellement ressortir la culture des diverses régions, de toute façon. Nous n'avons pas cela à Radio-Canada parce que tout vient de Montréal. Je ne m'identifie pas à la culture montréalaise. Ce n'est pas ma culture. Il y a donc une distinction. Je voulais seulement ajouter cette précision.

La sénatrice Unger : Merci pour cette clarification.

Vous avez beaucoup parlé des compressions, surtout Mme Rioux. Pensez-vous que les problèmes que vos collègues et vous avez déclaré avoir concernant Radio-Canada ou la CBC seraient réglés avec plus d'argent? L'argent est-il la réponse ou est-ce autre chose?

[*Français*]

Mme Rioux : Quand j'étais à la Fédération des parents en 1996, j'avais présenté un mémoire au CRTC sur Radio-Canada dans lequel je déplorais le manque de couverture de l'actualité des événements de la Nouvelle-Écosse par rapport au Nouveau-Brunswick et par rapport à Montréal. Dans ce sens, on se sent doublement minoritaire. Ça, c'était en 1996. Ça commence à dater un peu. Entre-temps, il y a eu plusieurs coupures, mais je suis convaincue, vous savez on a une équipe extraordinaire de journalistes ici en Nouvelle-Écosse, et je suis convaincue que ça ne coûterait pas plus cher de leur donner plus de temps d'antenne qu'on en donne, par exemple, actuellement, au Nouveau-Brunswick ou à Montréal. Je me tiens également les coudes avec mes collègues lorsqu'ils disent qu'on est parfaitement capable, par exemple, d'avoir une conversation avec un chauffeur de taxi de Montréal et de parler de l'actualité de Montréal quand on y est, des problèmes avec le pont Champlain, et la Commission Charbonneau, et cetera, et tout ce que vous voulez d'autre, alors que l'inverse n'est pas vrai. Donc, quand vous demandiez tantôt, madame la sénatrice, si ça fait partie du mandat de Radio-Canada, la réponse est oui. Radio-Canada a pour mandat de refléter la globalité canadienne, en tenant compte de la diversité régionale du pays, et de tenir compte des besoins particuliers des régions. Nous, ce qu'on dit, c'est que ces besoins particuliers ne sont pas pris en compte et ça n'a rien à voir avec le financement. Ça n'a rien à voir avec les coupures; même s'il y avait une augmentation de financement, ça n'a rien avoir avec ça. C'est une question, comme je le disais plus tôt, d'affectation des fonds et de décision au niveau supra de Radio-Canada, où est-ce qu'on alloue, où est-ce qu'on affecte les gens, et comment est-ce qu'on traite de la nouvelle.

[*Traduction*]

La sénatrice Cordy : Je veux répéter ce que le président a dit plus tôt au sujet de l'importance pour le Sénat de tenir des réunions dans la région parce que le point de vue qu'il obtient des Canadiens de l'Atlantique sur Radio-Canada est certainement différent de celui qu'il obtiendrait à Ottawa ou à Montréal.

Merci beaucoup de vos exposés. Je suis une sénatrice de la Nouvelle-Écosse; je veux donc vous remercier tout particulièrement de votre présence aujourd'hui.

We heard a lot about the importance of having Radio-Canada, having a national francophone broadcaster, but in your presentations you also talked about the challenges that you are facing particularly in Atlantic Canada in terms of there truly being a national perspective on news that is being carried on Radio-Canada. What I'd like to know is do the Acadian Federations of Atlantic Canada have a communication or relationship with Radio-Canada in terms of what is being broadcast?

[*Translation*]

Ms. Rioux: Yes, we do. We have regular and very cordial meetings with the management of Radio-Canada Atlantic. That said, those managers are nevertheless at the mercy of Radio-Canada management in Montreal, and must essentially do what they are told to do; that is their mandate. So, we know that the Atlantic people listen to us attentively, we know that they understand our issues, challenges and needs. We know that they understand very well that Nova Scotia, for example, would like to have more coverage, and we have already made the suggestion that there be more work done with community radio stations there to make up for the lack of journalists in the Acadian regions. That could be one solution. But between the suggestions, the attentive ear we are given and what happens in the final analysis, there is a gap, unfortunately; we do not always see the results we would like to see, and are still waiting to see.

As I was saying in conclusion, I have easily made four or five presentations before senatorial committees or before the CRTC, where I have talked about Radio-Canada, and there are still no changes. But it is not ill will from the Atlantic side. I want that to be perfectly clear. I think the ill will, and I characterize it that way, comes from Montreal.

Mr. Godin: I agree with my colleague, and I think that there is a will in Atlantic Canada to offer better service, but that service comes from Montreal. There are programs that have been taken out of Atlantic programming and are now coming out of Montreal, and they tell us that those programs are just as good. Well, I am sorry, but we had an RDI program that was broadcast from 11:00 a.m. to noon, from the Atlantic region, on the continuous new channel, and now it comes from Montreal. Unfortunately, personally I no longer listen to it, because now Acadia may be mentioned for 30 seconds in an hour, whereas before we had one hour of programming that was produced right here in the Atlantic region. So those are some examples. There have been cuts for 20 or 30 years, and we try not to be weary, but we are tired of saying the same thing over and over again. We are against the cuts. If the federal government wants to reinvest in CBC/Radio-Canada, let me add a codicil: yes, but in the regions, not in Montreal and Toronto. We have been saying that for 20, 30 and perhaps even 40 years. I hope I do not make it to 40 years of repeating the same thing, because I will be very old.

Nous avons beaucoup entendu parler de l'importance d'avoir Radio-Canada, d'avoir un radiodiffuseur francophone national, mais, dans vos exposés, vous avez aussi parlé des difficultés auxquelles vous faites face, surtout dans le Canada atlantique, en ce qui concerne la perspective des actualités diffusées à Radio-Canada, qui devrait être vraiment nationale. Ce que j'aimerais savoir, c'est si les fédérations acadiennes du Canada atlantique communiquent avec Radio-Canada ou ont une relation avec elle concernant ce qui est diffusé?

[*Français*]

Mme Rioux : Oui, nous l'avons. Nous avons des rencontres régulières et très cordiales avec les dirigeants de Radio-Canada Atlantique. Cela dit, ces dirigeants demeurent quand même à la merci des dirigeants de Radio-Canada Montréal, et donc font essentiellement et ont le mandat de faire ce qu'on leur dit de faire d'en haut. Alors on sait qu'on a une oreille attentive, on sait qu'on a même une compréhension de nos enjeux et une compréhension de nos défis et de nos besoins. On sait qu'on comprend très bien, par exemple, que la Nouvelle-Écosse aimerait avoir davantage de couverture, on a déjà fait des suggestions de travailler davantage avec les radios communautaires de la région pour pallier le manque de journalistes dans les régions acadiennes. Ça pourrait être une solution. Mais entre les suggestions, l'écoute attentive et ce qui en ressort au bout du compte, malheureusement au niveau des résultats, ce n'est pas les résultats qu'on attend, et on continue de les attendre.

Comme je le disais en conclusion, pour ma part ça fait facilement quatre ou cinq présentations devant des comités sénatoriaux ou devant le CRTC où je parle de Radio-Canada, et il n'y a toujours pas de changements. Mais ce n'est pas de la mauvaise volonté du côté de l'Atlantique. Je veux que ce soit très clair. La mauvaise volonté, et je crois qu'il s'agit de mauvaise volonté, vient de Montréal.

M. Godin : Je suis d'accord avec ma collègue et je pense qu'il y a une volonté en Atlantique d'offrir un meilleur service, mais ce service vient de Montréal. Il y a des émissions qui sont parties de l'Atlantique, elles sont rendues à Montréal où on nous dit que c'est des émissions aussi bonnes. Je m'excuse, mais on avait une émission qui venait de RDI diffusée de 11 h à midi, ici, de l'Atlantique, sur la chaîne continue, et maintenant elle provient de Montréal et, malheureusement, moi je ne l'écoute plus parce qu'on a parlé de l'Acadie pendant 30 secondes sur une heure, alors qu'auparavant on avait une heure d'émission qui était produite ici en Atlantique. Alors, ce sont des exemples. Les compressions ça fait 20 ans, ça fait 30 ans, et là on tente de ne pas être lasse, mais on est fatigués de dire toujours la même chose. Les compressions, on est contre. Si le gouvernement fédéral veut réinvestir, j'aurais dit dans Radio-Canada et CBC, j'aurais une condition : oui, mais dans les régions, pas à Montréal et Toronto. Ça fait 20 ans qu'on le dit, et ça va faire 30 ans qu'on le dit et peut-être 40 ans. J'espère ne pas me rendre à 40 ans pour le dire, car là je serai très vieux.

Ms. Rioux: With your permission, Mr. Chair, I would also like to give an example. You know, things are quite difficult in Nova Scotia, and perhaps I can bridge your two interventions. It is somewhat difficult in Nova Scotia to encourage Acadians there to listen to Radio-Canada Acadie, because they do not see themselves there, they do not hear themselves. So how can we encourage our Acadians and our Nova Scotia francophones to listen to public radio and television, if the broadcaster never has a word to say about us?

Mr. Godin: Occasionally, I watch *The National* and I recognize Canada. When I watch Radio-Canada's "Téléjournal," I do not recognize Canada, I recognize Montreal. And as my colleague was saying, if I take a taxi in Montreal, I can discuss things with the taxi driver, and I probably know more about Montreal than that driver. However, I do not see any Quebecers coming to Bathurst, to my region, and discussing what is going on politically in New Brunswick with me, in the Atlantic region, in the Maritimes, as they know absolutely nothing, because they are never even shown that that part of the country exists.

Ms. Rioux: In fact, if I could make one last comment, I would also like to say that the perception we have, and I do not know if it is just a perception or reality — but it is also mentioned in Ms. Pedneault's book — the perception we have, is that Radio-Canada Montreal has no interest in covering the francophone regions in the eastern part of Canada, because that would show that we francophones are still alive and kicking. Whereas for Radio-Canada Montreal the message is often clear — there are often clear separatist messages there, and we know that the message the separatists do not want to hear is that we are doing quite well, we are surviving and developing. That is not discussed at Radio-Canada because it is not in line with that interest. That is the perception we have and that is also the perception Ms. Pedneault mentions in her book.

[English]

Senator Cordy: Thank you very much. Certainly those were very in-depth answers to the questions and I appreciate that.

Madam Rioux, I think you said in your comments that you actually put forth a proposal to the Official Languages Commissioner. Now, the Official Languages Commissioner would look at whether or not there was French broadcasting throughout the country, but would he in fact look at the content of that broadcasting?

[Translation]

Ms. Rioux: I do not understand, senator.

Mme Rioux : Si vous le permettez, monsieur le président, j'aimerais également donner un exemple. Vous savez c'est extrêmement difficile en Nouvelle-Écosse et je veux un peu faire le pont entre vos deux interventions. C'est un peu difficile en Nouvelle-Écosse d'inciter les Acadiens de la Nouvelle-Écosse à écouter Radio-Canada Acadie, puisqu'ils ne se retrouvent pas là, ils ne se voient pas là. Alors comment voulez-vous qu'on encourage nos Acadiens et nos francophones en Nouvelle-Écosse à écouter la radio et la télé publique si on ne parle jamais de nous.

M. Godin : Lorsque je regarde *The National* à l'occasion, je reconnais le Canada. Lorsque je regarde le *Téléjournal* de Radio-Canada, je ne reconnais pas le Canada, je reconnais Montréal et, comme le disait ma collègue, à Montréal, si je prends un taxi, je peux discuter et probablement que j'en connais plus sur Montréal que le chauffeur de taxi. Or, je ne vois pas les Québécois venir à Bathurst, dans ma région, et m'entretenir de ce qui se passe au Nouveau-Brunswick au niveau politique, en Atlantique et dans les maritimes, et ils ne connaissent absolument rien, parce qu'ils ne voient jamais que cette partie du pays existe.

Mme Rioux : En fait, si vous me permettez une dernière intervention, je voudrais également dire que la perception que nous avons, je ne sais pas si c'est une perception ou si c'est une réalité, mais elle est également reprise dans le livre de Mme Pedneault; la perception que nous avons, c'est que Radio-Canada Montréal n'a aucun intérêt à couvrir les régions francophones de l'Est du reste du Canada, puisque ça fait la démonstration que les francophones, nous sommes toujours vivants et nous continuons d'exister. Alors que pour Radio-Canada Montréal, le message est souvent très clair, il y a très clairement des messages séparatistes qui sont là et on sait très bien que, pour les séparatistes, le message qu'ils ne veulent pas entendre, c'est que nous nous portons bien, que nous survivons et que nous nous développons. Ça, on n'en parle pas à Radio-Canada, parce que ce n'est pas dans l'intérêt. C'est la perception que nous avons, et c'est la perception qui est aussi reprise par Mme Pedneault dans son livre.

[Traduction]

La sénatrice Cordy : Merci beaucoup. Vous avez certainement répondu de façon très approfondie aux questions, et je vous en suis reconnaissante.

Madame Rioux, je pense que, dans vos commentaires, vous avez dit que vous aviez en fait présenté une proposition au commissaire aux langues officielles. Il détermine si des émissions en français sont diffusées partout au pays, mais étudie-t-il en fait le contenu de ce qui est diffusé?

[Français]

Mme Rioux : Je ne comprends pas, madame la sénatrice.

[English]

The Chair: I can clarify. She talked about the Official Languages Senate Committee.

Senator Cordy: Sorry, I thought she meant the Official Languages Commission.

Would the Official Languages Commissioner look simply at whether or not there was French broadcasting across the country, or would he in fact look at whether or not the content of that broadcast was reflective of the country? Would you know the answer to that?

[Translation]

Ms. Rioux: I am a jurist, not an attorney, but from what I understand, it seems to me that Radio-Canada had challenged the power of the official languages commissioner in connection with the CRTC and Radio-Canada's obligations, and that this matter had been settled before the courts, if memory serves. This was about the commissioner possibly intervening with the CRTC on issues involving Radio-Canada. I may be mistaken, but we also know that we have an ally in the Commissioner of Official Languages, that much is clear.

[English]

Senator Cordy: Thank you.

The Chair: Final question?

Senator Greene: Yes, thank you very much.

I really do understand your problem. You've explained it very well. How would you fix it? Is it necessary for Radio-Canada, for example, to open a satellite office in Moncton or Halifax or something like that?

[Translation]

Ms. Rioux: No, you will not go first! You will be happy with my answer in any case.

I believe Ms. Marie-Linda Lord, who is very well known, has suggested that the headquarters be moved from Montreal to Ottawa. The suggestion is not stupid at all. I would like to say that it would be even better if it were moved to Moncton, because that is the centre of the Acadian community. I sincerely believe that when the majority of employees come from one region. . . and this is not necessarily their fault, but when you are not exposed to the reality in other regions, you develop a centrist perspective; you develop a feeling, an approach that means that you have blinders on and do not see what is happening elsewhere. So I think that the problem, really, at Radio-Canada is the fact that the vast majority of employees work in Montreal.

Mr. Godin: I am sure that even if they had more funds, the regions would not be any better off and perhaps they would be less better off, because there would be more concentration in

[Traduction]

Le président : Je peux clarifier cette question. Elle parlait du Comité sénatorial des langues officielles.

La sénatrice Cordy : Désolée, je pensais qu'elle voulait dire le Commissariat aux langues officielles.

Le commissaire aux langues officielles vérifierait-il simplement si des émissions en français sont diffusées partout au pays ou étudierait-il en fait le contenu de ces émissions pour déterminer s'il reflète le pays? Connaissez-vous la réponse à cette question?

[Français]

Mme Rioux : Je suis juriste, mais je ne suis pas avocate, mais d'après ma compréhension, il me semble que Radio-Canada avait contesté le pouvoir du commissaire aux langues officielles par rapport au CRTC relativement aux obligations de Radio-Canada et que cette question avait été réglée devant les tribunaux, si ma mémoire est bonne, sur la possibilité que le commissaire intervienne auprès du CRTC pour les questions qui touchent Radio-Canada. Peut-être que je me trompe, mais on sait également qu'on a un allié auprès du commissaire aux langues officielles, c'est clair.

[Traduction]

La sénatrice Cordy : Merci.

Le président : Une dernière question?

Le sénateur Greene : Oui, merci beaucoup.

Je comprends réellement votre problème. Vous l'avez très bien expliqué. Comment le régleriez-vous? Est-il nécessaire que Radio-Canada, par exemple, ouvre un bureau satellite à Moncton ou à Halifax ou quelque chose du genre?

[Français]

Mme Rioux : Non, tu n'y vas pas en premier! Tu vas être content de ma réponse de toute façon.

J'ai compris que Marie-Linda Lord, qui est quand même très connue, a fait la suggestion qu'on déménage le siège social de Montréal à Ottawa. La suggestion n'est pas bête du tout. J'aimerais vous dire que ça serait encore mieux si c'était déménagé à Moncton, puisqu'il s'agit quand même du centre de la communauté acadienne. Je crois très sincèrement que, lorsque la majorité des employés proviennent d'une région, et ce n'est pas leur faute nécessairement, mais lorsqu'on n'est pas exposé aux réalités des autres régions, on devient et on développe un sentiment centriste, un sentiment, une approche qui fait en sorte qu'on porte des œillères et qu'on ne voit pas ce qui se passe à l'extérieur. Alors je crois que le problème, vraiment, au niveau de Radio-Canada, est le fait que la très grande majorité des employés travaillent de Montréal.

M. Godin : Je suis certain que même si elles avaient plus de fonds, les régions ne se porteraient pas mieux, elles se porteraient peut-être moins bien, parce qu'il y aurait plus de concentration à

Montreal than elsewhere. I think that Radio-Canada could do a better job, and as I said, comparisons are always odious. As a Canadian, I think that the CBC provides better pan-Canadian coverage than Radio-Canada Montreal, and I find this deplorable and it saddens me. When I listen to “The National” I know what is going on in Canada; when I listen to Radio-Canada, I know what is going on in Montreal. This saddens me, and in fact it gives me chills.

The Chair: I thank all of you very much for your presentations; they justify our presence here.

[English]

I would now like to welcome our next panel of witnesses. We have in front of us Mr. Ross Ingram, Owner and Manager of CJRI Radio and from Tell Tale Productions, Edward Peill. Who is first? You’ve been here longer so we’ll give you the priority.

Ross Ingram, Owner and Manager, CJRI Radio: Thank you Mr. Chairman.

A Pollara poll in 2009 concluded that 83 per cent of those polled believe that the CBC is important in protecting Canadian identity and culture; 81 per cent believe that the CBC is one of the things that helps distinguish us here in Canada from the United States. The reason d’être for the CBC has changed completely, though, over the years. The organization itself I feel is caught in a 1960s time warp. When the CBC was established in the 1930s it was a broadcasting necessity to link this big country together. In those days radio stations on a network were physically linked with rented lines from telephone companies. Only government could afford the huge annual expense of rented lines from coast to coast. In the case of television in the 1950s the cost of a microwave network from coast to coast was a large expense. Both of those expenses are gone. In the Twenty-first century it’s possible for an organization or an individual to send their programming to a satellite channel to create a network feed for either radio or television.

The basic mandate of the CBC, without getting into the fine print, has always been to tell Canadian stories to Canadians to reflect a distinctly Canadian culture. In my early CBC days — I worked for them for about 30 years — I travelled thousands of miles talking to ordinary Canadians for the CBC national network. CBC had a whole department called Outside Broadcasts. Now hardly anyone does that anymore for radio or television, brief clips perhaps on newscasts and the odd documentary. There is no argument about the need or the mandate of the CBC but there are many ways the delivery of that mandate can be improved.

Montréal qu’ailleurs. Je pense que Radio-Canada pourrait faire un meilleur travail et, comme je vous dis, toute comparaison est boiteuse. J’estime, comme Canadien, que CBC fait une meilleure couverture pancanadienne que Radio-Canada Montréal, et je trouve ça très déplorable et ça m’attriste. Lorsque j’écoute *The National*, je sais ce qui se passe au Canada; lorsque j’écoute Radio-Canada, je sais ce qui se passe à Montréal, et ça me fait de la peine, et je le dis et j’en ai des frissons.

Le président : Merci beaucoup à tous les trois pour votre présentation; ça justifie notre présence ici.

[Traduction]

J’aimerais maintenant accueillir notre prochain groupe de témoins. Nous avons M. Ross Ingram, propriétaire et gestionnaire de Radio CJRI et Edward Peill, de Tell Tale Productions. Qui commence? Vous êtes ici depuis plus longtemps; nous allons donc vous donner la priorité.

Ross Ingram, propriétaire et directeur, Radio CJRI : Merci monsieur le président.

Un sondage Pollara mené en 2009 a conclu que 83 p. 100 des personnes interrogées croyaient que la CBC était importante pour protéger l’identité et la culture canadienne; 81 p. 100 croyaient que la CBC est l’une des choses qui aident à faire la distinction entre nous, ici, au Canada, et les habitants des États-Unis. Cependant, la raison d’être de la CBC a complètement changé au fil des ans. J’ai l’impression que l’organisation, en soi, se croit encore dans les années 1960. Quand la CBC a été établie, dans les années 1930, ses services de radiodiffusion étaient nécessaires pour lier ensemble notre grand pays. À cette époque, les stations de radio d’un réseau étaient physiquement liées entre elles par des lignes louées à des compagnies de téléphone. Seul le gouvernement avait les moyens de payer l’énorme dépense annuelle associée à la location de lignes d’un océan à l’autre. Dans le cas de la télévision, dans les années 1950, le coût d’un réseau à micro-ondes d’un océan à l’autre était une grosse dépense. Ces deux dépenses n’existent plus. Au XXI^e siècle, il est possible pour une organisation ou une personne d’envoyer sa programmation à une chaîne satellite pour créer une alimentation en réseau pour la radio ou pour la télévision.

Le mandat de base de la CBC, sans s’attarder aux petits caractères, a toujours été de raconter aux Canadiens des histoires canadiennes qui reflètent une culture proprement canadienne. Lorsque j’ai fait mes débuts à la CBC — j’ai travaillé pour la société pendant environ 30 ans — je parcourais des milliers de kilomètres et je parlais à des Canadiens ordinaires pour le réseau national de la CBC. La société avait un service entier appelé Outside Broadcasts, ou diffusions extérieures, en français. Maintenant, pratiquement plus personne ne fait cela pour la radio ou la télévision, abstraction faite peut-être de courtes séquences au journal télévisé et d’un documentaire occasionnel. Personne ne conteste la nécessité ou le mandat de la CBC, mais il y a de nombreuses façons d’améliorer la réalisation de ce mandat.

I am as old as the CBC. We began in the same year when the CRBC was formed. I've been privileged to watch the broadcast industry in this country grow, as part of it, for the last 60 years on the inside in private radio and television and for almost 30 years with the CBC. I have what is best described as a love-hate relationship with the corporation. I love it for what it could be and I despair at times when I look at what it is. Canada simply can't afford the CBC as it now stands.

Some necessary changes with the objective of streamlining and cost cutting: In my opinion in this day and age, the CBC needs to get out of the local radio and television news business and out of local programming. The listening public has an almost unlimited choice of alternatives to receive up-to-the-minute local news from privately owned radio and television and from the Internet. The CBC must focus on being a truly national service. One newsroom in each of the provinces could serve both radio and television. A duplicate French language newsroom would be required in the provinces of Quebec, New Brunswick and Manitoba. The output of those newsrooms would be provided to one national production center, Toronto, for English language radio and television, Montreal for the French language and transmitted country-wide to satellite and cable. For television it would essentially be an enhanced CBC News/world. I'm speaking of a national organization; no more regional layers, no transmitters, all programs delivered by satellite and/or cable and that, by the way, is already being done.

No off-air transmitters should be in operation for any of the 27 TV stations operated by the CBC. Keeping a television transmitter on the air, whether it's digital or analog, is an expensive business. Now this works in New Brunswick. All on-air transmitters for CBC in New Brunswick have been shut down. Television programming is delivered by satellite and cable.

The 82 radio stations operated by the CBC should be supplied programming from the national program centers which would receive programming contributions from each provincial capital. There are no 24-hour live radio networks operated by private radio in this country. CBC radio news on the hour could be made available for sponsorship. It could also be provided to radio stations on request, such as smaller community radio stations across the country. CBC Radio could survive as a 24-hour news service along the lines of the present television service called CBC News/world, a radio version of that. In my opinion the CBC FM network is superfluous. The corporation should eliminate the cost of broadcasting what is largely music that is already available from many other sources.

Je suis aussi vieux que la CBC. Nous avons commencé à exercer nos activités l'année où la CRBC a été formée. J'ai eu le privilège de regarder l'industrie de la radiodiffusion du pays croître, dans le cadre de mon travail, depuis 60 ans, de l'intérieur, à la radio et à la télévision privée, et pendant près de 30 ans à la CBC. J'ai ce qu'on pourrait le mieux décrire comme une relation amour-haine avec la société. Je l'adore pour ce qu'elle pourrait être, mais je désespère parfois lorsque je regarde ce qu'elle est. Le Canada n'a tout simplement pas les moyens de conserver la CBC dans son état actuel.

Certains changements nécessaires visant à rationaliser et à réduire les coûts : à mon avis, à notre époque, la CBC doit cesser ses activités liées aux nouvelles locales à la radio et à la télévision et mettre fin à sa programmation locale. Le public à l'écoute a un choix presque illimité de solutions de rechange et peut recevoir les nouvelles locales les plus récentes de stations de radio et de télévision appartenant au privé et à partir d'Internet. La CBC doit se concentrer sur la prestation d'un service vraiment national. Une salle de nouvelles dans chacune des provinces pourrait servir à la radio et à la télévision. Il faudrait une deuxième salle de presse en français pour le Québec, le Nouveau-Brunswick et le Manitoba. Ce qui sortirait de ces salles de presse serait envoyé à un centre de production national, Toronto, pour la radio et la télévision en anglais, et Montréal, pour le français, et serait transmis à l'échelle du pays par satellite et par câble. Dans le cas de la télévision, il s'agirait essentiellement d'un CBC News World amélioré. Je parle d'une organisation nationale; plus d'échelons régionaux, pas d'émetteurs, toutes les émissions transmises par satellite ou par câble, et, en passant, cela se fait déjà.

Aucun émetteur d'antenne ne devrait fonctionner pour aucune des 27 stations de télévision exploitées par la CBC. Le maintien d'un émetteur de télévision en ondes, numérique ou analogique, est coûteux. Cela fonctionne au Nouveau-Brunswick. Tous les émetteurs en ondes pour la CBC au Nouveau-Brunswick ont été arrêtés. La programmation télévisuelle est transmise par satellite et par câble.

Les 82 stations de radio exploitées par la CBC devraient recevoir leur programmation des centres de programmation nationaux, qui recevraient la contribution à la programmation de chaque capitale provinciale. Notre pays ne compte aucun réseau de radiodiffusion en direct 24 heures sur 24 exploité par le privé. Les nouvelles radiophoniques de la CBC diffusées à l'heure juste pourraient être ouvertes aux commandites. Elles pourraient également être fournies sur demande aux stations de radio, comme celles des petites collectivités de partout au pays. La radio de CBC pourrait survivre en tant que service de nouvelles offert 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, à l'instar du service de télévision actuel appelé CBC News World; il s'agirait d'une version radio de ce service. À mon avis, le réseau FM de la CBC est superflu. La société devrait éliminer le coût lié à la radiodiffusion de ce qui est en grande partie de la musique, laquelle est déjà offerte par de nombreuses autres sources.

The market would be left wide open for production houses to provide specific programs of all types for the corporation. In other words, television productions would be carried by, rather than produced by, the CBC. There would be market opportunities for present CBC programmers to branch out by forming production companies and developing programming which would be sold to CBC and perhaps beyond.

Online streaming radio services have replaced the CBC short wave service in much of the world. They serve a very useful purpose. They should be retained. The services provided by CBC in eight indigenous languages should also continue unchanged.

Now to make these changes efficiently, the CBC must start hiring experienced broadcasters and promoting from within. Broadcasting is a business of personalities, not programs. The CBC is program-oriented with on-air staff as a secondary consideration. CBC must consider one's proven talent and experience in broadcasting in hiring on-air staff since the broadcast industry in Canada has developed to the point where there's a rich pool of such people available. On the other hand, CBC technical staff are hired for knowledge and the experience and to putting that knowledge into practice. As a result, the corporation has some of the best technical broadcast minds in the country.

I want to stress here that I don't have any vested interest in Bell Media but I'd like to point out that, as a broadcast organization, in my opinion, CTV is leading the way in Canada these days. It provides a television service across Canada much cheaper than does CBC. It has fewer people on staff and a larger audience. Their viewing audience for the Maritimes — and I'm speaking of one particular program, the weekday evening newscast here in the Maritimes — and the rating for that program has consistently been the highest of any such newscast in Canada. Looking into it, the reason is that CTV hires experienced broadcasters who are proven communicators. I worked for CBC for 30 years and I'm still not sure of the CBC hiring requirements. Some strange choices are sometimes made. Successful broadcasters, successful communicators are developed, not anointed.

The changes I'm suggesting here constitute a broad brush approach. They would, of course, result in vast changes at CBC headquarters, changes from the top down: CBC headquarters, the origination point for such incredible flights of fancy as iPods and electronic devices replacing CBC Radio, and the more recent observation that Canadians are willing to pay more for the CBC.

Le marché se retrouverait tout grand ouvert aux maisons de production qui pourraient fournir des émissions particulières de tous les types à la société. Autrement dit, les productions télévisuelles seraient diffusées plutôt que produites par la CBC. Il y aurait des débouchés commerciaux dont les programmeurs de la CBC pourraient profiter en formant des maisons de production et en créant des émissions qui seraient vendues à la CBC et peut-être à d'autres.

Les services de radiodiffusion en continu en ligne ont remplacé le service à ondes courtes de la CBC dans la majeure partie du monde. Ils sont très utiles. Il faudrait les conserver. Les services fournis par la CBC en huit langues devraient également demeurer inchangés.

Or, pour faire ces changements de façon efficace, la CBC doit commencer par embaucher des radiodiffuseurs expérimentés et par promouvoir les changements de l'intérieur. La radiodiffusion est une affaire de personnalités, pas d'émissions. La CBC est axée sur les émissions, et le personnel en ondes est une considération secondaire. La CBC doit tenir compte du talent et de l'expérience avérés d'une personne lorsqu'elle embauche du personnel pour travailler en ondes, puisque l'industrie de la radiodiffusion au Canada a pris de l'ampleur au point où il y a un riche bassin de personnes disponibles. Par contre, le personnel technique de la CBC est embauché pour ses connaissances et son expérience et doit mettre ces connaissances en pratique. Par conséquent, la société possède certains des meilleurs cerveaux du domaine de la radiodiffusion technique au pays.

À ce sujet, je veux insister sur le fait que je n'ai aucun intérêt dans Bell Média, mais j'aimerais souligner que, en tant qu'organisation de radiodiffusion, à mon avis, CTV est un chef de file au Canada ces temps-ci. Elle offre partout au Canada des services télévisuels beaucoup moins chers que la CBC. Elle compte moins d'employés et un public plus vaste. Ses téléspectateurs dans les Maritimes — et je parle d'une émission en particulier, le journal télévisé diffusé les soirs de semaine, ici, dans les Maritimes — et les cotes d'écoute pour cette émission ont toujours été les plus élevées de tous les journaux télévisés de ce genre au Canada. Si on se penche là-dessus, la raison est que CTV embauche des radiodiffuseurs expérimentés qui sont des communicateurs éprouvés. J'ai travaillé pour la CBC pendant 30 ans, et je ne suis toujours pas certain des critères d'embauche de la société. On fait parfois des choix étranges. Les radiodiffuseurs qui ont du succès, les communicateurs qui ont du succès sont formés, pas nommés.

Les changements que je propose constituent une démarche globale. Bien entendu, ils entraîneraient de vastes changements au siège social de la CBC, des changements commençant par le haut de l'échelle : le siège social de la CBC, le point d'origine de lubies incroyables comme le remplacement de CBC Radio par les iPod et les appareils électroniques, et l'observation plus récente selon laquelle les Canadiens sont disposés à payer plus pour la CBC.

I'd like to add here that the CBC, in human terms, is obese and I think the message is basically get thin or die. In summary, if the CBC is to be preserved, it needs to be streamlined and re-organized from top to bottom.

Thank you Mr. Chairman.

The Chair: Thank you.

Mr. Peill?

Edward Peill, President, Tell Tale Productions Inc.: First of all, I'd like to welcome members of the committee to Halifax and to thank you for the opportunity to share my thoughts at this hearing.

Before I get started, I wanted to mention that I'm a member of the Canadian Media Producers' Association, or CMPA, and our CEO, Michael Hennessey, appeared before this committee on January 29 of this year. I won't be covering the same ground as Mr. Hennessey, but rather I'd like to share my perspective as a TV and digital media producer based here in Nova Scotia.

I also wanted to state for the record that I have produced numerous documentaries for the CBC during the past decade including one currently in production entitled "TV Revolution," which explores the history, cultural influence and future of TV in Canada.

From man's first step on the moon to the Beatles' first steps in American and from the fall of the Berlin wall to the fall of the Twin Towers, television has influenced the way we look at the world and each other more than any other medium in history. TV has been the driving force behind the biggest social shifts of the past half century including the feminist movement, racial equality, same sex marriage, the environmental movement and multiculturalism. It has broadened the world view for people in the furthest corners of the planet and given a voice to those who most need to be heard.

When the first Canadian television broadcast started in 1952, nobody could have imagined the massive impact the flickering box in the corner would eventually have on all of us. TV has impacted every aspect of our daily lives from our dating habits to our bedtime rituals, to where we go on vacation. It influences how we talk, our sense of humour, and even the names we give our children. It can fuel our hunger for knowledge, increase our understanding of the world, and motivate us to become better citizens. Perhaps most importantly, TV has played a leading role in shaping our national identity and helping us unite Canada from coast to coast to coast.

Since its humble black and white beginnings more than six decades ago, TV has continually had to re-invent itself as technology evolved. The growth of satellite and cable television in the 1980s and 1990s created dozens of new channels and

J'aimerais ajouter que, sur le plan du personnel, la CBC est obèse et que, selon moi, le message est, essentiellement : maigris ou meurs. En résumé, si la CBC doit être préservée, elle doit être simplifiée et réorganisée depuis les échelons supérieurs.

Merci monsieur le président.

Le président : Merci.

Monsieur Peill?

Edward Peill, président, Tell Tale Productions Inc. : Premièrement, j'aimerais souhaiter la bienvenue à Halifax aux membres du comité et les remercier de me donner l'occasion de communiquer mes réflexions à la présente audience.

Avant de commencer, j'aimerais mentionner que je suis membre de la Canadian Media Producers' Association, ou CMPA, et que notre PDG, Michael Hennessey, s'est présenté devant votre comité le 29 janvier de cette année. Je n'aborderai pas les mêmes thèmes que M. Hennessey; j'aimerais plutôt communiquer mon point de vue en ma qualité de producteur de télévision et de médias numériques situé ici, en Nouvelle-Écosse.

Je voulais également déclarer, pour le compte rendu, que j'ai produit de nombreux documentaires pour la CBC durant les 10 dernières années, notamment un qui est actuellement en cours de production, intitulé *TV Revolution* et qui étudie l'histoire, l'influence culturelle et l'avenir de la télévision au Canada.

Du premier pas de l'homme sur la lune aux premiers pas des Beatles en Amérique, et de la chute du mur de Berlin à la chute des tours jumelles, la télévision a influé sur notre façon de voir le monde et de nous voir les uns les autres plus que tout autre médium dans l'histoire. La télévision est la force motrice derrière les plus importants changements sociaux des 50 dernières années, y compris le mouvement féministe, l'égalité raciale, le mariage homosexuel, le mouvement environnemental et le multiculturalisme. Elle a élargi la vision du monde des gens des coins les plus reculés de la planète et donné une voix à ceux qui avaient le plus besoin de se faire entendre.

Quand la première entreprise canadienne de télédiffusion a commencé en 1952, personne n'aurait pu imaginer l'incidence massive que cette boîte clignotante finirait par avoir sur nous tous. La télévision a touché tous les aspects de notre vie quotidienne, depuis nos habitudes de sortie en amoureux jusqu'à nos destinations de vacances, en passant par nos rituels avant d'aller au lit. Elle influe sur la façon dont nous parlons, sur notre sens de l'humour et même sur le nom que nous donnons à nos enfants. Elle peut alimenter notre soif de connaissances, accroître notre compréhension du monde et nous motiver à devenir de meilleurs citoyens. L'aspect qui est peut-être le plus important, c'est que la télévision a joué un rôle majeur pour ce qui est de façonner notre identité nationale et de nous aider à unir le Canada d'un océan à l'autre.

Depuis ses humbles débuts en noir et blanc il y a plus de 60 ans, la télévision a continuellement dû se réinventer à mesure que la technologie évoluait. La croissance de la télévision par satellite et par câble dans les années 1980 et 1990 a donné lieu à la création

fostered an explosion of new content. The emergence of HD technology in the 2000s created demand for still more channels and Canadian content flourished, both here at home and abroad.

The rise of the Internet during the past decade has led many critics to proclaim the end of the Canadian television industry as we know it. In fact, they're absolutely right. What we now refer to as television will never be the same again.

In today's increasingly tech-savvy world, consumers are continually being bombarded by a dazzling array of new products and services that promise to change our lives for the better. But just as the introduction of email failed to reduce the amount of paper we use for printing, new technologies can have unexpected consequences.

Cellphones have replaced land lines but we now talk on the phone more than ever. MP3 files wiped out audio CDs but we now listen to more music than ever. Blogs decimated the sale of newspapers but we now read more than ever. As each new technology emerges, making it easier and more convenient for us to consume, that's exactly what we do. We increase our consumption.

The same pattern is emerging with TV. You may choose to watch the latest clip from "This Hour Has 22 Minutes" via Facebook on Wednesday morning rather than during the broadcast Tuesday night. But the often-overlooked reality is that you didn't stop watching TV due to the Internet. You ended up watching TV because of the Internet.

The average Canadian will watch more than 100,000 hours of television during their life. That equates to 12 years, 24 hours a day, seven days a week of non-stop viewing. That's actually more time than most people will spend at work during their entire lifetime.

According to rating agency BBM, Canadians watch an average of 25 hours of online video content per week in 2013 as compared to 30 hours of traditional TV. But over the next few years, as Internet-ready or "smart TVs" become the norm in Canadian homes, the distinction between traditional TV and online video content will gradually disappear altogether.

As the business of screen-based entertainment evolves from a one way conversation with a captive audience to an interactive exchange with the entire world, it's quite likely that some Canadian TV channels won't survive that transition. The channels that will be at greatest risk will be those that have

de dizaines de nouvelles chaînes et encouragé une explosion de nouveaux contenus. L'émergence de la technologie HD, dans les années 2000, a entraîné une demande pour encore plus de chaînes, et le contenu canadien s'est mis à foisonner, au pays comme à l'étranger.

La montée d'Internet durant la dernière décennie a incité de nombreux critiques à proclamer la fin de l'industrie de la télévision canadienne telle que nous la connaissons. De fait, ils ont tout à fait raison. Ce que nous appelons maintenant la télévision ne sera jamais plus comme elle était.

Dans le monde d'aujourd'hui où on s'y connaît de plus en plus en technologies, les consommateurs sont continuellement bombardés par une gamme époustouflante de nouveaux produits et services qui promettent de changer notre vie pour le mieux. Cependant, tout comme l'introduction du courriel n'a pas permis de réduire la quantité de papier que nous utilisons pour l'impression, les nouvelles technologies peuvent avoir des conséquences inattendues.

Les téléphones cellulaires ont remplacé les lignes terrestres, mais, maintenant, nous parlons au téléphone plus que jamais. Les fichiers MP3 ont anéanti les CD audio, mais, maintenant, nous écoutons de la musique plus que jamais. Les blogues ont grandement réduit la vente de journaux, mais, maintenant, nous lisons plus que jamais. À mesure que naissent les nouvelles technologies et qu'elles rendent notre consommation plus facile et plus commode, c'est exactement ce que nous faisons. Nous augmentons notre consommation.

La même tendance se dessine dans le domaine de la télévision. Vous pouvez choisir de regarder la dernière séquence de *This Hour Has 22 Minutes* sur Facebook le mercredi matin plutôt que durant sa diffusion le mardi soir. Mais la réalité qui est souvent négligée, c'est que vous n'avez pas arrêté de regarder la télévision à cause d'Internet. Vous avez fini par regarder la télévision grâce à Internet.

Le Canadien moyen regarde la télévision pendant plus de 100 000 heures durant sa vie. Cela équivaut à 12 ans, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, de visionnement ininterrompu. C'est en fait une période plus longue que celle que la plupart des gens consacreront à leur travail durant leur vie entière.

Selon l'agence de notation BBM, les Canadiens ont regardé du contenu vidéo en ligne pendant en moyenne 25 heures par semaine en 2013, comparativement à 30 heures de télévision traditionnelle. Toutefois, au cours des prochaines années, quand les émissions prêtes à être diffusées sur Internet ou la « télévision intelligente » deviendront la norme dans les foyers canadiens, la distinction entre la télévision traditionnelle et le contenu vidéo en ligne disparaîtra graduellement.

Au fil de l'évolution de l'industrie du divertissement à l'écran, qui est en train de passer d'un monologue adressé à un public captif à un échange interactif avec le monde entier, il est fort probable que certaines chaînes de télévision canadiennes ne survivront pas à cette transition. Les chaînes qui seront le plus à

depended most heavily on American content. Ironically perhaps, the one thing that may ensure their survival is that which they have fought hardest against, programming Canadian content.

In the new digital world order American content creators will seek a direct relationship with Canadian viewers, so the role of Canadian broadcaster as middleman will eventually disappear. Netflix kick started this trend several years ago and last week HBO announced it will start offering an online only service in 2015.

Here in Canada Bell Media is developing a standalone online services while Rogers and Shaw have combined forces to create Shomi which will be launched this fall. They've announced that, unlike Netflix, 30 per cent of their 11,000 hours of content will be Canadian. Interestingly a large part of that content will be licensed from the CBC.

As the on-demand, binge-watching, anywhere, anytime digital reality becomes the norm, what does this mean for the future of the CBC? The answer, in my opinion, depends on three key factors: how quickly and efficiently the CBC can respond to the changing technology; the level of ongoing financial support the CBC receives from government; and the regulatory framework the CRTC creates with regard to digital-only or over-the-top services.

I personally believe the CBC is better positioned to survive this digital content tsunami than most commercial broadcasters since they're already focused on the one thing that American competitors will most likely never offer, Canadian content.

But having unique content that speaks to Canadians will only be half of the battle. The other part of the challenge will be how quickly CBC can shift away from the current business model of releasing one new episode per week for several months and transition to the Netflix model of releasing an entire series all at once.

This concept terrifies broadcasters because generating weekly ratings and pre-selling TV commercials for an entire season is the bedrock of their revenue model. But just as Blockbuster Video went bankrupt because they weren't willing to risk their bricks and mortar locations to compete online against Netflix, CBC will need to take certain risks to compete in the new digital world.

risque seront celles qui dépendent le plus du contenu américain. Il est peut-être ironique que la seule chose qui pourrait assurer leur survie est celle contre laquelle ils se sont battus le plus : la programmation de contenu canadien.

Au sein de ce nouvel ordre mondial numérique, les créateurs de contenu américains tenteront d'établir une relation directe avec les téléspectateurs canadiens, et le rôle des radiodiffuseurs canadiens en tant qu'intermédiaires finira par disparaître. Netflix a amorcé cette tendance il y a plusieurs années, et, la semaine dernière, HBO a annoncé qu'il allait commencer à offrir un service exclusivement en ligne en 2015.

Au pays, Bell Media travaille sur un service en ligne autonome, tandis que Rogers et Shaw ont réuni leurs forces pour créer Shomi, qui sera lancé cet automne. Ils ont annoncé que, contrairement à Netflix, 30 p. 100 des 11 000 heures de contenu seront canadiennes. Fait intéressant, une grande partie de ce contenu sera obtenue avec l'autorisation de la CBC.

La possibilité pour les téléspectateurs d'avoir accès à du contenu sur demande, de regarder des séries entières d'un coup et d'avoir accès au contenu numérique partout et en tout temps devenant peu à peu la norme, qu'advient-il de la CBC? Selon moi, la réponse à cette question dépend de trois facteurs clés : la mesure dans laquelle la CBC pourra réagir rapidement et de façon efficiente aux changements technologiques, le niveau d'aide financière permanente que l'organisation reçoit du gouvernement et le cadre de réglementation que le CRTC crée en ce qui concerne les services exclusivement numériques et la télévision par contournement.

Selon moi, la CBC est mieux placée pour survivre au tsunami de contenu numérique que la plupart des télédiffuseurs commerciaux, puisqu'elle mise déjà sur ce que ses concurrents américains ne pourront probablement jamais offrir, du contenu canadien.

Cependant, le fait d'offrir un contenu unique adapté aux Canadiens n'est que la moitié de la solution. L'autre aspect du défi est de savoir dans quelle mesure la CBC pourra rapidement abandonner son modèle d'affaires actuel, qui consiste à offrir un nouvel épisode par semaine pour plusieurs mois, et adopter le modèle de Netflix, qui consiste à rendre accessibles des séries entières d'un coup.

Cette notion est terrifiante pour les télédiffuseurs, parce que la génération de cotes d'écoute hebdomadaires et la prévente de plages de publicité télévisée pour l'ensemble d'une saison sont la pierre angulaire de leur modèle de financement. Cependant, tout comme Blockbuster Video a fait faillite parce que l'entreprise n'était pas prête à risquer la survie de ses emplacements traditionnels pour rivaliser en ligne avec Netflix, la CBC devra prendre certains risques pour garder sa place dans le nouveau monde numérique.

As the public broadcaster, CBC should be supported and encouraged to take the creative risks the commercial broadcasters shy away from. Their success, however, will depend on one key ingredient, the level of long-term, stable government funding.

At present CBC receives approximately \$1 billion of government funding each year. This amount sounds impressive until one compares it with the funding received by public broadcasters in other western countries. According to the 2013 Nordicity report, the CBC receives \$33 per capita of government funding while the BBC receives three times that amount at \$97 per capita. And funding doesn't seem to be based on population since all of the Scandinavian countries receive in excess of \$100 per capita per year.

But one could easily argue that some of the most engaging content these days isn't coming from public broadcasters but rather from Netflix, HBO, Showtime, AMC. But while it's true that these companies produce water cooler TV shows, the reason they can out-compete their commercial rivals comes down to one main factor, subscription revenue.

Traditional broadcasters obsess over generating high ratings, selling TV commercials to the highest bidder and trying not to offend their advertisers. Subscription-based content providers, on the other hand, don't worry about day-to-day ratings, selling commercials or offending advertisers. They don't have any. They focus on creating content that resonates with their customers in providing good value for their monthly fees. This financial freedom allows them to take creative risks, and the award-winning results speak for themselves.

The final element that will influence the success of the CBC and all Canadian broadcasters over the coming years will be the regulations implemented by the CRTC with regard to the OTT, or over-the-top services. Not surprisingly, digital players like Netflix and Google have said they'd prefer not to be subjected to any Canadian regulations whatsoever and, while this may keep their shareholders happy, it gives them an unfair competitive advantage against Canadian broadcasters which are required to contribute to the creation of Canadian content.

Requiring these digital players to contribute to the Canadian broadcast system will not only level the playing field, it will encourage continued investment in the Canadian TV sector, maintain thousands of jobs and allow us to continue to share Canadian stories with future generations.

Thank you.

The Chair: Senator Plett?

La CBC est un télédiffuseur public, et il faut l'aider et l'encourager à prendre des risques et à faire preuve de créativité, ce que les télédiffuseurs commerciaux hésitent à faire. Sa réussite, cependant, dépendra d'un ingrédient essentiel, le niveau de financement gouvernemental stable à long terme.

Actuellement, la Société d'État reçoit environ 1 milliard de dollars de financement gouvernemental par année. Ce montant semble impressionnant avant qu'on ne le compare avec le financement reçu par d'autres télédiffuseurs publics en Occident. Selon un rapport de 2013 de Nordicity, la CBC reçoit 33 \$ par habitant de financement gouvernemental, tandis que la BBC en reçoit trois fois plus, soit 97 \$ par habitant. De plus, le financement ne semble pas fondé sur les niveaux de population puisque, dans tous les pays scandinaves, le niveau s'établit à plus de 100 \$ par habitant par année.

On pourrait cependant assez facilement affirmer qu'une partie du contenu le plus intéressant actuellement vient non pas des télédiffuseurs publics, mais plutôt de Netflix, de HBO, de Showtime et d'AMC. S'il est vrai que ces entreprises produisent des émissions de télévision dont tout le monde parle, la raison pour laquelle elles peuvent l'emporter sur leurs rivaux commerciaux ne tient qu'à un facteur, les revenus d'abonnement.

Les télédiffuseurs traditionnels sont obsédés par la génération de cotes d'écoute élevées, par la vente de publicité télévisée au plus offrant et l'importance de ne pas offenser ses annonceurs. À l'opposé, les fournisseurs de contenu qui s'appuient sur les abonnements n'ont pas à s'inquiéter des cotes d'écoute quotidiennes, de la vente de publicité ou du risque de se mettre à dos les annonceurs. Ces questions ne se posent pas pour eux. Ils se concentrent sur la création de contenu qui intéresse leurs clients en leur en procurant un produit de qualité pour l'argent qu'ils donnent chaque mois. Cette liberté financière leur permet de prendre des risques créatifs, et les résultats et les prix gagnés sont révélateurs.

Le dernier élément qui aura une incidence sur la réussite de la CBC et de tous les télédiffuseurs canadiens au cours des prochaines années sera la réglementation mise en œuvre par le CRTC en ce qui concerne la télévision par contournement, la TPC. On ne sera pas surpris d'apprendre que les intervenants du milieu numérique comme Netflix et Google ont affirmé qu'ils préféreraient ne pas être assujettis à une quelconque réglementation canadienne et, même si cela est apprécié par leurs actionnaires, cette position leur donne un avantage concurrentiel injuste relativement aux télédiffuseurs canadiens, qui doivent contribuer à la création de contenu canadien.

Exiger que ces intervenants du milieu numérique contribuent au système de télédiffusion canadien non seulement permettra d'uniformiser les règles du jeu, mais en plus cela encouragera la poursuite des investissements dans le secteur télévisuel canadien, ce qui permettra de conserver des milliers d'emplois et de communiquer des histoires canadiennes aux générations futures.

Merci.

Le président : Monsieur le sénateur Plett?

Senator Plett: Thank you, gentlemen. Those were interesting presentations.

I appreciate the entirely different perspective, Mr. Ingram — different than what we've heard in the past.

Both of you have talked about competitive advantages and subsidies and so on and so forth. I've got a number of questions around those areas.

Mr. Peill, you've talked about other countries and the subsidies that they get. You've talked about competitive advantages. You say that Netflix is not offering Canadian content, so that gives them a competitive advantage. Does CBC not have a competitive advantage when they get \$1 billion worth of funding and then are allowed to compete with CTV and Global for advertising when they are already getting these subsidies? Does that seem like a fair solution? I suspect the answers might be a little different from the two of you, so I would like both of you to answer the question.

Mr. Ingram: Yes, a definite competitive advantage when you don't have to go out and fight for every dollar in the marketplace.

Mr. Peill: There are different realities at play with CBC as compared to the other commercial broadcasters. First of all they have a mandate to fulfil that the commercial broadcasters don't. They broadcast, I believe, in six or seven different languages. They cover territories that commercial broadcasters don't. I mean they have a huge amount of responsibilities. Commercial broadcasters can simply go for the highest return on investment programming and that is how they program. If you look at the weekly schedule for CTV and Global, I think you'll see that in prime time 80 to sometimes 90 per cent of their content is American shows which they buy very cheaply — or cheaper than producing original content — re-broadcast and take in those advertising dollars.

The CBC, on the other hand, if you look at their schedule, 90 per cent, sometimes more, sometimes it's 100 per cent of prime time is Canadian content. Creating original content is more expensive than buying off-the-shelf content from the United States but that is part of CBC's mandate.

Senator Plett: Let me talk a little bit about that mandate and the content. We were told by some union representatives a week or two ago that we should increase our subsidy from, I think you said it was \$33 to \$42 I think was the number. And that was compared to buying a case of beer. Of course, I don't know many people who go out and buy a case of beer in order for it just to stand on the shelf. They buy a case of beer because they want to have a bottle of beer. So I don't think it's a fair comparison because I am being asked to pay \$42 to subsidize a television producer or a television show that I'm not watching. I don't want to give away things here, but I'm almost 65 years old and at my age I watch television, hopefully not the amount of hours that you suggested but maybe I do. I have a PVR. I have Netflix. So I

Le sénateur Plett : Merci, messieurs. Vos exposés étaient intéressants.

J'apprécie votre point de vue totalement différent, monsieur Ingram. Il est tout à fait différent de ce que nous avons entendu dans le passé.

Vous avez tous les deux parlé des avantages concurrentiels, des subventions et de ce genre de choses. J'ai quelques questions à vous poser à ces sujets.

Monsieur Peill, vous avez parlé d'autres pays et des subventions là-bas. Vous avez parlé d'avantages concurrentiels. Vous dites que Netflix n'offre pas de contenu canadien, ce qui lui donne un avantage concurrentiel. La CBC n'obtient-elle pas un avantage concurrentiel grâce au 1 milliard de dollars de financement qu'elle reçoit et au fait qu'elle peut aussi rivaliser avec CTV et Global pour générer des revenus de publicité alors qu'elle obtient déjà tous ces fonds? Est-ce une solution équitable? Je crois que vos réponses à cette question seront un peu différentes, alors j'aimerais vous entendre tous les deux à ce sujet.

M. Ingram : Oui, c'est définitivement un avantage concurrentiel lorsqu'on n'a pas à se battre pour chaque dollar sur le marché

M. Peill : La réalité de la CBC est différente de celle des autres télédiffuseurs commerciaux. Premièrement, elle a un mandat à respecter, ce qui n'est pas le cas des télédiffuseurs commerciaux. Elle diffuse du contenu, si je ne m'abuse, dans six ou sept langues différentes. Elle couvre des territoires que les diffuseurs commerciaux n'ont pas à couvrir. Il s'agit d'immenses responsabilités. Les télédiffuseurs commerciaux peuvent simplement choisir les programmes les plus rentables, et c'est ainsi qu'ils montent leur grille horaire. Vous n'avez qu'à examiner l'horaire hebdomadaire de CTV et de Global et vous verrez que, aux heures de grande écoute, 80 p. 100, parfois 90 p. 100 de leur contenu est composé d'émissions américaines achetées à faible coût — moins cher en tout cas que produire du contenu original — qu'ils rediffusent en tirant les revenus publicitaires.

À l'opposé, si on examine l'horaire de la CBC, 90 p. 100 du contenu aux heures de grande écoute est canadien; c'est parfois plus, le contenu est parfois 100 p. 100 canadien. Créer du contenu original coûte plus cher que d'acheter du contenu commercial des États-Unis, mais cela fait partie du mandat de la CBC.

Le sénateur Plett : Permettez-moi de revenir sur le mandat et le contenu. Certains représentants syndicaux nous ont dit il y a une ou deux semaines que nous devrions accroître notre subvention, la faire passer, je crois vous avoir entendu dire, de 33 \$ à 42 \$ si je ne m'abuse. On a comparé cela à l'achat d'une caisse de bière. Bien sûr, je ne sais pas combien de personnes achètent une caisse de bière tout simplement pour la laisser sur une tablette. Les gens achètent de la bière parce qu'ils veulent en boire. Par conséquent, je ne crois pas que la comparaison tienne la route, parce qu'on me demande de payer 42 \$ pour subventionner un producteur de contenu télévisuel ou une émission de télévision que je n'écoute pas. Je ne veux pas m'épancher, mais j'ai presque 65 ans, et, à mon âge, j'écoute la télévision; j'espère ne pas en écouter autant

watch my shows that are either pre-recorded — and some of them are Canadian content; I watch “Dragons’ Den” — television shows or I watch Netflix. Both of those I watch basically without commercials because I fast-forward through the commercials. I watch sports and I watch news. Now at 65 years of age I have this technology. Imagine what my kids and grandkids have. So where does CBC possibly keep up unless we do something along the lines of what Mr. Ingram was suggesting? How does CBC keep up with the times in that regard? Now, I understand what you’re saying, they need to keep up with the times and they’ve got to keep up with this and they’ve got to keep up with all the other things. But they’re doing it at the cost of taxpayers’ dollars where as CTV is having to do exactly the same thing without taxpayers’ dollars, so tell me how you square that box.

Mr. Ingram: What I’ve been talking about here is paring the CBC down staff-wise to something along the lines of the other operators like CTV and Global. CBC has always been, in my estimation, and I’m going back to 1956, the Judy LaMarsh days that perhaps some of us over 65 will remember, and it was said then that the CBC was top-heavy, the office in Ottawa. She suggested, it seems to me, it could have run with one third the people there.

An example is what has happened in Fredericton. CBC built a very expensive building there, I think close to \$1 million back in 1967 or 1968, and there were 40 people there for radio and TV. We were sending programs to a radio station in Fredericton and one in Saint John that CBC owned and operated. Later on CBC Television came along and we were producing basically half of a program for New Brunswick. Everybody on that staff was employed fully. The CBC in New Brunswick, and not of their own choosing, I think has led the way in paring down, what I was talking about. They have 12 people there now in that building. Part of the building, part of the television operation is rented out to St. Thomas University journalism. The CBC has sold the building. They are now renting there. There are 12 people in there now doing what 40 people did in the 1960s. Now a lot of that, of course, has to do with digital improvement and everything but still it’s still over-staffed.

Senator Plett: Do you notice the service —

Mr. Ingram: And people on the air don’t notice a bit of difference.

Senator Plett: Mr. Peill?

Mr. Peill: I can’t claim to be an expert on how the CBC should be running its internal affairs. That’s really up to them to determine.

que vous le laisser entendre, mais c’est peut-être le cas. J’ai un enregistreur vidéo personnel. Je suis inscrit à Netflix. Alors je regarde soit des émissions qui sont préenregistrées — et il y a parmi ces émissions des émissions canadiennes comme « Dragons’ Den » —, soit Netflix. Dans les deux cas, je ne regarde à peu près aucune publicité, parce que je peux utiliser la fonction d’avance rapide lorsqu’il y en a. J’écoute des sports et les actualités. J’ai 65 ans et j’utilise cette technologie. Imaginez la technologie à laquelle mes enfants et mes petits-enfants auront accès. De quelle façon la CBC peut-elle vraiment maintenir le rythme si on ne fait pas quelque chose comme ce dont M. Ingram a parlé? De quelle façon la CBC peut-elle suivre l’évolution à ce sujet? Je comprends ce que vous dites : elle doit être de son époque, suivre l’évolution de telle chose et de telle autre chose. Mais elle le fait avec l’argent des contribuables tandis que CTV doit faire exactement la même chose sans cet argent, alors dites-moi comment justifier cette situation.

M. Ingram : Ce que j’ai dit, c’est qu’il fallait réduire l’effectif de la CBC pour qu’il retourne aux niveaux que l’on retrouve chez d’autres télédiffuseurs comme CTV et Global. La CBC a toujours été, d’après moi, et je remonte à 1956, à l’époque de Judy LaMarsh dont ceux qui ont plus de 65 ans se souviendront peut-être... On disait alors que les sphères supérieures au bureau d’Ottawa étaient surchargées. Judy LaMarsh avait laissé entendre, si je ne m’abuse, qu’on pourrait faire le travail avec le tiers des gens.

Prenons par exemple ce qui est arrivé à Fredericton. La CBC a construit un immeuble très onéreux là-bas, je crois qu’il avait coûté près de 1 million de dollars en 1967 ou 1968, et qu’il abritait 40 personnes pour la radio et la télévision. Nous envoyions à l’époque des émissions à un poste de radio à Fredericton et à un autre à Saint John qui appartenaient à la CBC et que la société d’État exploitait. Plus tard, quand CBC Television a vu le jour, nous ne produisions essentiellement qu’une demi-émission pour le Nouveau-Brunswick. Tous les employés travaillaient à temps plein. Selon moi, la CBC au Nouveau-Brunswick, et pas de son propre chef, a ouvert la voie aux réductions d’effectifs, à ce dont je parle. Il reste maintenant 12 personnes dans cet immeuble. Une partie de l’immeuble et des locaux réservés à la télévision sont loués au programme de journalisme de l’Université St. Thomas. La CBC a vendu l’immeuble. Elle y loue maintenant des locaux. Il y a 12 personnes actuellement qui font le travail que faisaient 40 personnes dans les années 1960. Bien sûr, une bonne partie de cette différence est liée aux améliorations des technologies numériques et à tout le reste, mais il reste encore trop d’employés.

Le sénateur Plett : Remarquez-vous que le service...

M. Ingram : Et les téléspectateurs ne voient absolument pas de différence.

Le sénateur Plett : Monsieur Peill?

M. Peill : Je ne suis pas un expert de la façon dont la CBC devrait gérer ses affaires. C’est à elle d’y voir.

Senator Plett: Well is it? Is it when they get \$1 billion worth of money?

Mr. Peill: Well, again, if you ask are you getting value for your money as a taxpayer? If you buy Netflix you pay over \$100 a year. Is that good value for money? Here's the thing that we're —

Senator Plett: Well, I pay \$8 a month so it's not quite, but anyway, close.

Mr. Peill: Well, it's \$9 — it's triple what you're paying for CBC. I mean, this really is the question it comes back to, are you getting value for your money? Say you're watching CTV. Well, you're paying a cable bill. You know you're not only paying access to it, you're paying with your eyeballs. You are the product. You're being advertised to. I mean, there's always a price you pay. Years ago this constantly came out with music. Oh, we can get everything for free now. It's online. It doesn't cost anything. Well it does cost.

Let's use the example of a 16-year-old who lives on their iPhone. There are a lot of different references to people that are "cord cutters," cutting their cable cords. And there's another category called "cord nevers." These are people who, it is predicted, will never have a cable subscription. When you look at a graph, as you might expect, the "cord nevers" are the younger generation. Then that gradually changes and in the older the demographics are the ones typically having the cable subscriptions.

The reality is that they have this concept they're not paying, but they are. If you live on your cellphone and you watch 300 hours of content, you're going to be paying probably \$100 a month in fees for your bandwidth, so there is no free lunch.

Trust me: The commercial entities out there will ensure that you are paying one way or the other, either through your Internet subscription, through your cable subscription, through your bandwidth that you pay on your phone. All of these things cost money. The average Canadian spends over \$100 a month on cable fees — again, that's \$100 a month. So that's \$1,200 a year in cable fees and the CBC is \$33 a year, which is pretty good value for money, I would say.

Senator Plett: Let me pick up on that thought, Mr. Peill. Because as I said with the case of beer, yes, I pay \$96 a year for my Netflix but I do it because I want to do it. Number one, of course, it includes my whole family. I can put it on three devices so I mean of course it's not —

Mr. Peill: Your case of beer you mean?

Senator Plett: Ninety-six dollars a year.

Le sénateur Plett : Ah oui, est-ce vraiment le cas alors qu'on lui verse 1 milliard de dollars?

M. Peill : Encore une fois, si vous me demandez si les contribuables en ont pour leur argent... si l'on s'inscrit à Netflix, il faut payer plus de 100 \$ par année. En a-t-on pour notre argent? La situation à laquelle nous sommes confrontés c'est que...

Le sénateur Plett : Eh bien, je paie 8 \$ par mois, alors ce n'est pas autant, mais de toute façon, vous étiez proche.

M. Peill : En fait, c'est 9 \$, trois fois plus que ce que vous payez pour la CBC. Vous savez, on revient toujours à la question de savoir si on en a pour notre argent. Disons que vous regardez CTV. Vous devez payer une facture à votre câblodistributeur. Vous savez que vous ne payez pas uniquement pour avoir accès au service, vous payez avec vos yeux. Vous êtes une partie du produit. On vous présente des publicités. Vous savez, il y a toujours un prix. Il y a des années, ce sujet revenait toujours sur la table par rapport à la musique. Oh, on peut tout obtenir gratuitement maintenant, c'est en ligne. Ça ne coûte rien. Eh bien, en fait, il y a un coût.

Prenons l'exemple d'un jeune de 16 ans qui passe sa vie à utiliser son iPhone. On parle souvent des gens qui vont « couper le cordon », qui délaissent le service de câblodistribution. Et il y a une autre catégorie de personnes, celles qui ne s'abonneront jamais à un service de câblodistribution. On prédit qu'ils ne s'abonneront jamais à un tel service. Lorsqu'on regarde le graphique, comme on peut s'y attendre, cette catégorie est composée de la dernière génération. Puis, les choses changent graduellement à mesure qu'on passe aux groupes démographiques plus âgés, qui sont ceux qui, habituellement, s'abonnent à un service de câblodistribution.

En réalité, ils croient qu'ils ne paient pas, mais ils paient bel et bien. Si vous passez votre temps à utiliser votre téléphone cellulaire et que vous regardez 30 heures de contenu, vous allez probablement avoir à payer 100 \$ par mois pour la bande passante, alors rien n'est jamais gratuit.

Croyez-moi, les sociétés commerciales s'assureront que vous payez d'une façon ou d'une autre, que ce soit pour un service Internet, un service de câblodistribution ou pour la bande passante sur un téléphone. Toutes ces choses coûtent de l'argent. Le Canadien moyen dépense plus de 100 \$ par mois en frais de câblodistribution, j'ai bien dit 100 \$ par mois. On parle de 1 200 \$ par année en frais de câblodistribution, et la CBC coûte 33 \$ par année, ce qui, selon moi, nous en donne pour notre argent.

Le sénateur Plett : Permettez-moi de revenir sur ce que vous venez de dire, monsieur Peill. Comme je l'ai dit pour la caisse de bière, oui, je paie 96 \$ par année pour Netflix, mais je le fais parce que je veux le faire. Premièrement, c'est pour toute ma famille. Je peux l'installer sur trois appareils alors ce n'est pas...

M. Peill : Vous parlez de votre caisse de bière?

Le sénateur Plett : Quatre-vingt-seize dollars par année.

Mr. Peill: Oh, for Netflix, sorry.

Senator Plett: Netflix. I pay \$7.99 a month for Netflix. I can put it on three devices. My whole family can watch it, so of course it's not costing all of us that. When we talk about the subsidy it's costing every Canadian that money. I can watch what I want. I can choose the movie I want. I don't know what it cost to go to the corner store and rent a DVD or a movie, because we don't do it anymore because of what we have. I don't think you can compare what you're paying for Netflix or what you're paying on your iPhone because you're doing it because you want to do it. We all spend money. With the CBC I have to pay whether or not I watch it.

Mr. Peill: But you do watch though. That's the thing.

Senator Plett: Yes.

Mr. Peill: You are a consumer.

Senator Plett: I'm a consumer, absolutely.

We heard from the witnesses before you, and I know Mr. Ingram was listening, and we have heard over and over and over again that CBC, Radio-Canada are in Montreal and Toronto and of course you've shared, Mr. Peill, that they have to go into areas — and of course they do go into areas where nobody else goes. I understand that and appreciate that and that, of course, was one of the big reasons why CBC was out there. I think you both would agree, though, that maybe they should start doing some cuts. Instead of doing them in Fredericton, maybe they should start doing some in Toronto and Montreal and maybe the general public might be a little happier. I think it was you, Mr. Ingram, who compared CTV doing the same job as CBC at a considerably lower cost. Do you have some numbers that you could share with us on what the costs are?

Mr. Ingram: I don't have numbers but I do have instances; recently for example — I wasn't involved in this one — Princess Diana's funeral.

Over the years, I talked with Robert Hearst who was head of CTV News at the time. We'd talk back and forth about the business. At Princess Diana's funeral, 23 people went over there from CBC and 4 people from CTV, and the coverage was comparable. As to money figures, no, I don't.

Senator Plett: On that note, if CBC is asked where in the airplane did you sit should they have to give us the answer and should they have to give us the answer on salaries and so on and so forth? Should they be transparent in the costs? This is a question we asked about the Olympics, and we didn't get an answer because we were actually told by the president that he didn't know what their travel policy was. I found that rather strange that the president wouldn't know what the travel policy of

M. Peill : Oh, pour Netflix, désolé.

Le sénateur Plett : Pour Netflix. Je paie 7,99 \$ par mois pour Netflix. Je peux l'installer sur trois appareils. Toute ma famille peut utiliser le service, alors, bien sûr, nous ne payons pas tous pour le service. Lorsqu'on parle de la subvention, ce montant est payé par chaque Canadien. Je peux regarder ce que je veux. Je peux choisir le film que j'ai le goût de voir. Je ne sais pas ce qu'il en coûte pour se rendre au magasin du coin et louer un DVD ou un film, parce que je ne le fais plus en raison des services auxquels j'ai accès. Je ne crois pas que l'on peut comparer ce que nous payons pour Netflix ou sur nos iPhone parce que nous le faisons par choix. Nous dépensons tous de l'argent. Dans le cas de la CBC, je dois payer, que je l'écoute ou non.

M. Peill : Mais vous la regardez. C'est ça l'idée.

Le sénateur Plett : Oui.

M. Peill : Vous êtes un consommateur.

Le sénateur Plett : Je suis un consommateur, vous avez tout à fait raison.

Les témoins qui vous ont précédé, et je sais que M. Ingram était là, et de nombreux autres témoins sont venus nous dire que la CBC, Radio-Canada, sont à Montréal et à Toronto et, bien sûr, comme vous l'avez dit, monsieur Peill, ils doivent couvrir des zones que personne d'autre ne couvre, et ils le font. Je comprends cette situation et, bien sûr, c'est l'une des principales raisons pour laquelle la CBC existe. Cependant, je crois que vous conviendrez tous les deux qu'il est peut-être temps de commencer à faire certaines compressions. Plutôt que de faire les compressions à Fredericton, on devrait peut-être commencer à les faire à Toronto et à Montréal et peut-être que le grand public serait un petit peu plus heureux. Je crois que c'est vous, monsieur Ingram, qui avez affirmé que CTV fait le même travail que CBC à un coût beaucoup plus faible. Avez-vous certains chiffres à nous communiquer sur les coûts?

M. Ingram : Je n'ai pas de chiffres, mais j'ai des exemples. Récemment, par exemple — je n'y ai pas participé — les funérailles de la princesse Diana.

Au fil des ans, j'ai parlé avec Robert Hearst qui était à la tête de CTV News à l'époque. Nous parlons d'affaires ensemble. Dans le cadre des funérailles de la princesse Diana, 23 personnes de la CBC sont allées couvrir l'événement, et seulement 4 de CTV, et la couverture était comparable. Pour ce qui est de donner des montants, je n'en ai pas.

Le sénateur Plett : À ce sujet, si on demande à la CBC où vous étiez assis dans l'avion devrait-elle être obligée de nous fournir une réponse et devrait-elle nous fournir des renseignements sur les salaires et ce genre de choses? Ne devrait-elle pas communiquer les coûts de façon transparente? C'est une question que nous avons posée au sujet des Olympiques, et nous n'avons pas obtenu de réponse parce que, en fait, le président nous a dit qu'il ne connaissait pas la politique sur les déplacements. J'ai trouvé cela

CBC is. But what's your feeling, both of you, on transparency issues? How transparent should a public broadcaster be?

Mr. Peill: Maybe I can just answer that and your earlier question as well. Just something you mentioned, that you don't have a choice of whether to consume the CBC or not. I would argue the same applies when I pay my monthly cable bill. I have a basic cable package and a few of the specialty packages. I probably have 120 channels.

Senator Plett: Which of course our government is trying to work on.

Mr. Peill: Right, but the point is that I watch 15 of those channels. I don't watch the golf channel. I mean there are so many channels. The majority, 90 per cent of the channels I pay for, I don't watch but I don't have a choice. Now if you say, well, why should one do that, and I know the CRTC is looking at creating a-la-carte pick and pay system. The reality, just as with other industries, is that that model supports all the content that's created. Just as you walk into a grocery store and you don't buy every item, you buy the items that you choose, you know there needs to be a certain economies of scale to make the whole system work. So you might argue the same thing with CBC. That's part of what you're paying for. You probably don't watch or listen to CBC in the Northwest Territories but for those people that's a pretty vital service. I've travelled, as I'm sure everyone here has, to different corners of the country, and the service that CBC provides is vital to them feeling connected and a part of this country. And the commercials aren't there.

Senator Plett: Tell me about transparency.

Mr. Peill: Transparency is a politically loaded topic. The question I would ask is, "Does the same rule apply for every government department in every agency?" I mean if every single agency in the government has to share the salaries of all of its employees, then I suppose CBC should as well. I'm not sure if that's the case, not my area of expertise, but I mean that's something, I think, that the board of the CBC, as with every type of government agency, has certain rules in place and the salaries I'm sure are commensurate. As a matter of fact, my understanding is the salaries of the executives at CBC are probably much less than of the commercial rivals.

Senator Plett: But we would still like to know what they are, and I don't disagree with you.

Mr. Peill: I guess that's a political question and if it applies to every other government agency out there, I'm not sure if it does. The head of National Defence, is his salary published?

Senator Plett: Yes.

plutôt étrange qu'un président ne connaisse pas la politique de la CBC en la matière. Quel est votre avis à tous les deux sur les questions touchant la transparence? Dans quelle mesure un télédiffuseur public devrait-il être transparent?

M. Peill : Permettez-moi de répondre à cette question et à votre question précédente. Vous avez dit que vous n'aviez pas le choix d'écouter la CBC ou non. Selon moi, c'est la même chose pour votre facture mensuelle de câblodistribution. J'ai un forfait télévisuel de base et quelques forfaits spécialisés. J'ai probablement accès à 120 postes.

Le sénateur Plett : Notre gouvernement essaie justement de travailler là-dessus.

M. Peill : En effet, mais ce que je veux faire valoir, c'est que j'écoute seulement 15 de ces postes. Je ne regarde pas le Golf Channel. Vous comprenez, il y a tant de postes. Je n'écoute pas la plupart, disons 90 p. 100, des postes pour lesquels je paie, mais je n'ai pas le choix. Vous dites, eh bien, pourquoi devrait-on être obligés de faire cela? Et je sais que le CRTC tente de mettre en place un système à la carte. En réalité, comme c'est le cas pour les autres industries, c'est que ce modèle appuie tout le contenu créé. Tout comme lorsque vous entrez dans une épicerie : vous n'achetez pas chaque article. Vous achetez les articles que vous voulez, mais vous savez qu'il doit y avoir certaines économies d'échelle pour que le système fonctionne. Alors, on pourrait dire que c'est la même chose avec la CBC. Cela fait partie de ce pour quoi vous payez. Vous n'écoutez très probablement pas la CBC dans les Territoires du Nord-Ouest, mais pour ces personnes, c'est un service assez vital. Je me suis rendu, comme vous l'avez probablement tous fait, dans différentes régions du pays, et le service que fournit la CBC est essentiel à leur sentiment d'appartenance au pays. Les télédiffuseurs commerciaux n'y sont pas.

Le sénateur Plett : Parlez-moi de transparence.

M. Peill : La transparence est un sujet chargé sur le plan politique. La question que je poserais est la suivante : « Est-ce que les mêmes règles s'appliquent pour chaque ministère et organisme du gouvernement? » Si chaque organisme gouvernemental doit communiquer les salaires de l'ensemble de ses employés, alors j'imagine que la CBC devrait le faire aussi. Je ne suis pas sûr que c'est le cas, ce n'est pas mon domaine d'expertise, mais, selon moi, le conseil de la CBC, comme pour tous les types d'organismes gouvernementaux, a certaines règles en place, et je suis sûr que les salaires sont conformes. En fait, je crois savoir que les salaires des cadres de la CBC sont probablement beaucoup moins élevés que ceux de leurs rivaux commerciaux.

Le sénateur Plett : Mais nous aimerions tout de même savoir ce qu'ils sont, et je ne suis pas en désaccord avec vous.

M. Peill : Je crois que c'est une question politique, et si elle s'applique à tous les autres organismes du gouvernement... je ne suis pas sûr que c'est le cas. Est-ce que le salaire du chef de Défense nationale est publié?

Le sénateur Plett : Oui.

Mr. Peill: Again, I guess that's really a government question.

Senator Cordy: Thank you very much, witnesses, for being here this morning.

Mr. Ingram, when you were speaking in your opening remarks you said that CBC has to get out of local programming, yet we just heard witnesses talk about the need for local programming for the francophone community or the Acadian community in Atlantic Canada. How would you differentiate there, or did you disagree with their comments?

Mr. Ingram: I'm talking about strictly local programming like local morning programs and local news. I'm getting back to the Fredericton example where we had I think about 15 radio stations available on the radio, and CBC news, for instance, can't compete with them because there are too many people out there. What I am suggesting is that the CBC becomes a truly national organization.

The same thing goes for Radio-Canada, that they become a national organization with national production centers, Toronto and Montreal, satellite-fed to all of the country. For instance the lady was talking about I think Corner Brook and Newfoundland. Corner Brook and Newfoundland would have a news person there and if not a CBC employee, there are all sorts of freelance people out there. I was interested in what she said about schools. She said where there is a significant French-language community, a francophone community, there is a school. Now, it is a very simple and inexpensive thing, and I'm sure the CBC could find it somewhere in their budget, to put a 10-watt transmitter on top of that school, which would cover the whole area and wouldn't even need CRTC approval. You just have to find the frequency, the technical people and put it on the air.

So two things there: There would be news coverage out of Corner Brook and the francophone community in Corner Brook would be able to hear the programming. A lot of the things that they mentioned, other than the centralization or the programming in Montreal, are very easily taken care of and very cheaply taken care of, by the way.

Senator Cordy: So you wouldn't see that being a problem, for example, in terms of a francophone Canadian saying that there news is coming from Montreal with a Montreal slant on it. Those in English-speaking Canada would say that it is coming from Toronto with a Toronto slant on it. You wouldn't see that would be a concern?

Mr. Ingram: There would not be a local studio in Corner Brook, for instance; rather news out of Corner Brook would take its place, in order of importance, with news stories — as opposed to being all Montreal or all New Brunswick — in the newscasts

M. Peill : Comme je l'ai dit, il s'agit alors probablement d'une question qu'il faut poser au gouvernement.

La sénatrice Cordy : Merci beaucoup aux témoins d'être ici ce matin.

Monsieur Ingram, vous avez dit dans votre déclaration préliminaire que la CBC doit délaisser la programmation locale, mais nous venons justement d'entendre des témoins nous parler du besoin d'offrir une programmation locale aux collectivités francophones ou à la communauté acadienne dans le Canada atlantique. En quoi vous distinguez-vous ou êtes-vous en désaccord avec leurs commentaires?

M. Ingram : Je parlais purement de programmation locale comme les émissions matinales locales et les actualités locales. Revenons à l'exemple de Fredericton, où il y avait, je crois, 15 stations de radio en ondes, et CBC News, par exemple, ne peut tout simplement pas rivaliser avec elles parce qu'il y a trop de concurrents dans le marché. Je suggère que la CBC devienne vraiment une organisation nationale.

C'est la même chose pour Radio-Canada, qui devrait devenir une organisation nationale avec des centres de production nationaux, à Toronto et à Montréal, qui diffusent dans tout le pays. Par exemple, la dame parlait, je crois, de Corner Brook et de Terre-Neuve. Corner Brook et Terre-Neuve auraient un journaliste sur place, et si ce n'est pas un employé de la CBC... il y a plein de pigistes sur le terrain. J'ai bien aimé ce qu'elle a dit au sujet des écoles. Elle a dit que, là où il y a une importante communauté de langue française, une communauté francophone, il y a une école. C'est quelque chose de très simple et de peu onéreux, et je suis sûr que la CBC pourrait trouver les fonds nécessaires dans son budget pour installer un transmetteur de 10 watts sur le toit de l'école, qui permettrait de couvrir toute la zone sans qu'on ait besoin de l'approbation du CRTC. Il faut simplement trouver la fréquence, le personnel technique et de mettre le tout en ondes.

Il y a donc deux choses : il y aurait une couverture médiatique à Corner Brook, et la communauté francophone de Corner Brook pourrait avoir accès à la programmation. Une bonne partie des choses qu'ils ont mentionnées, à part la centralisation ou la programmation à Montréal, sont des choses qu'on peut faire très facilement et à peu de frais, soit dit en passant.

La sénatrice Cordy : Alors, pour vous, ce ne serait pas problématique, par exemple, qu'un Canadien francophone affirme que les actualités sont produites à Montréal et s'appuient sur un point de vue montréalais? Les anglophones du Canada diraient pour leur part que les actualités viennent de Toronto et que tout est vu à travers une optique torontoise. Vous ne trouveriez pas cette situation préoccupante?

M. Ingram : Il n'y aurait pas de studio local à Corner Brook, par exemple. Les nouvelles de Corner Brook prendraient plutôt leur place, en ordre d'importance, parmi les autres actualités — plutôt que tout vienne de Montréal ou tout vienne du Nouveau-

out of Montreal or out of Moncton, which would make much more sense for the Acadian community.

Senator Cordy: Mr. Peill, I thought your comment that we watch TV because of the Internet was quite interesting because I will often get links to TV shows that I have not had the time to watch and will click on them in the early evening or at some time during the day. I thought that was really a good comment.

I'd like to talk to you about your comments about the future for CBC and how quickly it can adapt given an important level of financial support and regulatory process. Regulatory processes seem to take forever to change in Canada whether it's broadcasting or whatever.

In fact, I think a lot of us watched when Netflix was in front of the CRTC. At that point I actually read a number of articles saying, "Is the CRTC passé? Should we do away with the CRTC?" It was interesting reading. It's sort of like what do you mean, do away with it? I'm not sure if you want to get into that area at all about CRTC, how quickly it should allow changes to regulations to be made for broadcasting in Canada, and is there a need for the CRTC in Canada? I know you spoke specifically about Canadian content in your presentation.

Mr. Peill: I think the answer to that is a resounding yes, arguably even more so now than perhaps in the past. Let me give an example of some of the benefits the CRTC has generated.

Thirty years ago the Canadian radio landscape, the music landscape was I guess what you would call barren of Canadian content. They brought in rules stipulating that broadcasters, public and private, had to program a certain amount of Canadian content. I think it was 30 per cent during the daytime. All of the broadcasters or the radio stations — their hue and cry — said, "This is going to be the end of us. You're forcing us to do something we shouldn't have to do," et cetera, et cetera. Well, 30 years later and that walled garden, if you will, allowed for the creation of the Canadian music industry. I don't think anyone would have predicted the success that it's gone on to have. It gave shelf space to those Canadian artists competing against American content. Canada is in a unique position more so than any other country in the world. We live next door to the biggest creator in the world of content in all forms of entertainment and with the same language. Mexico doesn't have that problem. Europe doesn't have that problem. So if we care about actually hearing our own stories, hearing our own music, connecting with ourselves and not just simply becoming the fifty-third state, which as a Canadian, I care dearly about it, then these things are important.

Brunswick — des bulletins de nouvelles diffusés à partir de Montréal ou de Moncton, ce qui serait beaucoup plus logique pour la communauté acadienne.

La sénatrice Cordy : Monsieur Peill, j'ai trouvé votre commentaire selon lequel nous écoutons la télévision en raison d'Internet très intéressant, parce que je trouve souvent des liens vers des émissions de télévision que je n'ai pas eu le temps d'écouter et je clique sur les liens au début de la soirée ou à un moment ou à un autre de la journée. J'ai trouvé que c'était un très bon commentaire.

J'aimerais revenir sur vos commentaires concernant l'avenir de la CBC et la rapidité avec laquelle elle pourra s'adapter moyennant un niveau important d'aide financière et un solide processus de réglementation. Le processus de réglementation semble prendre une éternité à changer au Canada que ce soit dans le domaine de la télédiffusion ou ailleurs.

En fait, je crois que beaucoup d'entre nous ont tendu l'oreille lorsque Netflix a comparu devant le CRTC. À l'époque, j'ai lu un certain nombre d'articles qui demandaient si le CRTC n'était pas dépassé, qui demandaient s'il fallait laisser tomber cette organisation. C'était une lecture intéressante. C'est un peu comme se demander s'il faut s'en départir. Je ne sais pas si vous voulez aborder le sujet du CRTC et la vitesse à laquelle l'organisation devrait permettre la modification de la réglementation sur la télédiffusion au Canada et si le CRTC est encore nécessaire au Canada. Je sais que vous avez parlé précisément du contenu canadien dans votre exposé.

M. Peill : Je crois que la réponse à cette question est clairement oui, et encore plus maintenant que dans le passé. Permettez-moi de donner un exemple des avantages découlant de la présence du CRTC.

Il y a 30 ans, le paysage radiophonique canadien, le paysage musical était, pour ainsi dire, exempt de contenu canadien. On a établi des règles selon lesquelles les diffuseurs, publics et privés, devaient présenter une certaine quantité de contenu canadien. Je crois que c'était 30 p. 100 durant le jour. Tous les diffuseurs ou les stations de radio sont montés aux barricades et ont dit : « Ce sera la fin pour nous. Vous nous forcez à faire quelque chose que nous ne devrions pas avoir à faire », et ainsi de suite. Eh bien, nous sommes 30 ans plus tard, et ce muret de protection, si vous me permettez, a permis la création de l'industrie canadienne de la musique. Je ne crois pas que quiconque a pu prédire la réussite que cela allait connaître. L'initiative a permis aux artistes canadiens de se retrouver sur les tablettes et de faire concurrence au contenu américain. Le Canada est dans une position unique, plus que partout ailleurs sur la planète. Nous vivons juste à côté du plus important créateur de contenu à l'échelle mondiale, tous types de divertissement confondus, et utilisons la même langue. Le Mexique n'a pas ce problème. L'Europe n'a pas ce problème. Alors s'il est important pour nous d'entendre nos histoires, d'entendre notre musique, de créer des liens entre nous et pas simplement de devenir le 53^e état, ce qui compte pour moi en tant que Canadien, alors ces choses sont importantes.

To give you an example of what happens when you don't have that regulation, you don't need to look any further than the film industry. Here's a little anecdote I'll share with you.

We just completed a feature documentary called "Santa Quest." It follows actor John Dunsworth who goes travelling around the world searching for the true meaning of Santa, representing Canada at the Santa Winter Games in Sweden, and it's a really heartwarming story.

Now, the funding came through various broadcasters and agencies, but we have a window to do a theatrical release this Christmas. I was talking with my distributor the other day and said, "So what are our chances of getting it into Cineplex?" By the way, we've already received huge media exposure, thousands of people wanting to know more about it online. His response was, "Here is the problem. You might, if you're lucky, get a half dozen screens."

I knew this was going to be an issue. We started a survey for the month of October. We already have over 6,000 people who voted to have the film come to their hometown and we expect to have double that amount by the end of the month. So with 12,000 people saying they want this film to come to their hometown, Cineplex's response to that, is, "Yes, you know we've got too many Hollywood shows." The reality is that they probably won't even watch the film before making that decision. I would ask you, of the 100 Canadian films, at least, feature films produced in this country every year, how many of them show up in cinemas? It's not because they aren't good films. It's simply that that's the no-holds barred, commercial-only model. There is one major exhibitor in this country. There are six US studios. They, amongst themselves, decide what we get to watch. Is that good or bad? I mean, I enjoy watching American movies as much as the next person but I would argue that if there was a quota system or some framework that just gave Canadian films a chance to flourish, the same thing would happen as with the music industry. So the shift to TV; thirty years ago when we created a lot of these new cable channels they brought in rules stipulating they had to have a certain amount of Canadian content. Thirty years ago again there was not very much in the way of Canadian programming apart from sports and news. There was the "The Littlest Hobo." There was "The Beachcombers." I mean there were a few sort of shows but most people, if you said what are Canadian TV shows, they'd say, "What do you mean?" They watched mostly American shows. That situation has completely changed.

The Chair: We're running out of time.

Mr. Peill: I'm sorry that I ran on. The point is today that half of all the content we watch in Canada are Canadian TV shows. I did a study a few years ago. Fifty per cent of all the content we

Je veux vous donner un exemple de ce qui se produit lorsqu'il n'y a pas de réglementation. On n'a pas à regarder plus loin que l'industrie cinématographique. Voici une petite anecdote.

Nous venons de terminer un long métrage documentaire appelé *Santa Quest*. On suit l'acteur John Dunsworth, qui voyage de par le monde pour connaître la réelle signification du père Noël. Il représente entre autres le Canada aux Jeux d'hiver du père Noël, en Suède. C'est une histoire qui fait chaud au cœur.

Nous avons obtenu un financement de divers diffuseurs et organismes, mais nous avons la possibilité de présenter le documentaire au cinéma durant les Fêtes. J'ai parlé avec mon distributeur l'autre jour et je lui ai dit : « Alors quelles sont nos chances que le film soit présenté sur les écrans de Cineplex? » En passant, nous avons déjà reçu beaucoup d'exposition médiatique, et des milliers de personnes veulent en savoir plus au sujet du documentaire en ligne. Sa réponse était la suivante : « Voici le problème. Si tu es chanceux, le documentaire sera présenté sur une demi-douzaine d'écrans. »

Je savais que cela allait être un problème. Nous avons lancé un sondage au mois d'octobre. Il y a déjà plus de 6 000 personnes qui ont voté pour que le film soit présenté dans leur ville, et nous nous attendons à en avoir deux fois plus d'ici la fin du mois. Alors en réponse à ces 12 000 personnes qui affirment vouloir voir le film dans leur ville, Cineplex répond qu'il a malheureusement trop de bons films américains à présenter. En réalité, ces gens ne vont probablement même pas regarder le film avant de prendre la décision. Permettez-moi de vous poser une question : des 100 films canadiens, au moins, des longs métrages qui ont été produits au pays cette année, combien seront présentés au cinéma? Ce n'est pas parce que ce ne sont pas de bons films, c'est simplement parce que ce domaine est régi par un modèle purement commercial sans réglementation. Il y a un exploitant majeur au pays et six studios américains. Entre eux, ils décident de ce que nous allons regarder. Est-ce une bonne ou une mauvaise chose? Vous savez, j'aime écouter des films américains autant que quiconque, mais j'estime qu'il devrait y avoir un système de quotas ou un cadre quelconque pour donner aux films canadiens la chance d'être vus, comme on le fait pour l'industrie de la musique. Passons au milieu de la télévision. Il y a 30 ans, lorsque bon nombre des nouveaux postes du câble ont été créés, nous avons établi des règles stipulant qu'ils devaient présenter un certain pourcentage de contenu canadien. Il y a 30 ans, il n'y avait pas beaucoup de programmation canadienne, à part les sports et les nouvelles. Il y avait *Le Vagabond* et *The Beachcombers*. Vous savez, il y avait quelques émissions, mais si on demandait à la plupart des personnes quelles sont les émissions de télévision canadiennes, ils auraient répondu « que voulez-vous dire? » Les gens écoutaient principalement des émissions américaines. La situation a complètement changé.

Le président : Nous n'avons plus beaucoup de temps.

M. Peill : Je suis désolé d'avoir parlé si longtemps. En fait, aujourd'hui, la moitié du contenu que nous regardons au Canada est canadien. J'ai réalisé une étude il y a quelques années.

watch is Canadian. That was not the case 30 years ago and that's because of CRTC rules. If those rules didn't exist, we wouldn't have that content.

Sorry for the long answer.

Senator Cordy: That's okay. I was around when the Canadian content rules were brought in and I remember the kerfuffle, but it has been incredible for the music industry and, I would agree, the film industry, which is far larger in Nova Scotia than people realize.

The Chair: I have a question about binge television. Everybody practices this now, with Netflix or whatever. Should CBC look at the concept of trying to see how they can get into that kind of new way of watching television?

Mr. Peill: As I mentioned, that's the challenge that all Canadian broadcasters are facing and it petrifies them. It directly goes to the heart of the business model. I mean, CBC should be allowed to take those risks. They should be encouraged to take the risks that the commercial broadcasters won't. And if they were to do that and lead the trail — I mean it's going to happen. If they don't make that switch, it will be the Blockbuster example. If you do not make that switch, you'll do so at your peril and your business will suffer because of it. That is the new way we're watching, myself included, and smart TVs will become the norm in Canada which is going to happen in the next three to four years. If you're not offering your content, at least as a parallel method to whatever you might be doing in a regular broadcast way, I don't think you're going to survive.

Mr. Ingram: I agree completely with Mr. Peill. The CBC, if it's going to continue to exist, has to keep up with the technological improvements over the years and has to do it as a leaner CBC.

Senator Unger: We talked a moment ago about the CRTC, whether or not they should continue to exist. Do you think the CBC's mandate should be changed? Do you think they're being hampered by their mandate?

Mr. Ingram: CBC's mandate, as I've always understood it, is basically to explain Canada to Canadians. That is their reason for existence. No, I don't think it should be changed.

Mr. Peill: Again if one believes in the concept of public broadcasting I'd say that CBC's role is even more important today, it's not just about Canadians sharing their stories with other Canadians. It is our face to more and more people around the world. I mean people can tune in and watch CBC from anywhere in the world and that's a fairly important role to play. Again with the unlimited commercial choices that we have now, more so than ever, having that public voice providing opinions

Cinquante pour cent du contenu regardé est canadien. Ce n'était pas le cas il y a 30 ans, et c'est en raison des règles du CRTC. Si ces règles n'étaient pas en place, nous n'aurions pas accès à ce contenu.

Pardonnez-moi pour ma longue réponse.

La sénatrice Cordy : Pas de problème. J'étais là lorsque les règles sur le contenu canadien ont été établies, et je me rappelle le tohu-bohu, mais cette décision a été extraordinaire pour l'industrie de la musique et, je suis d'accord avec vous, l'industrie cinématographique, qui est bien plus imposante en Nouvelle-Écosse que la plupart des gens ne s'en rendent compte.

Le président : J'ai une question au sujet du visionnage en rafale. Tout le monde le fait maintenant, avec Netflix ou d'une autre façon. La CBC devrait-elle envisager de sauter dans le bateau pour tenir compte de cette nouvelle façon d'écouter la télévision?

M. Peill : Comme je l'ai mentionné, c'est le défi auquel tous les télédiffuseurs canadiens sont confrontés, et cela les terrifie. Cela ébranle directement leur modèle d'affaires. Selon moi, la CBC devrait pouvoir prendre ces risques. On devrait l'encourager à prendre des risques que les diffuseurs commerciaux ne prendront pas. Et si elle le faisait et qu'elle montrait la voie — vous savez, cela va se produire d'une façon ou d'une autre. Si elle n'apporte pas ce changement, le sort de Blockbuster l'attend. Si on rate le bateau, on le fera à nos risques et périls et l'entreprise en souffrira. C'est la nouvelle façon de regarder la télévision, je le fais moi aussi, et les téléviseurs intelligents deviendront la norme au Canada au cours des trois à quatre prochaines années. Si vous n'offrez pas votre contenu, du moins grâce à une méthode parallèle ou d'une autre façon respectant le modèle de télédiffusion régulier, je ne crois pas que la survie sera possible.

M. Ingram : Je suis tout à fait d'accord avec M. Peill. La CBC, si elle veut continuer à exister, doit suivre le rythme des percées technologiques au fil du temps et elle doit le faire de façon plus rationalisée.

La sénatrice Unger : Nous avons parlé tantôt du CRTC, et si l'organisation devait rester en activité. Croyez-vous que le mandat de la CBC devrait changer? Croyez-vous qu'elle est ralentie par son mandat?

M. Ingram : Le mandat de la CBC, comme je l'ai toujours compris, c'est essentiellement d'expliquer le Canada aux Canadiens. C'est sa raison d'être. Je ne crois pas que cela doit changer.

M. Peill : Encore une fois, en tant que personne qui croit à la notion de télédiffuseur public, je dirais que le rôle de la CBC est encore plus important aujourd'hui, et pas juste pour permettre aux Canadiens de raconter leurs histoires à d'autres Canadiens. C'est l'image que nous projetons à de plus en plus de personnes partout dans le monde. Vous savez, les gens peuvent écouter la CBC de partout dans le monde, et la société joue un rôle important. Encore une fois, compte tenu du nombre de choix

that may not always be popular and simply not just doing what's commercially the most successful or going to generate the most revenue, I think is vitally important.

Senator Unger: Mr. Peill, you seem to be advocating that Canadians be force-fed programs because they're Canadian, and I think that people want to choose.

With regard to Netflix, I think they provide content that people want to watch. As a consumer I almost never watch CBC television. I'll listen to the radio in the background, but I really don't think that most of Canada, and maybe I should talk more for Western Canada, want to watch CBC. There are too many other choices and I think if people, and more and more are saying no to CBC. They have too many choices.

Mr. Peill: I would never suggest that anyone should be forced anything. I think what I would advocate very strongly for is that we have the choice, and taking the example I gave with regard to the cinema, if you don't have that choice available, what we'll consume will be mostly American content. And as far as people not watching CBC, I guess it depends on your measure of success. We do documentaries for "Doc Zone" and "The Nature of Things." The last three films we did for "Doc Zone" have all had over a million viewers within the first week. That's a lot of people. These were topics about counterfeiting, about leatherback turtles, a wide range of topics, but a million people watching that show both online on the main network and then a rebroadcast on CBC news network.

The problem is people are watching but we aren't aware of how much Canadian content people watch on the CBC and other channels. We tend to focus on, "Oh, that show got 3 million viewers; that American show got 2 million viewers." That's the tip of the iceberg. The vast majority of the content watched by Canadians every week is Canadian. It's 51 or 52 per cent.

The Chair: I have one last question from Senator Plett, and I believe you both have a final statement.

Senator Plett: In large part my question was answered by Mr. Peill in his last comment, but I do want to say this. The million viewers that you suggested had watched this particular program did so because they wanted to watch it, not because they had to watch it.

I don't know whether you're the same as me. Obviously because of these hearings I have asked people about CBC and what we should be doing. Very few people have suggested that CBC shouldn't be out there. I don't think that's the argument. But I just have not had a whole lot of people at all tell me that we

commerciaux illimités qui nous sont offerts, plus que jamais, il est important d'avoir une voix publique qui communique des opinions qui ne sont peut-être pas toujours populaires plutôt que de simplement s'en tenir à ce qui est le plus rentable sur le plan commercial pour générer le plus de recettes. Je crois que c'est essentiel.

La sénatrice Unger : Monsieur Peill, vous semblez exiger qu'on oblige les Canadiens à regarder certaines émissions parce qu'elles sont canadiennes, mais je crois que les gens veulent choisir.

Pour ce qui est de Netflix, je crois que cette entreprise fournit du contenu que les gens veulent regarder. En tant que consommatrice, je ne regarde presque jamais les émissions de la CBC. J'écoute la radio en faisant autre chose, mais je ne crois pas que la plupart des Canadiens, et je parle peut-être plus des gens dans l'Ouest canadien, veulent écouter la CBC. Il y a bien trop d'autres choix, et je crois que de plus en plus de personnes disent non à la CBC. Elles ont trop d'autres choix.

M. Peill : Je ne dirais jamais qu'il faut forcer les gens à écouter quoi que ce soit. Cependant, je crois qu'il faut défendre très fortement le fait que nous avons le choix, et pour reprendre l'exemple que j'ai donné concernant le cinéma, si nous n'avons pas ce choix, nous allons principalement consommer du contenu américain. Pour ce qui est des gens qui ne regardent pas la CBC, j'imagine que cela dépend de votre façon de mesurer la réussite. Nous réalisons des documentaires pour *Doc Zone* et *The Nature of Things*. Les trois derniers films que nous avons faits pour *Doc Zone* ont tous obtenu plus d'un million de téléspectateurs durant la première semaine. C'est beaucoup de personnes. Il était question de contrefaçon, de tortue luth et de plein d'autres sujets, mais un million de personnes ont regardé l'émission en ligne et sur le réseau principal puis lorsqu'elle a été rediffusée sur le réseau des nouvelles de la CBC.

Le problème, c'est que les gens écoutent, mais qu'on ne sait pas quel pourcentage de contenu canadien les gens regardent à la CBC ou sur d'autres postes. Nous avons tendance à mettre l'accent sur le fait que telle émission a obtenu trois millions de téléspectateurs, et telle autre, une émission américaine, deux millions. C'est la pointe de l'iceberg. La grande majorité du contenu écouté par les Canadiens chaque semaine est canadien. On parle de 51 ou 52 p. 100.

Le président : Je vais laisser le sénateur Plett poser une dernière question, puis je crois que vous avez tous les deux une déclaration finale.

Le sénateur Plett : Dans son dernier commentaire, M. Peill a pas mal répondu à ma question, mais j'aimerais préciser que le million de téléspectateurs qui, selon vous, ont écouté cette émission précise l'ont fait parce qu'ils voulaient l'écouter, pas parce qu'ils devaient le faire.

Je ne sais pas si vous pensez comme moi. Évidemment, en raison des audiences, j'ai posé des questions aux gens au sujet de la CBC et ce que nous devrions faire. Très peu de personnes ont dit qu'il faudrait éliminer la CBC. Je ne crois pas que là est la question. Mais il n'y a pas beaucoup de personnes qui sont venues

need to keep CBC because we need to keep Canadian content. I believe that if Canadians produce good shows a million people want to watch, a million people will watch them.

I support entirely giving money because we need to be in some of the northern areas where nobody else goes. Everybody needs to have that right. They need to be able to hear about what's going on in the community. People in Resolute Bay want to know what's happening in Pond Inlet. They don't necessarily want to know what's happening in Toronto. So we need to make sure that they do that. I don't think anybody is arguing with that but, as Mr. Ingram says, one way of broadcasting obviously is to put the tower on the school or whatever and we can send a reporter around the North. We don't need to give CBC \$1 billion for that. If you both want to make a very short comment on that comment, I'd appreciate it.

The Chair: And it would be your final statement.

Mr. Ingram: I will make it very short and to the point: CBC is worth maintaining and preserving, but it needs to be streamlined and reorganized from top to bottom if that is to occur.

Mr. Peill: Yes, in my mind there's no doubt that CBC fulfills a vital role to Canadians from coast to coast to coast. There is another aspect that is being left out of this conversation and that is that they provide a diversity of voices that the commercial broadcasters don't. I can speak to documentaries. The other commercial broadcasters have gotten out of the one-off documentary business for the most part. Is that good or bad? Well, if you care about hearing from people that live outside of Toronto and live in Alberta and B.C. and every other province in this country, I think that is important. They will do the things that don't bring the highest return to a group of shareholders. I think that is important because otherwise your choices will be limited. I mean, Cancon is often used as sort of a dirty word, but we all consume a lot of Canadian show and we don't even think about it. We don't think in terms of Cancon but if you care about diversity and keeping a robust broadcast system going then the CBC plays a very vital role in that.

The Chair: Mr. Peill and Mr. Ingram, thank you very much. We appreciate your presentations.

Senators, as our next panel of witnesses, we are pleased to welcome from the Canadian Broadcasting Corporation — Atlantic Canada, Denise Wilson and Richard Simoens.

Please proceed.

Denise Wilson, Senior Managing Director, Canadian Broadcasting Corporation — Atlantic Canada: Good afternoon, Mr. Chairman and senators. I would like to thank you, on behalf of my CBC colleagues here in Atlantic Canada, for inviting me to

me dire qu'il fallait conserver la CBC en raison du contenu canadien. Je crois que si les Canadiens produisent de bonnes émissions qu'un million de personnes veulent écouter, un million de personnes les écouteront.

Je suis tout à fait d'accord avec le fait qu'il faut offrir un financement parce qu'il faut diffuser dans certaines régions nordiques où personne d'autre ne va. Tout le monde doit avoir ce droit. Ils doivent pouvoir savoir ce qui se passe dans leur collectivité. Les gens de Resolute Bay veulent savoir ce qui se passe à Pond Inlet. Ils ne veulent pas nécessairement savoir ce qui se passe à Toronto. Alors, il faut s'assurer de leur fournir ce service. Je ne crois que qui que ce soit soit en désaccord avec cela, mais, comme M. Ingram l'a dit, une des façons de diffuser le contenu serait sans aucun doute d'installer une tour sur une école ou je ne sais quoi et d'envoyer un journaliste dans le Nord. Nous n'avons pas à donner 1 milliard de dollars à la CBC pour le faire. Si vous voulez réagir rapidement à ce que je viens de dire, ce serait apprécié.

Le président : Et ce sera votre déclaration finale.

M. Ingram : Je vais aller droit au but : il faut maintenir et protéger la CBC, mais il faut la rationaliser et la réorganiser de fond en comble pour y arriver.

M. Peill : Oui. Selon moi, il ne fait aucun doute que la CBC joue un rôle essentiel pour les Canadiens partout sur le territoire. Il y a un autre aspect dont on n'a pas parlé, et c'est qu'elle offre une diversité de voix, ce que les télédiffuseurs commerciaux ne font pas. Je peux parler des documentaires. Les autres télédiffuseurs commerciaux ont arrêté des présenter des documentaires pour la plupart. Est-ce une bonne ou une mauvaise chose? Eh bien, si vous voulez entendre parler de personnes qui ne vivent pas à Toronto et qui vivent en Alberta et en Colombie-Britannique et dans toutes les autres provinces du pays, je crois que c'est important. La CBC fait des choses qui n'offrent pas le meilleur rendement possible à un groupe d'actionnaires. Je crois que c'est important, parce que, sinon, vos choix seront limités. Vous savez, la diffusion de contenu canadien est souvent mal vue, mais nous consommons tous beaucoup de contenu canadien sans le savoir. Nous ne nous mesurons pas à l'aune du contenu canadien, mais si nous apprécions la diversité et que nous voulons maintenir en place un système de télédiffusion solide, alors la CBC a un rôle essentiel à jouer.

Le président : Monsieur Peill et monsieur Ingram, merci beaucoup. Nous avons bien aimé vos exposés.

Nous accueillons maintenant Denise Wilson et Richard Simoens de la Société Radio-Canada — Canada atlantique.

Vous avez la parole.

Denise Wilson, directrice principale, Société Radio-Canada - Canada atlantique : Bonjour, monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs. Au nom de mes collègues de CBC des provinces atlantiques, je vous remercie de m'avoir invitée à venir

speak to you today on the challenges faced by the CBC in relation to the changing environment of broadcasting and communications and to talk to you specifically about this region.

Atlantic Canadians are served by 10 CBC stations in four provinces. Together we produce more than 300 hours of programming per week. Most of it happens in real time, across our platforms in a vast geographical area.

Our stations are vital to the communities we serve and CBC is committed to being in these locations. In fact, we believe this presence is the “front door” which connects Canadians to all that the CBC has to offer.

What brings people in this region to CBC are our people. Familiar faces and voices are there to provide our audiences with up-to-the-minute news and current affairs from their communities, about their communities, and provide stories about the people and places in which they live.

Six of nine morning shows in Atlantic Canada are number one in the markets. Our supper hour newscasts are either number one or number two in our markets and our online sites are consistently in the top five most viewed sites in the country. We are successful here and we're proud of that. However, we can't rest on our laurels.

Today there is also a whole new audience consuming our programming online and on digital platforms. Serving those changing audiences is what our new strategy, “A Space For Us All,” is all about. It places particular emphasis on mobile first and how we deliver digital content.

If we are going to remain relevant as a broadcaster we must be providing them with the information they need, in a way that's accessible for them. At the same time, we have an ongoing commitment to people in this region who continue to rely on radio and television for their information.

As we move forward, our new strategy aims to maintain existing geographical presence and evolve the corporation's service by offering content specific to the needs in each region. Between now and 2020, CBC/Radio-Canada will provide a consistent core service for all the communities it serves, and it will accelerate the shift to digital and mobile, reflecting and anticipating the changing needs of our audiences.

Serving all of these audiences takes resources. We've been reducing our fixed costs. Our real estate footprints are smaller. Soon we will move from two locations here in Halifax where we now occupy 143,000 square feet over seven floors to a leased location of just 44,000 square feet. We are lowering our costs while maintaining our presence and our resources in our communities.

vous parler aujourd'hui des défis que doit relever la CBC face à l'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications, et plus précisément dans ma région.

Les Canadiens des provinces atlantiques sont desservis par 10 stations de la CBC établies dans quatre provinces. Ensemble, nous produisons plus de 300 heures de programmation par semaine, dont la plus grande partie est réalisée en temps réel, sur toutes nos plateformes et dans un vaste territoire.

Nos stations sont vitales pour les communautés, et CBC tient à y être bien présente. En fait, nous croyons que c'est grâce à cette présence que les Canadiens découvrent l'ensemble de ce que la CBC a à offrir.

Chez nous, ce sont nos personnalités d'antenne qui attirent les auditoires à la CBC, qui leur offrent des nouvelles de dernière minute provenant de leurs communautés, ainsi que des émissions d'affaires publiques et des reportages à propos des personnes qu'ils connaissent et des lieux où ils habitent.

Au Canada atlantique, six de nos neuf émissions matinales occupent le premier rang. Nos bulletins de nouvelles de début de soirée occupent le premier ou le deuxième rang dans nos marchés, et nos sites Web se classent toujours parmi les cinq sites les plus visités au pays. Nous sommes fiers de notre succès, mais loin de nous l'idée de nous reposer sur nos lauriers.

Aujourd'hui, nos plateformes en ligne et numériques accueillent de tout nouveaux auditoires. Notre nouvelle stratégie, Un espace pour nous tous, porte précisément sur les services offerts à ces auditoires en évolution. Elle met l'accent sur la priorité accordée aux plateformes mobiles et sur notre manière d'offrir du contenu numérique.

Si nous souhaitons demeurer pertinents dans le marché de la radiodiffusion, nous devons donner à nos auditoires l'information dont ils ont besoin, sur la plateforme qu'ils utilisent. En même temps, nous avons une obligation envers les gens de cette région qui choisissent la radio et la télévision pour s'informer.

Notre nouvelle stratégie, qui nous accompagne dans notre transformation, vise à maintenir la présence géographique actuelle et fait évoluer le service offert par la société en offrant des contenus adaptés aux besoins particuliers de chaque région. Entre aujourd'hui et 2020, CBC/Radio-Canada offrira un service de base pour toutes les collectivités qu'elle dessert, et accélérera la transition vers l'offre numérique et mobile, reflétant et anticipant les besoins changeants des auditoires.

Nous avons besoin de ressources pour servir tous ces auditoires. Nous avons réduit nos coûts fixes et notre empreinte immobilière. Bientôt, nous quitterons nos deux immeubles de Halifax, où nous occupons 143 000 pieds carrés sur sept étages, pour nous installer dans des locaux loués totalisant seulement 44 000 pieds carrés. Nous réduisons nos coûts tout en maintenant notre présence et nos ressources dans nos collectivités.

Finally, it's worth noting that the communities we serve are not simply our audiences. Throughout the year, CBC partners to support hundreds of events from emceeding business awards dinners to promoting literacy and participating in charity food drives during the holiday season.

Our holiday fundraising drives last year helped raise almost \$1.3 million for people in this region. This is a powerful reminder of the generosity of the people in Atlantic Canada and the commitment of CBC to work with them to help communities in need.

I am proud of what CBC/Radio-Canada does for people in this region, and for the value our services have in their lives. As we implement our new strategy, strengthening that connection, in every corner of our region, is our priority.

Thank you for this opportunity. I will now hand over the floor to my colleague Richard Simoens and then we will welcome your questions.

[Translation]

Richard Simoens, Director of French Services - Acadie, Canadian Broadcasting Corporation: Mr. Chair, honourable senators, I thank you for this opportunity to come to speak to you today about Radio-Canada's presence in Acadia.

The hub of our operations is situated in Moncton, and we have regional stations in Halifax and Charlottetown, as well as seven journalistic bureaus across all of Atlantic Canada.

On radio, we produce three morning shows in Moncton, Halifax and Charlottetown. Three other daily programs, one in the morning, another at noon and a third for the drive home help us ensure a regional presence throughout the day. To top off our radio offering, we produce two regional shows airing Saturday mornings from 7:00 a.m. to noon.

On television, our supertime newscast "Le Téléjournal Acadie" captures a 42 per cent share, according to the last BBM results. We also produce the talk show "Méchant soirée," which deals with current affairs and the arts. In all, we air a total of 75 hours of regional programming each week.

We also produce a substantial number of specials, variety programming, and documentaries. Two of our recent in-house documentaries were nominated for a Gémeaux award this past September. We also work closely with independent regional producers. As a point of interest, we are currently shooting a drama series called "Le Clan," that will be broadcast on the network soon.

This summer, Radio-Canada Acadie aired an exemplary array of programming across our three platforms during the World Acadian Congress. For the first time ever, the entire network prime-time schedule on August 15, Acadia's national day, was devoted to content produced in the region. The August 15 live

Enfin, notons que les collectivités que nous servons ne sont pas que des auditoires. Tout au long de l'année, CBC a soutenu des centaines d'activités. Nous avons notamment animé des soirées de remise de prix, encouragé l'alphabétisation et participé à des collectes d'aliments durant la période des Fêtes.

L'année dernière, nos campagnes de financement ont permis d'amasser près de 1,3 million de dollars pour les habitants de la région. Voilà qui nous rappelle avec force la générosité des habitants du Canada atlantique et l'engagement de CBC à aider, à leurs côtés, les collectivités dans le besoin.

Je suis fière du rôle que joue CBC/Radio-Canada auprès des gens de la région, et de l'importance de nos services dans leur vie. C'est en donnant la priorité au renforcement de ces liens, aux quatre coins de notre région, que nous mettons en œuvre notre nouvelle stratégie.

Merci de m'avoir donné l'occasion de vous parler. Je cède la parole à mon collègue Richard Simoens, puis nous répondrons à toutes vos questions.

[Français]

Richard Simoens, directeur des Services français - Acadie, Société Radio-Canada : Monsieur le président, honorables sénateurs, je vous remercie de me donner l'occasion de vous parler de la présence de Radio-Canada en Acadie.

Le cœur de nos opérations est basé à Moncton, avec des stations régionales à Halifax et à Charlottetown, ainsi que sept bureaux journalistiques répartis sur tout le territoire.

À la radio, nous produisons trois émissions du matin, une à Moncton, à Halifax et à Charlottetown. Trois autres émissions quotidiennes, le matin, le midi et à l'heure du retour à la maison, assurent une présence régionale tout au long de la journée. Et deux autres émissions régionales le samedi matin de 7 h à midi viennent compléter notre offre à la radio.

Du côté de la télévision, nous produisons le *Téléjournal Acadie*. C'est le grand rendez-vous des informations à l'heure du souper qui rejoint 42 % de la population, selon le dernier sondage BBM. Ainsi nous produisons aussi une émission de style *talk show* intitulée *Méchant soirée*, qui traite de sujets d'actualité ou culturels. Au total, nous produisons 75 heures de programmation régionale par semaine.

Nous produisons aussi un nombre important d'émissions spéciales, de variétés et de documentaires. Deux récents documentaires, produits à l'interne, ont été finalistes au prix Gémeaux en septembre dernier. Nous travaillons de près aussi avec les producteurs indépendants de la région. À noter que nous tournons présentement une série dramatique intitulée *Le Clan*, qui sera diffusée au réseau prochainement.

Cet été, Radio-Canada Acadie a offert une programmation exemplaire sur nos trois plateformes pendant le Congrès mondial acadien. Pour la première fois, toute la programmation du réseau en heure de grande écoute le 15 août, le jour de la Fête nationale de l'Acadie, était dédiée à du contenu en provenance de l'Acadie.

show was carried across the country on ICI Radio-Canada Télé, and rebroadcast on ICI ARTV. A 90-minute version will also be airing in the coming months on TV5 MONDE.

For a number of years, Radio-Canada Acadie has had a dedicated team producing reports for the network programs “La semaine verte” and “Second Regard.” We have a daily presence on RDI, and we also produce for RDI “Le national hebdo,” a weekly recap of national news events. And a little over a year ago, we hired a national reporter mainly serving the 10 p.m. “Téléjournal,” and the radio program “L’heure du monde.”

As you may well expect, all of our journalists are required to contribute content to our Web page, and post on social media. As part of our strategic plan, “A Space for Us All,” we have made it a priority to enhance our presence on digital platforms so we can be at the heart of Canadian conversations.

Radio-Canada Acadie is very present in its community via partnerships in all sectors, from the arts to business. We produce the “Gala des Éloizes,” which promotes our homegrown artists on the national stage. We have partnered with the youth organization la Fédération des jeunes francophones du Nouveau-Brunswick since its inception on the *Les Accros de la chanson* contest. We work with the Frye Festival and the many book fairs across the region. Our partnership with the Dr. Georges-L.-Dumont Hospital Foundation last year helped raised \$1.5 million for services to families of cancer patients. These are but a few of our community partnerships.

For the past two years we have enhanced our partnerships in the business sector to promote the presence, expertise and innovation of companies based in Atlantic Canada. Our partnership with the New Brunswick Innovation Foundation encourages young entrepreneurs to reach higher. The winner at the Gala Percée, for instance, is invited to pitch his or her project on ‘Dragons’ Den’ and “Dans l’œil du dragon.”

Naturally, we maintain close relationships with community leaders and organizations by meeting regularly with them and taking part in their activities. Whenever possible, we meet with youth groups to get a better idea of their media consumption habits and better understand what they expect from their public broadcaster. Radio-Canada Acadie is at once a major journalistic force for the community and an invaluable partner in promoting Acadian culture and language.

Radio-Canada Acadie will be relocating its Moncton station next June. We will vacate our current 52,000-square-foot building and move to a new 21,000-square-foot leased facility. We have designed an open space, with no closed offices and open-plan studios. We are taking advantage of the move to review and

Le Grand spectacle du 15 août a été diffusé en direct d’un océan à l’autre sur ICI Télé, en rediffusion le lendemain sur ICI ARTV. Une autre version d’une durée de 90 minutes sera aussi diffusée au cours des prochains mois sur TV5MONDE.

Depuis plusieurs années, Radio-Canada Acadie dédie une équipe à la production de reportages pour les émissions réseau, *La semaine verte*, et *Second regard*. Nous avons une présence quotidienne sur RDI et nous produisons, aussi pour RDI, *Le national hebdo*, une revue de l’actualité des quatre coins du pays. Et nous avons ajouté depuis un peu plus d’un an, une journaliste qui a comme clients principaux, entre autres, le *Téléjournal* de 22 heures et aussi *L’heure du monde* à la radio.

Bien entendu, tous nos journalistes sont appelés à contribuer du contenu à notre page web ainsi que sur les réseaux sociaux. Dans le cadre de notre plan stratégique, Un espace pour nous tous, nous priorisons une plus grande présence sur les plateformes numériques afin d’être au cœur de la conversation citoyenne.

Radio-Canada Acadie est très présente dans sa communauté grâce à de nombreux partenariats dans tous les secteurs d’activité, passant de la culture au monde des affaires. Nous réalisons le *Gala des Éloizes* ce qui permet de faire rayonner les artistes d’ici à l’échelle nationale. Nous sommes partenaires de la première heure avec la Fédération des jeunes du Nouveau-Brunswick pour le concours *Les Accros de la chanson*. Nous collaborons avec Le Festival Frye et les nombreux salons du livre partout sur le territoire. Notre partenariat avec la Fondation de l’hôpital Dr-Georges-L.-Dumont a permis d’amasser l’an dernier la somme de 1,5 million de dollars pour les services offerts aux familles atteintes du cancer. Pour ne nommer que ces partenariats-là.

Depuis deux ans, nous avons intensifié nos partenariats avec le secteur des affaires afin de mettre en valeur la présence, l’expertise et l’innovation des entreprises atlantiques. Notre partenariat avec le Fonds de l’innovation du Nouveau-Brunswick encourage de jeunes entrepreneurs à se dépasser. Le lauréat du Gala Percée, par exemple, est invité à présenter son projet à l’émission *Dans l’œil du dragon* et à *Dragons’ Den*.

Bien entendu, nous entretenons des liens étroits avec des organismes et les leaders de la communauté grâce à des rencontres régulières et à notre participation à leurs activités. Nous rencontrons le plus souvent possible des groupes de jeunes afin de mieux connaître leurs habitudes d’écoute et pour mieux comprendre leurs attentes face au diffuseur public. Radio-Canada est à la fois une force journalistique importante pour la communauté, mais aussi un partenaire indispensable au rayonnement de la langue et de la culture acadienne.

Radio-Canada Acadie déménagera sa station de Moncton en juin prochain. Nous quitterons notre édifice actuel de 52 000 pieds carrés pour loger dans un nouvel espace loué de 21 000 pieds carrés. Un espace ouvert, sans bureaux fermés, des studios à aire ouverte. Nous profitons aussi du déménagement

transform all of our operations so we can become more efficient and make use of new technologies available to us. The new environment will foster greater collaboration between teams.

Along the same lines, I would like to point out the excellent cooperation we had with our CBC colleagues recently during the New Brunswick election campaign, both editorially and resource-wise. In addition, what began as occasional meetings between both management teams has become a true partnership between us. A CBC manager now attends our weekly management meeting, and we have a Radio-Canada manager at theirs.

In closing, I would simply like to say how proud I am to have served CBC/Radio-Canada for the past 38 years. Every day, I have been able to see how important Radio-Canada's presence has been in nurturing the development of francophone communities across the country. As a Franco-Manitoban, I can assure you that the public broadcaster has had an impact on me and my fellow citizens, in terms of helping us define a strong and proud cultural identity. Thank you for your attention, and we are ready to answer your questions.

[*English*]

The Chair: Thank you for your presentation. I would like to underline for committee members that we will be visiting the past location of CBC tomorrow morning in our visit.

Senator Plett, do you have a question?

Senator Plett: Thank you to both of you for being here.

I took some quick notes as you were going along, Ms. Wilson. You talked about 10 stations in four provinces. You talked about six shows that are either number one or number two in the market. Mr. Simoens, you talked with three morning shows, three daily shows, two regional shows on radio, 75 hours of regional programming each week.

We heard earlier today that Radio-Canada is a Montreal station, and we've heard in the past that CBC is a Toronto station. Your testimony doesn't bear that out. I would like you to comment on those comments by witnesses earlier today and in our studies that everything is centred around Toronto and/or Montreal.

[*Translation*]

Mr. Simoens: With your permission, I would like to say that we often hear about — I think that you have to see how Radio-Canada functions — the space we occupy in the territory. I think that Radio-Canada Acadie plays its role well in the region. I am not sure of what people said to you when they appeared here, but I would like to believe that they are generally satisfied with Radio-Canada's regional programming in Acadia. In my opinion, we offer programming that is there, that is accessible, that attempts

pour revoir et transformer l'ensemble de nos opérations afin d'accroître notre efficacité et profiter des nouvelles technologies à notre disposition. Le nouvel environnement favorisera aussi une plus grande collaboration entre les équipes.

À ce chapitre, j'aimerais souligner l'excellente collaboration que nous avons eue avec nos collègues de la CBC pendant la récente campagne électorale au Nouveau-Brunswick, tant sur le plan éditorial que sur le plan des ressources. De plus, ce qui a commencé par des échanges occasionnels entre les équipes de direction des deux réseaux a évolué en un véritable partenariat entre nous. Un cadre de la CBC participe à la réunion de direction hebdomadaire de Radio-Canada, et nous avons une présence similaire à leur rencontre de direction.

En terminant, j'aimerais vous dire à quel point je suis fier d'être au service de CBC/Radio-Canada depuis les 38 dernières années. Chaque jour, je constate combien la présence de Radio-Canada est importante au développement des communautés francophones partout au pays. En tant que Franco-Manitobain, je peux vous assurer de l'impact que Radio-Canada a eu pour moi et pour mes compatriotes dans la définition d'une identité culturelle forte et fière. J'aimerais vous remercier de votre attention et nous sommes prêts à répondre à vos questions.

[*Traduction*]

Le président : Merci d'avoir présenté votre exposé. J'aimerais rappeler aux membres du comité que nous visiterons les anciens locaux de CBC demain matin.

Sénateur Plett, avez-vous une question?

Le sénateur Plett : Je vous remercie tous les deux d'être venus.

J'ai pris quelques notes durant votre exposé, madame Wilson. Vous avez parlé de 10 stations établies dans quatre provinces. Vous avez dit qu'environ six émissions occupaient le premier ou le deuxième rang sur le marché. Monsieur Simoens, vous avez parlé de 3 émissions le matin, 3 émissions quotidiennes, 2 émissions régionales à la radio et 75 heures de programmation régionale par semaine.

Nous avons entendu dire plus tôt que Radio-Canada était une station montréalaise, et nous avons entendu dire par le passé que CBC était une station torontoise. Votre témoignage ne confirme pas cela. J'aimerais connaître vos commentaires sur les remarques des témoins que nous avons entendus plus tôt aujourd'hui, et dans le cadre de nos études, selon lesquels tout est centré à Toronto et/ou à Montréal.

[*Français*]

M. Simoens : Si vous me le permettez, j'aimerais vous dire qu'on entend souvent parler — je pense qu'on doit voir la façon que Radio-Canada fonctionne — de la place que nous occupons sur le territoire. Je pense que Radio-Canada Acadie joue bien son rôle dans la région. Je ne suis pas certain de ce que les gens vous auront dit lors de leur comparution, mais j'oserais croire qu'ils sont généralement satisfaits de la programmation régionale de Radio-Canada en Acadie. Selon moi, on offre une

to be as inclusive as possible and that attempts to present a picture both of the region and the whole of the country on current event topics that affect our area. I will not hide that I often hear those same comments or this same criticism, i.e. that Radio-Canada is too focused on Montreal. I think what needs to be said is that Montreal is a large metropolis, and clearly there is a demographic there that will not change easily. However, I want to assure you of one thing: we are very aware of that and we have made efforts, very big efforts in the past.

We are continuing our efforts to ensure that we have a presence that is what I would call more mainstream. This is a personal opinion: in the past, I often heard it said that we needed a certain quota and that we had to produce one, two or three regional programs that would discuss issues in the region so many times on the network. Now, we try to be much more inclusive in all of the programs we produce. For instance, if we talk about employment insurance, in a program produced in Montreal, we include guests from all the regions of the country in our network program. That is what was done, in fact, on the “24/60” program produced by RDI; we went around the Acadian peninsula to collect people’s opinions on the quality of employment insurance, whether they were for it or against it. There were people from here, from Montreal, Toronto, Calgary and from all over. In short, we understand people’s frustration regarding this vision, we are maintaining our efforts, but we are aware that there is still room for improvement.

[English]

Ms. Wilson: As I mentioned in my opening remarks, we do have a presence in 10 of our locations in the Atlantic provinces. We have nine morning shows; we have noon and afternoon shows; we have supper-hour newscasts and radio newscasts, and I do think that maybe the opinion of people in Atlantic Canada is that we are very much Atlantic Canadian in our content.

Having said that, we’re also very proud to be able to showcase our stories on many of our national platforms like News Network, the “World at 6” and “World Report.” We strive to ensure that our stories are told in that way. Atlantic Canada, I think maybe different than in other parts of the country. I can speak for certainly this region in that people do feel that CBC represents them in their place, in the place they live. It’s reflective of their communities and we’re in their communities and we live in those communities.

Senator Plett: I’m from the province of Manitoba and, of course, Manitoba has a lot of francophones. Mr. Simoens, you’re a fellow Manitoban —

M. Simoens: Yes, sir.

programmation qui est là, qui est accessible, qui essaye d’être la plus inclusive possible, et qui tente de faire rayonner le mieux possible à la fois la région et l’ensemble du pays sur des sujets d’actualité qui touchent notre territoire. Je ne vous cache pas que j’entends souvent ces mêmes commentaires ou ces mêmes critiques à notre égard, à savoir que Radio-Canada est trop centrée sur Montréal. Alors, ce qu’il faut savoir c’est que Montréal est une grosse métropole et c’est clair qu’il y a une démographie qui ne changera pas facilement. Cependant, je peux vous assurer d’une chose : nous en sommes très conscients et on a fait des efforts, de grands efforts dans le passé.

On poursuit nos efforts pour s’assurer d’avoir une présence que je qualifierais d’un peu plus *mainstream*. Dans le passé — c’est une opinion personnelle —, j’entendais souvent dire qu’il faut avoir un certain quota, il faut produire une ou deux ou trois émissions régionales qui traiteront tant de fois de la région au réseau. Maintenant, on essaye d’être beaucoup plus inclusifs dans l’ensemble des émissions que nous produisons. Par exemple, s’il est question d’assurance emploi, mais qu’il s’agit d’une émission produite à Montréal, une émission réseau inclut des invités de toutes les régions du pays. C’est d’ailleurs ce qui s’est fait à l’émission *24/60* produite par RDI où on s’est déplacé dans la péninsule acadienne pour connaître l’avis des gens sur la question de l’assurance emploi, peu importe qu’ils soient pour ou contre. Il y avait des gens ici, à Montréal, à Toronto, à Calgary et d’un peu partout. Bref, on comprend les frustrations de gens face à cette vision, on poursuit nos efforts en ce sens, mais on est conscient qu’on a encore du chemin à faire.

[Traduction]

Mme Wilson : Comme je l’ai mentionné dans ma déclaration liminaire, nous assurons une présence dans 10 stations des quatre provinces atlantiques. Nous avons neuf émissions matinales; nous avons des émissions du midi et de l’après-midi; nous avons des bulletins de nouvelles à l’heure du souper et des bulletins de nouvelles à la radio, et je crois effectivement que les gens du Canada atlantique sont d’avis que notre contenu est bien adapté à leur région.

Cela dit, nous sommes aussi très fiers de pouvoir diffuser nos reportages sur nombre de nos plateformes nationales, comme News Network, *World at 6* et *World Report*. Ainsi, nous nous efforçons de nous assurer que nos histoires sont racontées. Le Canada atlantique, selon moi, est peut-être différent d’autres coins du pays. Certes, je peux parler au nom de cette région et dire que les gens croient réellement que CBC les représente dans leur région, à l’endroit où ils vivent. La programmation reflète leurs collectivités, et nous sommes dans leurs collectivités et nous vivons dans ces collectivités.

Le sénateur Plett : Je viens du Manitoba et, bien sûr, cette province compte beaucoup de francophones. Monsieur Simoens, vous êtes aussi manitobain...

M. Simoens : Oui, monsieur.

Senator Plett: — and worked in Manitoba, so you know the make-up of Manitoba fairly well. I appreciate that where there is a significant presence, there should be a significant presence by Radio-Canada. We heard this morning that a significant presence, according to one witness, was more than one person in the community. I would like to have your opinion on where Radio-Canada should have a presence and how much French population should there be before you do make a presence in that area.

Mr. Simoens: I appreciate the question. I think it's maybe over my head in terms of the answer that I'm able to give — how many people would be a sufficient number to deserve a certain type of presence.

I would say that what we try to achieve at CBC and Radio-Canada is to have the biggest presence possible and try to reach as many Canadians as we can where they are. So that's something that we do. I think one of the things when we move forward with "A Space for Us All" is that we're able to use the new technology, using the web, using social networks to reach more people and reach them differently. One of the big challenges we face in moving forward is that how do we transform what we're doing right now with radio and television and try to incorporate this new technology, which is very accessible, which gives us a wider reach. How do we incorporate that into what we're doing right now without losing the people who watch a lot of television but who maybe will be watching a little less television? We'll be doing it differently moving forward. Those are some of the challenges facing us when we look at the five-year plan that we're working on right now. The strategic plan is looking exactly at that, how do we do that.

In Montreal we were able to reach communities where we weren't — ironically, we say that Radio-Canada is very Montreal-centrist.

[Translation]

It may be true that Radio-Canada focused more on Montreal at times, since there are several regions. When I lived in Longueuil, we were not as well served. The station talked about Montreal, but it never mentioned Longueuil. What is known as the South Shore and the North Shore were created. Thanks to programs broadcast on the Web, people were able to tune in to Radio-Canada. They were able to hear about the communities in a different way. We included people from the community and we hired local journalists. That new platform had enormous success. So, I think we have to continue to innovate in that way.

[English]

Senator Plett: Ms. Wilson, you talked about going from 143,000 square feet to 44,000 square feet, and Mr. Simoens, 50,000 square feet to 20,000 square feet. That is significant. How many employees were cut to get down to those square footages, if any? Were we just simply too large before or are we too small

Le sénateur Plett : ... et avez travaillé au Manitoba, alors vous connaissez assez bien la composition de cette province. Je comprends que, lorsqu'il y a une présence significative, Radio-Canada devrait assurer une présence significative. Ce matin, selon un témoin, nous avons appris qu'une présence significative signifiait plus d'une personne dans la collectivité. J'aimerais connaître votre avis sur l'endroit où Radio-Canada devrait assurer une présence et la taille de la population francophone qui justifie une telle présence.

M. Simoens : Merci d'avoir posé la question. Je ne suis pas certain d'être qualifié pour répondre... Combien de gens pourraient justifier un certain type de présence?

Je dirais que, à CBC et à Radio-Canada, notre objectif est d'assurer la plus grande présence possible et de rejoindre le plus grand nombre de Canadiens possible dans leur région. Alors, c'est quelque chose que nous faisons. Je crois que l'un des avantages que présente Un espace pour nous tous tient au fait que nous pourrions profiter de la nouvelle technologie, Internet et les réseaux sociaux, pour rejoindre plus de gens de façon différente. L'un des grands défis que nous sommes appelés à relever est de transformer ce que nous faisons à l'heure actuelle, à la radio et à la télévision, pour y intégrer cette nouvelle technologie, qui est très accessible et qui nous permet d'élargir notre portée. Comment intégrons-nous cela à ce que nous faisons à l'heure actuelle sans perdre les gens qui écoutent beaucoup la télévision, mais qui changeront peut-être un peu leurs habitudes? Nous allons faire les choses différemment dans l'avenir. Ce sont des défis que nous sommes appelés à relever dans le cadre du plan quinquennal que nous élaborons à l'heure actuelle. Le plan stratégique porte exactement sur ce point, la façon de procéder.

À Montréal, nous avons pu rejoindre des communautés autrefois laissées pour compte; ironiquement, nous disons que Radio-Canada est très centrée sur Montréal.

[Français]

C'est peut-être vrai que Radio-Canada a été par moment plutôt centré sur Montréal étant donné qu'il y a plusieurs régions. Quand j'habitais à Longueuil, on était moins bien servi. On parlait de Montréal, mais il n'était jamais question de Longueuil. On a créé ce qu'on appelle la Rive-Sud et la Rive-Nord. Grâce aux émissions transmises sur le Web, les gens ont pu accéder aux services de Radio-Canada. Ils ont pu entendre parler des communautés différemment. On a inclus les gens de la communauté et on a engagé des journalistes sur place. Cette nouvelle plateforme a connu un grand succès. Donc, je pense qu'on doit continuer à innover dans ce sens-là.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Madame Wilson, vous avez parlé de passer de 143 000 pieds carrés à 44 000 pieds carrés, et M. Simoens, de 50 000 pieds carrés à 20 000 pieds carrés. C'est une diminution de taille. Combien d'employés ont été mis à pied pour réaliser une telle compression de l'espace, le cas échéant? Occupions-nous tout

now? This is a significant number; this is not a small number. “Well, we have an extra couple of rooms here, so we’ll lease them out to somebody.” You’ve made a huge switch here. I would like both of you to talk a little more about those square footage changes and what you did to be able to reduce in size.

Ms. Wilson: As I mentioned to the chair, I’m new to this position, coming in to it in August when the real estate project for Halifax was well under way. Currently in Atlantic Canada we do have 300 employees and in Halifax just over 100, and as Richard can indicate, probably 20 or so French employees.

Technology plays a huge role in how we’ve been able to change the way that we work. Our work methods have changed. Yes, at a time in the early 1990s, we were doing a whole lot more production than we do today, in-house production, which we don’t do any longer. Yes, we have partnerships with independent producers as Richard mentioned as well. We still do some in-house support of outside productions like “This Hour has 22 Minutes,” but the reduction in the amount of production is one of the reasons why we can reduce the footprint significantly.

We’ve also changed our work methods in an integrated operation. We’re able to work in different ways more efficiently. Technology has allowed us to do that, which we weren’t able to do even two or three years ago. So those are just a few of the reasons.

Obviously the reduction in staff, as a result of the most recent cuts, through the draft reduction in this region did have an impact. We’ve implemented a three-year plan in French and in English, resulting in a number of staff leaving the organization. We continue to do that even with the announcement of strategy 20/20. In that announcement there is a further reduction in the corporation overall of 1,500 jobs, so we are becoming a smaller organization in terms of people.

As has been mentioned in the strategy, we’re moving out of owned locations where we no longer require that kind of footprint because of the things I just mentioned.

[Translation]

Mr. Simoens: I will not repeat everything Denise said, but I agree with her. It was certainly the change in our work methods that caused that. In the past we had teams dedicated to radio and teams for television. There was little cooperation between them. Now they work in close cooperation. There is a lot of diverse competency. Technology allows us to do more. I think that all of that contributed a lot to the changes. There was a moderate reduction in the number of employees at CBC and at Radio-Canada over the years because of the cuts, transformations and a

simplement trop d’espace avant ou n’en n’occupons-nous pas assez maintenant? C’est un chiffre important; ce n’est pas négligeable. « Ah, nous avons quelques locaux supplémentaires ici, alors nous allons les louer. » Vous avez fait une énorme transition. J’aimerais que, tous les deux, vous parliez un peu de ces changements en matière d’espace et de ce que vous avez fait pour réduire la taille.

Mme Wilson : Comme je l’ai dit au président, j’occupe seulement mon poste depuis août, au moment où le projet immobilier de Halifax était bien entamé. Actuellement, au Canada atlantique, nous avons 300 employés, et, à Halifax, un peu plus de 100, et, comme peut l’indiquer Richard, environ 20 employés francophones, probablement.

La technologie joue un rôle immense en ce qui concerne la façon dont nous avons pu modifier notre façon de travailler. Nos méthodes de travail ont changé. Oui, à une certaine époque au début des années 1990, notre production était beaucoup plus importante qu’aujourd’hui, notre production à l’interne, que nous avons cessé de faire. Oui, nous avons établi des partenariats avec des producteurs indépendants, comme l’a mentionné Richard. Nous assurons encore un soutien à l’interne dans le cadre de productions externes, comme *This Hour Has 22 Minutes*, mais la réduction de la production est l’une des raisons qui font que nous pouvons réduire considérablement notre empreinte.

Nous avons aussi modifié nos méthodes de travail dans le cadre d’un processus intégré. Nous pouvons travailler de différentes façons avec plus d’efficacité. La technologie nous a permis de le faire, alors que nous ne le pouvions pas il y a même deux ou trois ans. Alors, voilà seulement quelques-unes des raisons.

Évidemment, la réduction du personnel, à la suite des mises à pied les plus récentes, aux termes du plan de réduction dans la région, a eu des répercussions. Nous avons mis en œuvre un plan triennal pour le réseau français et le réseau anglais, qui a entraîné le départ d’un nombre certain d’employés de l’organisation. Nous continuons de le faire même après l’annonce de la stratégie 2020. Cette annonce prévoit une réduction ultérieure de la société — 1 500 emplois en tout —, alors la taille de l’effectif de notre organisation est à la baisse.

Comme on le mentionne dans la stratégie, nous nous défaisons des locaux dont nous étions propriétaires, car nous n’avons plus besoin d’une telle empreinte en raison de ce que je viens d’expliquer.

[Français]

M. Simoens : Je ne répéterai pas tout ce que Denise a dit, mais je suis d’accord elle. C’est certainement la transformation de nos méthodes de travail qui a fait cela. Auparavant, on avait des équipes dédiées à la radio et des équipes dédiées à la télévision. Il y avait peu de collaboration entre celles-ci. Maintenant, elles travaillent étroitement ensemble. Il y a beaucoup plus de polyvalence. La technologie nous permet d’accomplir davantage. Je pense que tout cela a beaucoup contribué aux changements. On a réduit modérément le nombre d’employés à

desire to be more effective. So we did all of that. In Moncton we own a 51,000-square-foot building. There is enormous wasted space. The building is not adapted to the needs of radio, television or the Web in 2014-15. It is a station that was built or which we acquired about 50 years ago, when it was a community centre. The building was not built to house a modern communications station. Taking all of that into account, we could move and go from 50,000 to 20,000 square feet. By occupying 40 per cent of the current space we would work in an efficient way. Nobody will leave because of that. It would simply be another way of reorganizing the work and the space. In Moncton there are no closed offices. I will not have a closed office. Denise in Halifax will not have a closed office. That is what allows us to reduce our office space. We can reduce our office space in this way. So, if in 5, 10 or 15 years we realize that we have to reduce or expand our workspace, we will be able to do so if we are renters and not owners. We will not be stuck with a physical building.

[English]

Senator Plett: As a follow-up to that, you're actually making yourself more efficient. What I'm gathering here is that the average viewer is not going to notice the difference and yet you will be saving a considerable amount of money. You've streamlined the operations. You're not doing much of what you used to do because of technology, so this is actually a good thing.

Mr. Simoens: Sure, the technology part of it and the footprint part of it, we're going to continue to do what we're doing. Some of the cuts that we're doing, though, do have an impact because they are limiting what we're able to do. We're choosing to do less programming because we have less money to do programming. It costs money to do TV; it costs money to do radio. So the less money we have or the fewer people we have, well eventually it shows and we're doing a little bit less than what we were doing. But one of our challenges, mine and Denise's, is to keep doing as much regional programming as we are able to do with the resources that are allowed us.

Senator Plett: Thank you.

[Translation]

The Chair: One of the two examples cited this morning regarding the cuts in francophone services here is the RDI program broadcast at 11 a.m. from your area. The other example concerned the radio station that used to produce a local program that was broadcast daily on the entire Radio-Canada Musique network. These two programs are no longer being broadcast. And so the Acadian voice, in your case, or the Maritime voice, has less

CBC et à Radio-Canada au fil des ans en raison des compressions, des transformations et d'une volonté d'être plus efficace. Donc, on a tout fait cela. À Moncton, on est propriétaire d'un édifice de 51 000 pieds carrés. Il y a une énorme perte d'espace. Ce n'est pas un édifice qui est adapté aux besoins de la radio, de la télévision et du Web en 2014 en 2015. C'est une station qui a été construite ou que nous avons acquise il y a environ 50 ans alors que c'était un centre communautaire. Cet édifice n'a pas été construit pour abriter une station moderne de communication. En tenant compte de tout cela, on pourrait déménager et passer de 50 000 à 20 000. En occupant 40 p. 100 de l'espace actuel, on travaillerait de façon efficace. Personne ne partira à cause de cela. C'est simplement une autre façon de réorganiser le travail et les espaces. À Moncton, il n'y a pas de bureau fermé. Je n'aurai pas un bureau fermé. Denise, à Halifax, n'aura pas un bureau fermé. C'est ce qui nous permet de réduire nos espaces de bureau. C'est ce qui fait en sorte qu'on peut se permettre de réduire l'espace de nos bureaux. Par exemple, si dans 5, 10 ou 15 ans on se rend compte qu'on doit réduire ou agrandir notre espace de travail, on sera en mesure de le faire si on est locataire et non propriétaire. On ne sera pas pris avec un espace physique.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Pour poursuivre sur cette lancée, vous améliorez en fait votre efficacité. Ce que j'en déduis ici, c'est que le consommateur moyen ne s'apercevra pas de la différence, alors que vous réaliserez des économies considérables. Vous avez rationalisé les activités. Vous ne faites plus une grande partie de ce que vous faisiez auparavant, grâce à la technologie, alors il s'agit en fait d'une bonne chose.

M. Simoens : Bien sûr, l'aspect technologique et l'aspect relatif à l'empreinte sont des choses dont nous allons continuer de nous occuper. Certaines des compressions ont toutefois des répercussions, car elles limitent ce que nous pouvons faire. Nous avons décidé de réduire notre programmation en raison d'un manque d'argent. Il est onéreux de faire de la télévision; il est onéreux de faire de la radio. Alors, si nous avons moins d'argent ou moins de gens, à un certain moment, cela paraît et nous en faisons un peu moins qu'auparavant. Mais l'un des défis que nous devons relever, Denise et moi, c'est d'assurer toute la programmation régionale que nous pouvons avec les ressources qui nous sont affectées.

Le sénateur Plett : Merci.

[Français]

Le président : Un des deux exemples cités ce matin sur les réductions des services francophones à partir d'ici est l'émission RDI diffusée à 11 h à partir d'ici, de chez vous. L'autre exemple concerne la station de radio qui produisait une émission locale tous les jours transmise dans tout le réseau sur Radio-Canada Musique. Ces deux émissions ne sont plus diffusées. Donc, la voix acadienne, dans votre cas, ou la voix maritime profite moins

of a presence at the national level. Nothing was proposed to replace them. I do not know if you would like to make a comment on that.

Mr. Simoens: First, the “Atlantique en direct” program was an hour and a half show that was produced in Moncton to reflect the Atlantic regions; it was broadcast daily on RDI at rush hour. It was often interrupted by all kinds of special programming. So if we had done the calculation when that change was made, we would have realized that the ratings in the Atlantic regions were not as good as expected because the program was broadcast at rush hour.

Secondly, if we relegate the Atlantic presence to a 10:30 a.m.-to-noon slot, or to the middle of the day, will the vast majority of the population listen, if you consider that most people are at work? We wanted to challenge Radio-Canada: remove those time slots, maintain all of the necessary flexibility in programming, and ensure that our teams are there on a daily basis.

As an example, Michèle Brideau or Ricky Landry, who are in Halifax for RDI, are not necessarily on air every day at 10 a.m. They may be on at 6, 10, or 3 p.m. They have a greater presence in that way. We also try to use their material. It often happens that they leave a report with us that will be broadcast at the end of the day on “Téléjournal Acadie” or rebroadcast by RDI during their biggest news program. At one point, I did the calculation and I found that the exchange was a good one in terms of minutes. But I agree with the people who say that their presence is not sufficient — we do not plant our flag and say: “Here we are, we are going to be on air on this day at this time.” So, are people more interested in a token presence, or will we really have that presence on a daily basis? I am concerned by that question.

As for Espace musique, clearly we had a regional presence all day. There was an announcer in Moncton, but the musical choice was made in Montreal and broadcast throughout the country. So, there was an announcer everywhere, and everyone played the same music. We were given from 30 seconds to one minute between songs to talk about a show or some activity that was happening in a region.

Unfortunately, we had to reduce those comments because of budget cuts. Announcers used to present Espace musique in around 14 locations. In the final analysis, that added up to a lot of 30-second-to-one-minute comments every day. The bill was also large: 14 salaries. We chose to give up that part of the program rather than sacrificing a journalist. Sometimes we have to make difficult choices and it is unfortunate that that happens. We would like to keep everything, we would like to do everything. I would like to do more for everyone, but there comes a time where

d’une présence au niveau national. Rien n’a été proposé en échange. Je ne sais pas si vous voulez émettre un commentaire à ce sujet.

M. Simoens : Premièrement, l’émission *L’Atlantique en direct* d’une durée d’une heure et demie, produite à Moncton pour refléter les régions de l’Atlantique, était diffusée quotidiennement sur RDI à un moment de la journée où la circulation automobile est très dense. Cette émission était très souvent interrompue par toutes sortes d’émissions spéciales. Donc, si on avait fait le calcul à l’époque où ce changement a été apporté, on se serait rendu compte que la cote d’écoute dans les régions de l’Atlantique n’était pas aussi bonne que prévu étant donné que l’émission était diffusée en période de grande circulation automobile.

Deuxièmement, si on cantonne la présence atlantique de 10 h 30 à midi ou au beau milieu de la journée, est-ce que la grande majorité de la population sera à l’écoute en sachant que la plupart des gens sont au travail? On a voulu faire un pari avec Radio-Canada : enlever ces créneaux, maintenir toute la souplesse nécessaire au niveau de la programmation, et s’assurer de la présence quotidienne de nos équipes.

À titre d’exemple, Michèle Brideau ou Ricky Landry, qui est à Halifax pour RDI, ne sont pas nécessairement en ondes tous les jours à 10 h le matin. Ils peuvent y être à 6 h, à 10 h ou à 15 h. Ils ont une plus grande présence. On essaie aussi d’utiliser leur matériel. Il arrive très souvent qu’ils nous laissent un reportage qui sera diffusé en fin de journée au *Téléjournal Acadie* ou qui sera repris par RDI durant leur grand rendez-vous d’information. À un moment donné, j’ai fait le calcul et je trouvais que l’échange était quand même bien en termes de minutes. Mais je suis d’accord avec les gens qui disent qu’ils n’ont pas une présence suffisante — on ne plante pas notre drapeau pour dire : « Nous voici, nous serons là à tel jour et à telle heure. » Alors, est-ce qu’on cherche davantage la symbolique de la chose ou est-ce qu’on cherche vraiment cette présence-là au quotidien? C’est une question qui me préoccupe.

En ce qui concerne Espace musique, c’est clair qu’on avait une présence régionale toute la journée. Il y avait une animatrice qui était à Moncton, mais le choix musical était fait à Montréal et réparti à travers le pays. Donc, partout, on avait une animatrice ou un animateur et tout le monde présentait la même musique. On nous accordait de 30 secondes à une minute entre les chansons pour parler d’un spectacle ou d’une activité quelconque qui se déroulait dans une région.

Malheureusement, on a dû réduire ces interventions en raison des compressions budgétaires. Des animateurs présentaient Espace musique dans environ 14 endroits. En fin de compte, cela faisait beaucoup d’interventions de 30 secondes à une minute chaque jour. C’est une facture quand même importante : 14 fois, c’est 14 salaires. On a choisi de renoncer à cette partie-là de l’émission plutôt que de sacrifier un journaliste. On est parfois confronté à faire des choix difficiles. Et c’est malheureux d’avoir à le faire. On voudrait tout garder, on voudrait tout faire.

we have to face financial realities and that is not unique to Radio-Canada. We also have to make choices, we have to manage, we have to set priorities, and that is how we progress.

[English]

Senator Unger: Thank you witnesses, for your excellent deliveries.

Rogers has purchased the national rights for hockey although CBC retains a presence for four years. In the four years, CBC will need to fill hundreds of hours of prime time. What role will CBC Atlantic Canada play in fulfilling these hours, although from the comments you just made, I have an idea where or how you might fill some. In what way, if any, has CBC Atlantic Canada been affected by this deal with Rogers?

Ms. Wilson: In relation to filming the hundreds of hours of programming, as a result, that is something that is currently with our programming office and our revenue folks to really take a close look at. There is always opportunity for us in the regions to contribute to national prime time schedule, although, as Richard mentioned, with the reduction we won't do what we did 20 years ago, or have the ability to do it. However, in this region we have a very creative workforce and a very good relationship with our independent producers, so there are always opportunities for us to participate in pitching ideas to our programming office for prime time footprint. And we do still produce programs here that we're also very proud of and could potentially, we hope, find a place in our schedule in prime time.

So yes, there's always opportunity there for us. The door is never closed as an opportunity for us to pitch programming for those slots, even though, as I mentioned, with the reduction and the resources that we have, sometimes it's not always possible, but certainly the relationships that we have over there in independent communities is very strong and the opportunity is there.

Senator Unger: Mr. Simoens, you mentioned the reduced number of employees and that the square footage has been shrunk substantially, which is impressive. How many upper level management people were let go?

Mr. Simoens: I don't have the actual number, but I would say probably 25 per cent of the cuts were made at the management or administrative level, since I've been there. I've been there since March 2012. When I had to make some cuts, I started by looking in my own yard. I would venture probably around 20 to 25 per cent of the cuts are within the management group.

J'aimerais en faire plus pour tout le monde, mais à un moment donné on doit faire face à des réalités financières, et c'est pas juste à Radio-Canada. Nous aussi on doit faire des choix, on doit gérer, on doit prioriser. C'est ainsi que l'on progresse.

[Traduction]

La sénatrice Unger : Merci, chers témoins, de vos excellents exposés.

Rogers a récemment acquis les droits de diffusion nationale des matchs de hockey, mais CBC conservera pour quatre ans la présentation des matchs. Durant ces quatre années, CBC devra combler des centaines d'heures de grande écoute. Quel rôle CBC au Canada atlantique devra-t-elle jouer pour combler ces heures? Selon les commentaires que vous venez de faire, je comprends un peu comment vous en comblerez certaines. Et quelles sont les répercussions, le cas échéant, de cette entente conclue avec Rogers pour CBC au Canada atlantique?

Mme Wilson : En ce qui concerne l'enregistrement des centaines d'heures de programmation, par conséquent, c'est quelque chose que doivent actuellement regarder de près notre bureau de la programmation et nos responsables des recettes. Nous avons toujours l'occasion, dans les régions, de contribuer à l'horaire national de grande écoute, mais, comme l'a mentionné Richard, compte tenu de la réduction, nous ne ferons pas ce que nous faisons il y a 20 ans et ne serons pas capables de le faire. Toutefois, dans la région, nous avons un effectif très créatif et une excellente relation avec nos producteurs indépendants, alors il y a toujours pour nous des occasions de participer en proposant des idées à notre bureau de la programmation pour les heures de grande écoute. Et nous produisons encore des émissions ici dont nous sommes très fiers et pourrions, idéalement, les inscrire dans notre horaire de grande écoute.

Alors, oui, il y a toujours pour nous des occasions à saisir. La porte n'est jamais fermée si nous voulons proposer des programmes à ces heures, même si, comme je l'ai mentionné, compte tenu de la réduction et des ressources à notre disposition, ce n'est pas toujours possible, mais, certes, nos relations là-bas, dans les collectivités indépendantes, sont très solides, et les occasions sont là.

La sénatrice Unger : Monsieur Simoens, vous avez mentionné la réduction du nombre d'employés et l'importante diminution de la superficie, qui est impressionnante. Combien de hauts dirigeants ont été remerciés de leurs services?

M. Simoens : Je n'ai pas le chiffre exact, mais je dirais que probablement 25 p. 100 des coupures ont été effectuées à l'échelon de la direction ou de l'administration depuis que je suis là. Je suis là depuis mars 2012. Quand j'ai dû effectuer des compressions, j'ai commencé par regarder dans mon entourage immédiat. Je me hasarderais à dire qu'environ 20 à 25 p. 100 des compressions ont touché le groupe de la direction.

Senator Unger: We heard one witness this morning say, “You either get thinner or you die.” I think you may have already heard that comment and you’re certainly taking the appropriate steps.

One last question: When you removed these two programs that were so popular, what was the feedback from the viewers? What feedback did you get?

Mr. Simoens: You’re speaking about RDI and Espace Musique?

Senator Unger: Yes.

Mr. Simoens: Well, when we did the RDI change, first of all it wasn’t just an arbitrary decision. Obviously, there was a lot of reflection and thinking on our part, but there were also a lot of meetings with community leaders before we actually made the official move. I would say that they gave us the benefit of the doubt.

Afterwards we received some comments, some complaints about that. Whenever we get any type of comment we always try to deal with it and see if there’s anything we need to be tweaking or working on.

But I would say I haven’t been inundated with a lot of complaints about that, at least recently. Some people still regret that decision and that’s fine. I think it’s fair ball, but as I was saying to Senator Dawson, when we start looking at the actual statistics and the actual results of that change and how we’re maybe more present or present differently, I would say, over the entire schedule, it’s maybe not as big an impact as some people might imagine. However, symbolism of being there every day from let’s say 10:30 to 12:00 is an important symbol, but is it the most efficient symbol? I’m not sure it’s the most efficient way of doing it.

Senator Unger: Thank you.

Senator Cordy: Thank you very much and welcome to our committee hearing.

I agree with you, Ms. Wilson, that people in the Atlantic region looked at CBC in a positive light. There are certainly some incredible programs being produced here in Halifax by independent producers for CBC. But are there challenges for CBC and Radio-Canada that are unique to the Atlantic region that you might not find in other areas of the country, since I’m a Nova Scotia senator.

Ms. Wilson: The challenge for us is the geography. In a lot of cases Atlantic Canada is a big region. If you go from Nain in Labrador to Happy Valley-Goose Bay, it takes a significant effort to travel to be able to cover the stories in those small places. Certainly one of the challenges is the geography itself. I will let Richard add to that.

La sénatrice Unger : L’un des témoins ce matin a dit que soit on maigrit, soit on meurt. Je crois que vous avez probablement déjà entendu ce commentaire, et il ne fait aucun doute que vous prenez les bonnes mesures.

Une dernière question : lorsque vous avez retiré les deux émissions tant écoutées, quelle a été la rétroaction des téléspectateurs? Que vous a-t-on dit?

M. Simoens : Vous parlez de RDI et d’Espace Musique?

La sénatrice Unger : Oui.

M. Simoens : Eh bien, lorsque nous avons apporté le changement touchant RDI, tout d’abord, cela ne résultait pas simplement d’une décision arbitraire. De toute évidence, il y a eu une grande part de réflexion chez nous, mais nous avons aussi rencontré à maintes reprises des dirigeants communautaires avant de passer à l’action. Je dirais qu’ils nous ont laissé le bénéfice du doute.

Par la suite, nous avons reçu des commentaires et des plaintes à ce sujet. Lorsque nous recevons tout type de commentaire, nous essayons toujours de réagir en vérifiant s’il serait possible d’apporter des améliorations ou de travailler sur quelque chose.

Mais je dirais que je n’ai pas été submergé de plaintes à ce sujet, à tout le moins, pas récemment. Certaines personnes regrettent toujours cette décision, et c’est très bien. Je crois que les règles du jeu sont justes, mais, comme je le disais au sénateur Dawson, lorsque nous commençons à regarder les véritables statistiques et les véritables résultats du changement et la façon dont notre présence est peut-être accrue ou différente, je dirais, sur l’horaire global, l’impact n’est peut-être pas aussi important que peuvent l’imaginer certaines personnes. Toutefois, le fait d’être là chaque jour de, disons, 10 h 30 à midi est un symbole important, mais est-ce le symbole le plus efficace? Je ne suis pas certain que ce soit la façon la plus efficace de procéder.

La sénatrice Unger : Merci.

La sénatrice Cordy : Merci beaucoup et je vous souhaite la bienvenue à la séance du comité.

Je suis d’accord avec vous, madame Wilson, pour dire que les gens de l’Atlantique voyaient CBC de façon positive. Certes, il y a des émissions incroyables qui sont produites ici à Halifax par des producteurs indépendants pour le compte de CBC. Mais CBC et Radio-Canada sont appelées à relever des défis particuliers à la région de l’Atlantique, qui ne sont peut-être pas présents dans d’autres régions du pays; je parle en qualité de sénatrice de la Nouvelle-Écosse.

Mme Wilson : Pour nous, le défi s’apparente à la géographie. Dans bien des cas, le Canada atlantique est une grande région. Si vous allez de Nain, au Labrador, à Happy Valley-Goose Bay, cela exige beaucoup d’efforts pour couvrir toutes les histoires dans ces petits endroits. Certes, l’un des défis s’apparente à la géographie proprement dite. Je vais laisser Richard ajouter à mon propos.

[Translation]

Mr. Simoens: One of our big challenges at Radio-Canada is indeed geography, but also the expectations of Acadian men and women. Acadia is a vibrant community and it is the majority community in some regions of the country. It is a community with a distinct culture that has a great deal of success both in Acadia and on the national and international scene. Its success means that it has big expectations from Radio-Canada; it expects Radio-Canada to continue to support it in the development and showcasing of its artists. People turn to Radio-Canada to ensure that the population finds out about its activities, special programs, and that it becomes known nationally. The expectations are enormous as compared to our resources. We do our best with the means we have. Aside from the challenge of the territory, people have these big expectations. They want an intimate relationship with the public broadcaster, particularly on the French-language side. And if we do not meet those expectations, no one else will do so. The community radio stations do so, but not at the level we do it. We are about the only ones who can offer this kind of pan-Canadian exposure. In short, the expectations are gigantic.

[English]

Senator Cordy: Perhaps it is the expectations of the Acadian people. You said the people are generally satisfied with Radio-Canada. Yet, this morning we had representation from the Acadian Federations of Newfoundland and Labrador and Nova Scotia and the society of francophones from New Brunswick and they clearly feel that their needs are not being met by Radio-Canada. In fact, the gentleman from New Brunswick said they often get their news from English CBC and that they're missing the distinct Acadian culture in the programming of Radio-Canada. From Nova Scotia, we were told that they are being marginalized by Radio-Canada and that they're not seeing themselves, that in fact everything is coming from Montreal. You mentioned that the musical groups and artists are not often from the Acadians of Atlantic Canada. We heard that from all three groups. They often have to get their news from a source other than Radio-Canada, which is what they would like. So we're going back to the whole Montreal aspect of it; the vast majority of the information coming to them is actually coming from Montreal.

I know you touched on the expectations of the Acadians. Certainly in Nova Scotia the Acadian Federation is very strong and they do an excellent job of educating the rest of the province I think, so how can they feel that Radio-Canada is best serving their needs?

[Translation]

Mr. Simoens: I would like to make a clarification. The francophone and Acadian communities are generally very satisfied with Radio-Canada in Acadia; they are pleased with

[Français]

M. Simoens : Du côté de Radio-Canada, l'un de nos grands défis, c'est effectivement la géographie, mais aussi les attentes des Acadiens et des Acadiennes. C'est une communauté vibrante, qui est majoritaire dans certaines régions du pays. C'est une communauté avec une culture distincte, qui connaît un immense succès tant en Acadie que sur la scène nationale et internationale. Son succès fait qu'elle a de grandes attentes par rapport à Radio-Canada pour continuer à la soutenir dans le développement et le rayonnement de ses artistes. Les gens se tournent beaucoup vers Radio-Canada pour assurer une présence lors d'activités, d'émissions spéciales, pour élargir son rayonnement à l'échelle nationale. Les attentes sont immenses par rapport à nos ressources. On fait notre possible avec les moyens dont on dispose. En plus du territoire, les gens ont de grandes attentes. Ils souhaitent établir une relation intime avec le diffuseur public, particulièrement du côté francophone. Et si nous on ne le fait pas, personne d'autre ne va le faire. Les stations de radio communautaire le font, mais pas au même niveau que nous. On est à peu près les seuls à pouvoir offrir ce rayonnement-là pancanadien. Bref, les attentes sont immenses.

[Traduction]

La sénatrice Cordy : Il s'agit peut-être des attentes du peuple acadien. Vous dites que les gens sont généralement satisfaits à l'égard de Radio-Canada. Pourtant, ce matin, nous avons entendu des représentants des fédérations acadiennes de Terre-Neuve-et-Labrador et de la Nouvelle-Écosse et de l'association francophone du Nouveau-Brunswick, et ils estiment clairement que Radio-Canada ne répond pas à leurs besoins. À vrai dire, le représentant du Nouveau-Brunswick a dit qu'on regardait souvent CBC en anglais pour connaître les actualités, et que la culture acadienne distincte manquait à la programmation de Radio-Canada. Quant aux Acadiens de Nouvelle-Écosse, on nous a dit qu'ils étaient marginalisés par Radio-Canada et que sa programmation ne les reflétait pas; de fait, tout vient de Montréal. Vous avez mentionné que les groupes musicaux et les artistes ne provenaient pas souvent du peuple acadien du Canada atlantique. Les trois groupes nous ont fait ce commentaire. Bien souvent, ils doivent recourir à une autre source que Radio-Canada pour les actualités, alors qu'ils aimeraient pouvoir compter sur cette chaîne. Alors, on revient à la dimension montréalaise; la majeure partie de l'information qui leur parvient provient en fait de Montréal.

Je sais que vous avez abordé les attentes des Acadiens. À coup sûr, en Nouvelle-Écosse, la Fédération acadienne est très forte et fait un excellent travail lorsqu'il s'agit de sensibiliser le reste de la province, à mon avis, alors que doit-on faire pour qu'elle considère que Radio-Canada répond mieux à ses besoins?

[Français]

M. Simoens : J'aimerais apporter une précision. Les communautés francophones et acadiennes sont généralement très satisfaites de Radio-Canada en Acadie, c'est-à-dire du

the work we do here in the region. However, their expectations are much higher regarding the national network. They want to see a greater presence. They want to see themselves on the 10 o'clock "Téléjournal." If they do not see themselves on the late evening "Téléjournal" on the French network, they turn to CBC's "The National," which is far more pan-Canadian in their opinion. That is where they get their news.

I understand their choice. Even if they listen to CBC rather than Radio-Canada, at least they are still with the public broadcaster. And that is good news for us, but it is clear that we would prefer that the francophone and Acadian communities be better represented in all of our newscasts. We must not judge Radio-Canada's actions by the 10 o'clock "Téléjournal." Overall, our websites are very good, and there is a great deal of information to be had there. Someone who wants to know what is happening in Halifax, Saskatchewan or Manitoba can find relevant information on our websites.

Our challenge is to find ways to ensure that Acadians will be represented in all of our radio and television programs. In my opinion, our radio has made giant steps over the past one or two years. We began to do more work with them and they have a more marked presence. I do not know if the Nova Scotia or New Brunswick Fédération des Acadiens mentioned this to you, but as a listener — of course, I am somewhat biased — I can see that difference. I see that Acadia is more present in all of the network programming.

This summer, even on the television side, the Pénélope McQuade program hosted Lisa LeBlanc, Radio Radio and Les Hay Babies, who were launching a new disk, and Joseph Edgar. On a network program, we showcased Acadian culture. The other day, someone asked me, "Are they there because they are Acadian? Are they there because they are popular? Are they there because they are also known in Quebec?" The answer is probably all of the above. And all the better!

We are not looking for the reasons behind what we did; there is no reason. It is not about respecting a quota or an obligation or quantifying things in an artificial way. We do this for the right reasons, and I understand people who criticize because they want to see even more. It is entirely legitimate for them to want to ensure an even stronger presence.

I would like to mention the efforts we make to try to meet that need, despite the financial challenges and the francophone demographic, which is entirely different than that of the CBC.

[English]

Senator Plett: Mr. Simoens, you talked about youth group media habits. Tell me about youth group media habits.

travail qu'on fait ici, dans la région. Leurs attentes sont beaucoup plus grandes par rapport au réseau national. Elles veulent une plus grande présence. Elles veulent se voir au *Téléjournal* de 22 heures. Si elles ne sont pas au téléjournal de fin de soirée sur le réseau français, elles vont se tourner vers CBC National qui, selon elles, est beaucoup plus pancanadien. C'est ce qu'elles font pour s'informer.

Je comprends leur choix. Même si elles se tournent vers CBC plutôt que Radio-Canada, elles sont toujours dans la famille du diffuseur public. Et c'est une bonne nouvelle pour nous. Mais il est clair qu'on aimerait que les communautés francophones et acadiennes soient davantage représentées dans l'ensemble de nos bulletins. Il ne faut pas juger les actions de Radio-Canada en fonction du *Téléjournal* de 22 heures. Dans l'ensemble, nos sites web sont très performants et il y a énormément d'informations. Quelqu'un qui veut savoir ce qui se passe à Halifax, en Saskatchewan ou au Manitoba, est en mesure de trouver des informations pertinentes sur nos sites web.

Notre défi, c'est de trouver les moyens pour assurer le rayonnement des Acadiens dans l'ensemble de nos émissions de radio et de télévision. À mon avis, notre radio a fait des pas de géant depuis un an ou deux. On a commencé à travailler davantage avec eux et on sent une présence plus marquée. Je ne sais pas si la Fédération des Acadiens, de la Nouvelle-Écosse ou du Nouveau-Brunswick, vous l'ont signalé, mais moi, en tant qu'auditeur — évidemment, un auditeur un peu biaisé — je perçois cette différence-là. Je me rends compte que l'Acadie a une plus grande présence dans l'ensemble des émissions du réseau.

Même du côté de la télévision cet été, l'émission Pénélope McQuade recevait Lisa LeBlanc, Radio Radio et Les Hay Babies, qui lançaient leur nouveau disque, et Joseph Edgar. Dans le cadre d'une émission réseau, on a fait rayonner la culture acadienne. L'autre jour, quelqu'un me demandait : « Est-ce qu'ils sont là parce qu'ils sont Acadiens? Est-ce qu'ils sont là parce qu'ils sont populaires? Est-ce qu'ils sont là parce qu'ils sont connus aussi au Québec? » C'est sans doute l'ensemble de tous ces facteurs. Et tant mieux!

On ne cherche pas à savoir pourquoi on l'a fait. Il n'y a pas de raison. Ce n'est pas une question de respecter un quota ou une obligation, ou de quantifier de façon artificielle. On le fait pour de bonnes raisons. Je comprends les gens qui critiquent parce qu'ils veulent se voir davantage. C'est tout à fait légitime de leur part de vouloir assurer une plus forte présence.

J'aimerais souligner les efforts que nous déployons pour essayer de rectifier cette situation-là, malgré les défis financiers et la démographie francophone, qui est tout autre que celle du côté de la CBC.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Monsieur Simoens, vous avez parlé des habitudes d'écoute des groupes de jeunes. Parlez-moi des habitudes d'écoute de vos groupes de jeunes.

Mr. Simoens: Well, it's quite interesting. On two or three occasions we invited about 12 university students to talk about where they get their news, what they do and what they are listening to. How do they get the material they are listening to?

Recently, Denise and I were with Hubert Lacroix, our chairman, and we met a group in Fredericton. There were 12 people around the room. When we asked them how many have a television set, nobody has a TV anymore. Everybody is listening or getting their news off their cellphone or their smart phone. None of them, I believe, has an actual phone plugged into the wall. They generally don't pay for cable television, so there's an impact somewhere along the line for CBC and for Radio-Canada and also for other television networks that rely on cable subscriptions to finance their operations.

It was quite revealing to see that people don't have TVs anymore. Those who do have a television set are actually using the TV set to plug in their computer just to have a bigger screen, but they're not actually watching the news at 6, or "Unité 9" at 9 p.m., or Rick Mercer on Tuesday night. They're watching it whenever they want to watch it.

It's a big challenge because of the big change for CBC and Radio-Canada. We've always been in an environment where we do radio. We push it out and people say, "Oh, it's 8 o'clock. I like this program. I'm going to watch that program and I want to listen to that program." It's not the way it's done anymore.

Some people still do that. I'm still one of those. If it's 8 o'clock and I want to watch a program, I will sit down and watch it. I'm probably a dinosaur; I'm a dying breed for sure.

People who are 18, 19, 20 years old are watching television or listening to radio or getting their news when they want to get it. So the challenge for us, and I think that's a nice thing of our strategic plan, is how CBC/Radio-Canada adapts to that new reality. How do we bring all of that numeric, digital broadcasting into our daily operations? What are the challenges of bringing digital into our operation? Nobody is saying, "Well, here's a whole bunch of money to bring more digital to do more web, do more this, do more that." We have to make a decision and say, "Okay, well, let's do a little bit less of this because we need to be doing more of that," and gradually move toward a different way of doing things.

Senator Plett: Clearly this is one of your challenges and probably a fairly large one. What are the top three challenges CBC faces today in the changing media environment?

M. Simoens : Eh bien, c'est assez intéressant. À deux ou trois occasions, nous avons invité environ 12 étudiants de niveau universitaire à parler de leurs sources d'information, de ce qu'ils font et de ce qu'ils écoutent. Comment obtiennent-ils leur matériel d'écoute?

Récemment, en compagnie d'Hubert Lacroix, notre président, Denise et moi avons rencontré un groupe à Fredericton. Il y avait 12 personnes dans la salle. Lorsque nous leur avons demandé qui possédait un téléviseur, personne n'a levé la main. Tout le monde écoute les bulletins de nouvelles ou obtient des actualités sur son téléphone cellulaire ou son téléphone intelligent. Il n'y en a pas un, je crois, qui ait un téléphone traditionnel branché dans le mur. En général, ils ne paient pas le câble, alors, à un certain moment, il y a des répercussions pour CBC et Radio-Canada, et aussi pour d'autres réseaux de télévision qui dépendent des abonnés pour financer leurs activités.

Le fait que les gens ne possèdent plus de téléviseur est assez éloquent. Ceux qui ont un téléviseur l'utilisent en fait pour le brancher à leur ordinateur, afin d'avoir un plus gros écran, mais ils ne regardent pas le bulletin de nouvelles à l'heure du souper ni *Unité 9* à 21 heures ni Rick Mercer le mardi. Ils regardent ces émissions lorsqu'ils le souhaitent.

Cela représente un défi de taille, vu le grand changement pour CBC et Radio-Canada. Nous avons toujours évolué dans un environnement où nous faisons de la radio. Nous diffusons l'émission, et les gens disent : « Ah, il est 20 heures. J'aime cette émission. Je vais regarder ceci et je veux écouter cela. » Cela ne fonctionne plus ainsi.

Il y a encore des gens qui le font. Je suis de ce nombre. S'il est 20 heures et que je veux écouter une émission, je m'assois et je l'écoute. Je suis probablement un dinosaure; ma race est en voie d'extinction, c'est certain.

Les gens âgés de 18, 19 ou 20 ans regardent la télévision ou écoutent la radio ou obtiennent leurs nouvelles quand bon leur semble. Alors, le défi que nous devons tous relever — et je crois que c'est un aspect intéressant de notre plan stratégique —, est de trouver comment adapter CBC/Radio-Canada à cette nouvelle réalité. Comment intégrons-nous toutes ces diffusions numériques à nos activités quotidiennes? Quelles sont les difficultés de l'intégration de la technologie numérique à nos activités? Personne ne dit : « Voilà un tas d'argent pour que vous intégriez davantage la technologie numérique ou l'Internet; faites plus de ceci et faites plus de cela. » Nous devons prendre une décision et dire : « D'accord, nous allons faire un peu moins de ceci, car nous devons faire un peu plus de cela », et, graduellement, nous transformons notre façon de procéder.

Le sénateur Plett : De toute évidence, c'est un défi que nous devons relever, et il est probablement de taille. Quels sont les trois plus grands défis que doit relever Radio-Canada aujourd'hui compte tenu de l'environnement médiatique changeant?

Ms. Wilson: One of the challenges is the continuous reduction of funding and the impacts. At some point those reductions do reach us in the regions, and we have to find ways to contribute and to reduce our resources as a result. It's definitely one of the challenges.

The challenge resulting from that is the sustainability of what we do. Can we sustain what we do today? We strive to do that and we strive to do it in a world and in an ever-changing environment where people consume information and content differently. So there's a huge transformation happening at the same time as we're facing the challenges of reductions in our budgets. But we still have to be able to deliver the content to our audiences and we're committed to doing that. Definitely one of the big challenges is to continue to sustain what we do in the face of the reductions that we see continuously.

Senator Plett: I think what Mr. Simoens said here about the youth clearly has got to be a large one.

If I can build on what you said, Ms. Wilson, I appreciate that when any organization has budget cuts, when there is less money to go around, it has got to be a struggle. I think we all appreciate that, and I'm sure you have an appreciation of this as well. But as Mr. Simoens has said and we have said many times, there are the iPads, the iPhones, all these things.

I concur with what you're saying, Mr. Simoens. Recently, I wanted to watch a certain show, and my administrative assistant said, "Well you can stream it and then plug it into you television." I had no idea what streaming was and I still haven't been able to figure out how to do it. Nevertheless, she does not subscribe to any television and she watches all the movies on a television set but through the iPad.

That being said, that has got to be one of the reasons why there also have to be budget cuts, because there are fewer people on a regular basis watching live television.

The Chair: Please answer the question and at the same time consider it a final statement, because we are running a little late and other witnesses are waiting.

Mr. Simoens: I just want to, if I may, say that I'm not sure that there are fewer people. I think we're able to reach a lot more people now. It's just we're reaching them differently. So it's not less money; it's probably more money that we need to be able to do that.

We have to do our part. I think one of the challenges we have is, like I was saying, how do we take some of the resources, prioritize and move some of that money into a different platform that will bring us to doing exactly what you're saying? What you're suggesting is that we have to get the youth, reach them

Mme Wilson : L'un des défis tient à la réduction constante du financement et aux répercussions. À un certain moment, ces réductions atteignent les régions, et nous devons trouver des façons de contribuer et de réduire nos ressources. Il va sans dire que c'est l'un des défis.

L'un des défis connexes tient à la viabilité de nos activités. Ce que nous faisons aujourd'hui est-il viable? Nous nous efforçons de faire en sorte que oui et nous nous efforçons de le faire dans un monde et dans un environnement en constante évolution où les gens consomment l'information et le contenu différemment. Alors, il y a une énorme transformation qui survient au moment même où nous nous heurtons à des réductions de nos budgets. Mais nous devons toujours être à même d'offrir le contenu à notre auditoire, et nous nous sommes engagés à cet égard. Sans aucun doute, l'un des grands défis consiste à continuer à faire ce que nous faisons malgré les réductions qui nous sont constamment imposées.

Le sénateur Plett : Je crois que ce qu'a dit M. Simoens ici au sujet des jeunes est clairement un facteur important.

Si je peux continuer sur cette lancée, madame Wilson, je comprends que, lorsque des compressions budgétaires sont imposées à une organisation, lorsque l'argent se fait plus rare, c'est difficile. Je crois que nous comprenons tous cela, et je suis certain que vous le comprenez aussi. Mais, comme l'a dit M. Simoens — et comme nous l'avons dit à maintes reprises —, il y a les iPads, les iPhones et toutes ces choses.

Je suis de votre avis, monsieur Simoens. Récemment, je voulais regarder une émission, et mon adjointe administrative m'a dit qu'elle était diffusée en continu en ligne et que je pouvais la faire jouer sur mon téléviseur. Je n'avais aucune idée de ce qu'était la diffusion en continu et je n'ai toujours pas réussi à m'en servir. Néanmoins, elle n'est pas abonnée à un télédiffuseur et elle regarde tous les films sur un téléviseur, mais elle passe par l'iPad.

Cela dit, c'est sûrement l'une des raisons pour lesquelles il doit y avoir des compressions budgétaires, car de moins en moins de gens regardent régulièrement la télévision en direct.

Le président : Veuillez répondre à la question, puis sachez qu'il s'agit d'un mot de conclusion, car nous sommes un peu en retard, et d'autres témoins attendent.

M. Simoens : Je tiens seulement à dire, si vous le permettez, que je ne suis pas certain qu'il y ait moins de gens. Je crois que nous pouvons rejoindre beaucoup plus de gens maintenant. Nous le faisons tout simplement différemment. Alors, nous n'avons pas besoin de moins d'argent; nous avons probablement besoin de plus d'argent pour pouvoir le faire.

Il faut faire notre part. Je crois que l'un des défis que nous devons relever, comme je le disais, est de déterminer comment utiliser certaines des ressources, d'établir des priorités et de transférer certaines sommes vers une plateforme différente qui nous permettra de faire exactement ce que vous disiez. Vous

where they're at, which is a totally different place from where we're at or where we've been. So that is an important thing. It's a very big challenge.

If I may answer the other two priorities, one is that CBC/Radio-Canada be able to step up to the plate and meet the challenge of change. The last thing that we need to have happen is that we become a BlackBerry or *Encyclopaedia Britannica*. They had all this knowledge, knew where things were going but didn't change fast enough and just disappeared or were in trouble. I think it's extremely important for us to make the right decisions and to move along the right path.

The difficulty that we've got, and it's not any different for us than it was for BlackBerry or it is for any private or public company, is that we don't have a crystal ball to know exactly where we're going to be in five, ten or fifteen years. Where is that industry going? The iPad you have didn't exist in 2010. So that technology is changing at a rapid pace. We have to position the public broadcaster properly so that we are able to adapt to whatever the challenge is, whatever the technology is in a timely fashion.

I would say the third challenge that we've got is how do we convince Canadians and how do we convince you that CBC/Radio-Canada, as a public broadcaster, is an essential part of the fabric of this country? I'm totally committed to this. I've spent 38 years working for this company. One of the reasons I chose to do that is because as a franco-Manitoban, I was able to define who I was, to help me be a better Canadian.

We do have challenges and we may have things that we have to make better. We're not perfect, but how do we convince people that CBC/Radio-Canada is essential to this country, to the make-up of the country, to the reflection of who we are as a nation? I think that's one of the big challenges that we've got: How do we convince people that we have to be there?

The Chair: Ms. Wilson?

Ms. Wilson: Thank you very much for giving us this opportunity today. We really appreciate it.

In closing, one thing that I would add to what Richard has said is remembering that local is the lens into the CBC. What we do in these regions is very important. We have to continue to reflect ourselves to the rest of Canada. We do a very good job of that here and we want to continue to do that. I just want to reinforce how important that is for us to remember as you continue with your hearings.

The Chair: Thank you.

Senators, our next witness is John Wesley Chisholm, Creative Director of Arcadia Entertainment, a Halifax-based production company.

avancez que nous devons rejoindre les jeunes là où ils se trouvent, ce qui est tout à fait différent de l'endroit où nous en sommes ou d'où nous venons. Alors, c'est une chose importante. C'est un défi de taille.

Si je peux répondre à la question sur les deux autres priorités, tout d'abord, CBC/Radio-Canada doit être en mesure de relever le défi du changement. La dernière chose dont nous avons besoin, c'est de devenir le prochain BlackBerry ou le prochain *Universalis*. Ces entreprises possédaient ces connaissances, elles savaient quelle direction prenaient les choses, mais elles n'ont pas su changer assez rapidement et ont tout simplement disparu ou ont fait faillite. Je crois qu'il est extrêmement important de prendre les bonnes décisions et d'emprunter la bonne voie.

La difficulté que nous devons surmonter — et les choses ne sont pas pour nous différentes de ce qu'elles étaient pour BlackBerry ou pour toute société ouverte ou fermée —, c'est que nous n'avons pas de boule de cristal pour savoir exactement où nous nous trouverons dans 5, 10 ou 15 ans. Où se dirige cette industrie? L'iPad que vous avez n'existait pas en 2010. Alors, cette technologie change rapidement. Nous devons bien positionner le diffuseur public pour pouvoir nous adapter au changement, quel qu'il soit, quelle que soit la technologie, en temps opportun.

Je dirais que le troisième défi que nous devons relever est de convaincre les Canadiens : comment les convaincre que CBC/Radio-Canada, en sa qualité de diffuseur public, fait partie intégrante de la structure du pays. J'en suis tout à fait persuadé. J'ai passé 38 ans à travailler pour cette société. L'une des raisons pour lesquelles j'ai choisi de le faire, c'est que, en ma qualité de Franco-Manitobain, j'ai pu définir mon identité et devenir un meilleur Canadien.

Il y a des défis à relever, et il y a peut-être des choses que nous devons améliorer. Nous ne sommes pas parfaits, mais comment convaincre les gens que CBC/Radio-Canada est essentielle au pays, à sa composition et au rayonnement de notre identité nationale? Je crois que c'est un des plus grands défis que nous devons relever : convaincre les gens que nous devons rester.

Le président : Madame Wilson?

Mme Wilson : Merci beaucoup de nous donner cette occasion de nous exprimer aujourd'hui. Nous l'apprécions beaucoup.

En conclusion, pour faire suite aux commentaires de Richard, j'aimerais ajouter ceci : il faut se rappeler que c'est l'optique locale qui donne tout son sens à la SRC. Notre travail dans ces régions est très important. Nous devons continuer à faire entendre notre voix au reste du Canada. Nous faisons de l'excellent travail à ce chapitre ici, et nous voulons continuer à le faire. Je veux juste souligner à quel point il est important pour nous que vous gardiez cela en tête pendant vos audiences.

Le président : Merci.

Chers collègues, notre prochain témoin est John Wesley Chisholm, directeur artistique d'Arcadia Entertainment, maison de production de Halifax.

Senator Greene and Senator Cordy have been trying to convince us for a long time that Halifax is a great production region, and we're starting to see that with the quality of the witnesses and the presentations we've had.

I know you don't have an opening statement, but I'll just set the stage. We are hoping you can address the issues of independent production companies here in the region and how they relate to the changing environment that Radio-Canada has to go through. How do you relate that to the CBC and how do you see the future of broadcasting for CBC not only based out of Halifax but as a Canadian organization?

John Wesley Chisholm, Creative Director, Arcadia Entertainment: I would love to do that. Thank you all very much for asking me here today.

I think the best way for me to start would be to boast for a couple of minutes about my company and what we do and then connect that to CBC, if that sounds okay with you.

The Chair: It does.

Mr. Chisholm: My name is John Wesley Chisholm and I am Creative Director of Arcadia Entertainment here in Halifax. We're a factual entertainment company, so we produce the kinds of shows you would see on Discovery Channel, History, National Geographic and so on.

About three weeks ago I was getting ready to go to Cannes, to the world's largest television sales market, and I got a note from your clerk asking if I wanted to come down and say something. I thought surely by the time I get back from Cannes I'll have something smart to say. I arrived back home yesterday and I'm not sure that I do. It remains to be seen.

The company I have has produced in the last 13 years about 320 hours of factual television for the world. Our business plan is to find stories here in the Maritimes that would be of interest to Canada and to the world. Through National Geographic and Discovery Channel, our shows are on the air in over 100 countries and in over 26 languages. I have 30-plus full-time, permanent employees; it's the way our business is structured. We do about \$6 million or \$7 million worth of business a year and the business is growing about 10 per cent a year.

Last year we won the Canadian Screen Award for top documentary; that's the highest award in Canada. We had an Emmy award nomination, and just before I left to go to Cannes, I won the Ernest & Young Entrepreneur of the Year Award for my work in this business. So we're having a really good time. We make shows about Maritime subjects for Canada and for the

Le sénateur Greene et la sénatrice Cordy essaient depuis longtemps de nous convaincre que Halifax est un excellent lieu de production, et nous commençons à le constater grâce à la qualité des témoins et de leurs exposés.

Je sais que vous n'avez pas de déclaration préliminaire, alors je vais juste préparer le terrain. Nous espérons que vous pourrez aborder les questions qui touchent les maisons de production de la région et tracer des parallèles entre leur situation et l'environnement changeant avec lequel Radio-Canada doit composer. En quoi cela s'apparente-t-il à la situation du radiodiffuseur public, et quelle est votre vision de l'avenir de la diffusion pour la SRC, non seulement pour son bureau à Halifax, mais aussi pour l'ensemble de cette organisation canadienne?

John Wesley Chisholm, directeur artistique, Arcadia Entertainment : Je serais ravi de répondre à vos questions. Merci beaucoup de m'avoir invité à comparaître ici aujourd'hui.

Je pense que le meilleur moyen de commencer mon témoignage serait de prendre deux ou trois minutes pour vanter mon entreprise et le travail qu'elle réalise, puis de relier cela à la CBC. J'espère que cela vous convient.

Le président : Oui.

M. Chisholm : Je m'appelle John Wesley Chisholm et je suis directeur artistique d'Arcadia Entertainment, une entreprise de Halifax. Nous nous spécialisons dans le divertissement factuel, c'est-à-dire que nous produisons des émissions que vous pourriez voir à des chaînes comme Discovery Channel, History, National Geographic, et cetera.

Il y a environ trois semaines, je me préparais à aller à Cannes, à la plus grande foire de vente de contenu télévisuel du monde, et j'ai reçu une note de votre greffier me demandant si je souhaitais venir ici pour prendre la parole. J'étais convaincu que je trouverais quelque chose d'intelligent à dire d'ici mon retour de Cannes, mais je suis revenu hier et je ne suis pas certain d'avoir des observations éclairées à formuler. Cela reste à voir.

Au cours des 13 dernières années, mon entreprise a produit environ 320 heures d'émissions de télévision factuelle pour la planète. Notre plan d'affaires consiste à trouver des histoires d'ici — des Maritimes — qui sont susceptibles d'intéresser le Canada et le reste du monde. Grâce aux chaînes National Geographic et Discovery Channel, nos émissions sont diffusées dans plus de 100 pays et adaptées en plus de 26 langues. J'ai plus de 30 employés permanents à temps plein; c'est ainsi qu'est structurée notre entreprise. Notre chiffre d'affaires annuel est d'environ 6 ou 7 millions de dollars, et il augmente d'environ 10 p. 100 par année.

L'an dernier, nous avons remporté le prix Écrans canadiens du meilleur film documentaire. C'est la plus haute distinction du genre au Canada. Nous avons été mis en nomination pour un prix Emmy, et, juste avant que j'aille à Cannes, j'ai gagné le prix Ernst & Young de l'entrepreneur de l'année pour mon travail dans ce domaine. Bref, nous avons beaucoup de plaisir. Comme

world, so you would think that I would be very interested in CBC and what's going on and they would probably be one of our customers. They're not and we're not.

Before I came down here I went through the building and talked to everybody at the company and said, "What do we think about CBC?" And it was a lot of blank conversations; no one thought anything; none of us had any opinions. We don't do business with CBC. My main job is pitching shows. I propose show ideas to broadcasters, so as part of my job I try to meet with CBC and pitch them. I would say six times a year I approach them to try and talk about shows.

To date, in the 17 years I've been in this business and the 13 years I've had this company, I've succeeded one time, we've sold them one show. And that's a failure rate that's astronomical. I would have a 99 per cent failure rate if my job was to pitch shows to CBC.

So how do we get our shows out there? Well, we work for other commercial broadcasters in Canada whose audience for our shows is equivalent to CBC's audience but pay 10 times as much in license fees and are 10 times more supportive, but most importantly are infinitely more accessible to us. We simply can't get through the Catch-22 maze of bureaucracy at CBC to talk to people about what we think shows should be.

So my success is zero. I have nothing to say about CBC because they're not part of my business. Nobody who works for me, nobody I know depends on them or watches the channels. We're talking about CBC TV.

We hear a lot of talk about what CBC was. I am the oldest person in my company by far — it's a young company — and nobody cares much about what CBC was. We care of course about what CBC will be, but no one sees a vision.

Ironically, we sell a lot more shows to BBC than we do to CBC, and we care about them intensely; we understand them very well. This morning, as I was gathering information, I looked at the CBC and BBC Wikipedia page. The BBC page is amazing. It's transparent. It explains the mission, what they do, where their money comes from and goes. It's very clear. The CBC page is just murky.

The folks who were just up here were fretting about technological change and whatnot. I think that's a very old-time concern. I live in a world of story wars and I think we all live in an age of story wars. The people with the best stories win. If you want to find the future success of any storytelling organization, you just tell the best stories; that's what you have to do. If CBC is

nous produisons des émissions sur des sujets liés aux Maritimes pour le Canada et le monde, on pourrait penser que je suis très intéressé par la CBC et ce qui se passe chez elle, et qu'elle serait probablement un de nos clients. Mais ce n'est pas le cas.

Avant d'arriver ici, j'ai fait le tour de nos locaux et j'ai posé cette question à tous mes employés : « Que pensez-vous de la CBC? » Et il y a eu beaucoup de silences; personne ne savait quoi en penser; personne n'avait d'opinion. Nous ne faisons pas affaire avec cette organisation. J'ai surtout comme travail de proposer des émissions. Je propose des idées d'émissions aux diffuseurs, et c'est pourquoi j'essaie de rencontrer des responsables de la CBC afin de leur proposer nos productions. Je dirais qu'il m'arrive environ six fois par année de les aborder pour discuter d'émissions.

À ce jour, en 17 ans de carrière dans le domaine et en 13 ans d'exploitation de mon entreprise, j'ai réussi une seule fois à vendre une émission à la CBC. C'est un taux d'échec astronomique. Si mon seul travail était de lui proposer des émissions, j'aurais un taux d'échec de 99 p. 100.

Comment tirons-nous notre épingle du jeu avec nos émissions? Eh bien, nous travaillons pour des diffuseurs commerciaux canadiens qui ont un public équivalant à celui de la CBC, mais qui paient des droits de licence 10 fois plus élevés et qui nous soutiennent 10 fois plus, sans compter — et c'est encore plus important — qu'ils sont infiniment plus accessibles pour nous. Nous n'arrivons tout simplement pas à nous retrouver dans l'inextricable labyrinthe bureaucratique de la CBC pour discuter avec les personnes concernées de notre vision de la programmation.

Je n'ai donc eu aucun succès avec la CBC. Je n'ai rien à dire à son sujet parce que je ne fais pas affaire avec elle. Aucun de mes employés ni de mes connaissances ne dépend d'elle ou ne regarde ses chaînes. Je parle du volet télévisuel de la CBC.

On entend beaucoup parler de ce qu'était la CBC autrefois. Je suis — et de loin — la personne la plus âgée de mon entreprise — elle est jeune —, et personne ne s'intéresse vraiment au passé du radiodiffuseur public. Nous nous soucions évidemment de ce qu'il deviendra, mais personne n'y perçoit de vision.

Paradoxalement, nous vendons beaucoup plus d'émissions à la BBC qu'à la CBC, et nous sommes très attachés au radiodiffuseur britannique; nous le comprenons très bien. Ce matin, alors que je recueillais de l'information, je suis allé consulter les pages Wikipédia de la CBC et de la BBC. Celle de la BBC est fantastique. Elle est transparente. Elle explique la mission du radiodiffuseur, ses activités, son financement et ses dépenses. Tout est très clair. La page de la CBC, quant à elle, n'est pas claire du tout.

Les témoins qui viennent de comparaître s'inquiétaient des changements technologiques et d'autres aspects du genre. À mon avis, c'est de l'histoire ancienne, ce genre de préoccupations. Je vis dans un monde de guerre d'histoires, et je pense que c'est ce qui caractérise notre époque. Pour gagner, il faut trouver la meilleure histoire. Pour assurer le succès futur de toute organisation axée

to see a future, it just has to concern itself with stories — not bureaucracy, not buildings, not technology, not blah, blah, blah multi-platform. It is now as it ever was since we all huddled around fires in savannas in Africa: The person who tells the best stories wins. It's very simple.

I think I'll stop there.

Senator Plett: Thank you Mr. Chisholm. How do you measure success in your company?

Mr. Chisholm: My success?

Senator Plett: You don't measure it with selling to CBC. How do you measure success?

Mr. Chisholm: My company measures success really simply. Success is defined as a long-running, returnable series that we can make here at home with great characters. That's the foundation of our business.

Senator Plett: So success is somebody wanting to watch what you put out there.

Mr. Chisholm: It's true.

Senator Plett: So we could say that CBC's success or lack of it would also depend on their market share or how many people want to watch it. Would that be a fair statement?

Mr. Chisholm: If folks aren't interested in the stories you're telling, you're not successful.

Senator Plett: Why do you care? You say you care about what CBC will be but you don't care about what they were. Why care what they will be?

Mr. Chisholm: Because we might get to tell some stories successfully to the folks, and that's our interest.

Senator Plett: How actively are you pursuing CBC?

Mr. Chisholm: That's a good question and I thought about that coming down here. I must admit, I'm getting worn out. I pitched CBC a show yesterday and I'll pitch them another show next week, so say 12 times a year I pitch a show. These aren't shows that are wild ideas; these are the shows that National Geographic, International Discovery, PBS, BBC, ITV, Channel 4 have already bought and I'm circling back around and saying, "CBC, would you be interested?"

To give a concrete example, we have a series called "Hope for Wildlife." It's about a wildlife rescue and rehab center here on the Eastern Shore of Nova Scotia. You may see some DVDs kicking around up there. It's conveniently run by a woman named Hope and it's a very popular series. It's on the air in 27 countries. It's going into its seventh season, but it's not on the air here in the Maritimes. I've gone so far as to go to CBC and say, "You can

sur le récit, il faut simplement lui trouver les meilleures histoires; voilà ce qu'il faut faire. Si la CBC veut avoir un avenir, elle doit se soucier uniquement de ses histoires — pas de la bureaucratie, pas de ses immeubles, pas des technologies, pas de ce babillage sur le multiplateformes. Il en est ainsi depuis que les humains se regroupent autour d'un feu dans la savane africaine : c'est la personne qui raconte les meilleures histoires qui gagne. C'est très simple.

Je pense que je vais m'arrêter là.

Le sénateur Plett : Merci, monsieur Chisholm. Comment mesurez-vous le succès dans votre entreprise?

M. Chisholm : Mon succès?

Le sénateur Plett : Vous ne le mesurez pas en fonction de vos ventes à la CBC. Comment le mesurez-vous?

M. Chisholm : Mon entreprise a une façon très simple de le mesurer. Le succès pour nous, c'est avoir une série durable et rentable, avec d'excellents personnages, que nous pouvons produire chez nous. Voilà la base de notre maison de production.

Le sénateur Plett : Donc, le succès pour vous, c'est d'avoir un public qui veut regarder vos émissions.

M. Chisholm : En effet.

Le sénateur Plett : Alors, on pourrait dire que le succès ou l'absence de succès de la CBC dépend aussi de ses parts de marché ou du nombre de personnes qui veulent regarder ses émissions. C'est juste?

M. Chisholm : Si les gens ne sont pas intéressés par nos histoires, alors nous n'avons pas de succès.

Le sénateur Plett : Pourquoi est-ce important pour vous? Vous dites que vous vous souciez de l'avenir de la CBC, mais pas de son passé. Pourquoi vous souciez-vous de son avenir?

M. Chisholm : Parce que nous pourrions peut-être réussir à raconter des histoires au public, et c'est ce qui nous intéresse.

Le sénateur Plett : À quel point cherchez-vous activement à vendre vos émissions à la CBC?

M. Chisholm : C'est une bonne question, et j'y ai d'ailleurs réfléchi en chemin. Je dois admettre que cela commence à m'épuiser. J'ai proposé une émission à la CBC hier et je lui en proposerai une autre la semaine prochaine; je dirais que je fais cela une douzaine de fois par année. Ce ne sont pas des émissions saugrenues; ce sont des émissions qui ont déjà été achetées par National Geographic, International Discovery, PBS, la BBC, ITV et Channel 4, et que je soumetts de nouveau aux responsables de la CBC, au cas où elles les intéresseraient, cette fois.

Je vais vous donner un exemple concret : nous avons une série intitulée *Hope for Wildlife*. Elle porte sur un centre de sauvetage et de réadaptation de la faune de la côte Est de la Nouvelle-Écosse. Vous verrez peut-être des DVD de la série traîner là-haut. Le centre est géré par une femme nommée Hope — quelle coïncidence! —, et la série est très populaire. Elle est diffusée dans 27 pays. Elle en sera à sa septième saison, mais elle n'est pas

have it for free. Just meet with me, talk to me, watch the show that the world is watching and the rest of Canada. It's on Oasis; it's on Knowledge Network in B.C." It's the top-rated show on Knowledge Network in British Columbia, but it's not here in the Maritimes. I couldn't get a meeting, so I have no idea what they think or thought of that idea. I got no response.

Senator Plett: I have another question, but I do at least want to make a comment, Mr. Chair. I know that our Library of Parliament research analyst is taking scrupulous notes. I find it quite strange that an organization that keeps on pounding the pulpit about Canadian content, when presented with an opportunity to buy some Canadian content, or even get some Canadian content for free, would turn it down.

Mr. Chisholm: I won't say they turned it down. I said they did not respond; I could not get a contact.

Senator Plett: Fair enough. That, I would say, is almost the same thing.

Where do you try to sell? Do you go mostly here in Atlantic Canada or do you go to Toronto, do you go to Montreal?

Mr. Chisholm: We sell television to the world. As I say, I just came back from Cannes, from the world's television market —

Senator Plett: No, I mean CBC.

Mr. Chisholm: Oh, CBC. Well, here in Halifax.

Senator Plett: Okay. Continue with what you were saying.

Mr. Chisholm: We sell to the world. I just came from a market where we sold shows to National Geographic and PBS, Nova Science series.

Senator Plett: Who is your biggest customer in Canada?

Mr. Chisholm: Oasis. Blue Ant Media Company was recently put together by Michael MacMillan. We work in an output deal with them and supply them with going on 30 hours a year of television.

Senator Plett: Well, we might have some questions for CBC on this matter, Mr. Chair. Thank you very much.

The Chair: Too bad the sequence was not reversed.

Senator Plett: Right.

The Chair: Senator Cordy?

diffusée dans les Maritimes. Je suis allé jusqu'à dire à la CBC : « Vous pouvez l'avoir gratuitement. Vous n'avez qu'à me rencontrer, à discuter avec moi et à regarder l'émission que regardent les gens dans d'autres pays et d'autres régions du Canada. Elle est présentée à Oasis; elle est présentée au Knowledge Network, en Colombie-Britannique ». C'est l'émission la plus populaire de ce réseau là-bas, mais elle n'est pas présentée dans les Maritimes. Je n'ai pas pu obtenir de réunion, alors je ne sais pas du tout ce que la CBC pense ou a pensé de cette idée. On ne m'a pas répondu.

Le sénateur Plett : J'ai une autre question, mais je veux d'abord faire au moins un commentaire, monsieur le président. Je sais que notre analyste de la Bibliothèque du Parlement prend tout en note méticuleusement. Il m'apparaît plutôt étrange qu'une organisation qui ne cesse de prêcher l'importance du contenu canadien refuse une occasion d'en acquérir, même gratuitement.

M. Chisholm : Je ne dirais pas que la CBC a refusé notre émission. J'ai dit qu'elle n'a pas répondu à notre proposition; qu'on n'a pas communiqué avec moi.

Le sénateur Plett : D'accord. C'est presque la même chose, selon moi.

Où essayez-vous de faire des ventes? Est-ce surtout ici, dans le Canada atlantique? Allez-vous à Toronto, à Montréal?

M. Chisholm : Nous vendons des émissions de télévision dans le monde entier. Comme je l'ai dit, je reviens tout juste de Cannes, de la foire de la télévision mondiale...

Le sénateur Plett : Non, je parle de la CBC.

M. Chisholm : Oh, la CBC. Eh bien, ici, à Halifax.

Le sénateur Plett : D'accord. Poursuivez.

M. Chisholm : Nous vendons nos productions à l'échelle internationale. Je reviens d'une foire où nous avons vendu des émissions à National Geographic et à PBS, pour la série *Nova Science*.

Le sénateur Plett : Qui est votre principal client au Canada?

M. Chisholm : Oasis. L'entreprise Blue Ant Media a récemment été lancée par Michael MacMillan. Nous essayons d'en arriver à un accord avec elle pour lui fournir 30 heures de télévision par année.

Le sénateur Plett : Eh bien, nous avons peut-être des questions à poser à la CBC à ce sujet, monsieur le président. Merci beaucoup.

Le président : Dommage que les comparutions se soient déroulées dans cet ordre.

Le sénateur Plett : Oui.

Le président : Madame la sénatrice Cordy?

Senator Cordy: I think that you've clarified your position. Congratulations on such a great company. I'm from Nova Scotia, by the way. I live in Dartmouth. I've heard of Arcadia Productions, but I didn't realize that you are so large.

Mr. Chisholm: We don't have a sign because we don't have a customer within a thousand miles to see the sign.

The Chair: I'm going through your website as you speak; very interesting products. I'm surprised that CBC has not found some shelf life for them.

Mr. Chisholm: Sure.

By the way, we started with the idea that we would make shows about the ocean, and the joke reason was that Michael Donovan and DHX were taking up so much room on land that there was no space left, so we would just go out into the sea. That helped us hone our storytelling skills and still probably half our content is ocean adventure stories. I'm very excited to be coming home from the market with a new ocean adventure series that we're going to make here in Nova Scotia.

Senator Cordy: I do have a question. We do have "Theodore Tugboat," though. Would that be classified as ocean?

You spoke about the maze of bureaucracy at CBC. How challenging is it to make your pitch and to get a response within a reasonable period of time?

Mr. Chisholm: Well, it's infinitely challenging; it just plain doesn't work. As I told you, in 17 years of doing this, I've sold one program. That one program, by the way, was called "Polar Bear's Longest Summer" with "The Nature of Things," and that got an Emmy Award nomination, won the two Canadian Screen Awards and was the top program. You would think now I would have an in with that, but it's still very difficult to get them on the phone and I have no real contact since.

Senator Cordy: So who would ultimately make the decision on that? You talked about the bureaucracy. Would it be Halifax CBC, Atlantic CBC or would it have to go to Toronto?

Mr. Chisholm: The one success we had was going directly to see the folks at "The Nature of Things," Ironically we met them in Washington, D.C., at a conference, where somehow we cornered them and convinced them to look at our idea.

Senator Cordy: I, too, wish that you had been appearing before the CBC earlier because I find this disconcerting, to say the least. You've got award-winning productions based in Halifax and we want Canadian stories told to Canadians. So we can have a story

La sénatrice Cordy : Je pense que votre point de vue est clair. Félicitations pour votre formidable entreprise. Je viens moi-même de la Nouvelle-Écosse, au fait. J'habite à Dartmouth. J'avais entendu parler des productions Arcadia, mais j'ignorais que vous aviez un succès d'une telle ampleur.

M. Chisholm : Ce n'est pas apparent, car nous n'avons aucun client à mille kilomètres à la ronde.

Le président : Je visite votre site web en ce moment même; vos produits sont très intéressants. Je suis étonné que la CBC ne vous ait pas acheté d'émission.

M. Chisholm : Oui.

Au fait, notre idée initiale était de produire des émissions sur l'océan, et nous disions à la blague que c'était parce que Michael Donovan et DHX prenaient trop de place sur la terre ferme et que nous n'avions pas d'autre endroit où aller. Cela nous a aidés à peaufiner notre sens du récit, et je dirais qu'encore aujourd'hui, environ la moitié de notre contenu porte sur des aventures en mer. Je suis ravi d'être rentré de la foire avec un nouveau projet de série dans la même veine que nous allons produire ici même, en Nouvelle-Écosse.

La sénatrice Cordy : J'ai une question. Nous avons bien *Theodore le remorqueur*. Est-ce que cette émission compte comme une série sur l'océan?

Vous avez parlé du labyrinthe bureaucratique de la CBC. À quel point est-il difficile pour vous de proposer une émission et d'obtenir une réponse dans un délai raisonnable?

M. Chisholm : Eh bien, c'est infiniment difficile; c'est carrément infaisable. Comme je vous l'ai dit, en 17 ans de carrière, j'ai vendu une seule émission. Et au fait, c'était *Polar Bear's Longest Summer*, diffusée dans le cadre de la série *The Nature of Things*, et elle a été mise en nomination pour un prix Emmy, elle a gagné deux prix Écrans canadiens et elle était l'émission la plus populaire. On pourrait penser que j'ai maintenant mes entrées à la CBC grâce à cela, mais il est encore très difficile pour moi de parler à un responsable au téléphone, et je n'ai pas eu de vrai contact avec le radiodiffuseur public depuis.

La sénatrice Cordy : Alors, au bout du compte, qui prend la décision? Vous avez parlé de la bureaucratie. Est-ce le bureau de la CBC à Halifax, celui de l'Atlantique, celui de Toronto?

M. Chisholm : La seule chose qui a fonctionné pour nous, ça a été d'aller voir les responsables de *The Nature of Things*. Le comble, c'est que nous les avons rencontrés à Washington D.C., lors d'une conférence. Nous les avons acculés au mur et convaincus d'examiner notre idée.

La sénatrice Cordy : Moi aussi, j'aurais aimé que vous comparaisiez avant les représentants de la CBC, car je trouve vos commentaires déconcertants, c'est le moins qu'on puisse dire. Vous produisez des émissions primées à Halifax, et nous voulons

about polar bears sold to Atlantic Canadians or Atlantic CBC but not one based on an animal shelter on the Eastern Shore.

Mr. Chisholm: “Polar Bear” is a great example. Before Canada, we had National Geographic International, National Geographic US, Universal Blu-ray releasing for the DVDs. We even sold it to S4C in Wales before we were able to get the attention of the CBC folks. They came in at the very last.

I will just point out regarding financing that they got the show for 10 cents on the dollar, and that seems to be the only possible way to do it. So my free economics was not just drawn out of a hat; that’s the price that seems to be the going price.

Lots of folks talk about the \$1.5 billion. My background is in finance, so I always ask myself when I hear numbers, “Is that a big number?” I don’t think it is a big number relative to the federal budget of Canada. But it’s also a deceivingly small number because the CBC, when they buy from independent producers, they’re leveraging their money. In this case it was something like 10 cents on the dollar that they got the show for, and it also had the Nova Scotia film tax credit, the federal film tax credit, CMF or Canadian Media Fund money and all the international broadcasters came in before they came in. Depending on your point of view, CBC is actually drawing on a lot more Canadian money than people think when they quote the \$1.5 billion or they’re very shrewdly buying stuff dirt cheap. They’re buying dollars for 10 cents.

The one strand that’s operational in my genre here in Nova Scotia is “Land and Sea.” We’ve often gone in and, you know, offered to do “Land and Sea” packages, but the price they’re offering per hour is less than one tenth what a commercial broadcaster in Canada would offer for the same size audience, for the same program. So we simply just won’t do business with them. You have to have some self-respect.

Senator Cordy: You said you’re the oldest worker in your company?

Mr. Chisholm: Yes.

Senator Cordy: Where do you get your workers from? Atlantic Canada or from all around?

Mr. Chisholm: I make them.

Senator Cordy: You make them?

Mr. Chisholm: I hire local people, the smartest and nicest people I can find, and then train them to do whatever it is we want them to do. The technology in the years that I’ve been at it has been changing so fast and so rapidly, any kind of university

des histoires canadiennes pour la population du pays. Alors, des histoires sur des ours polaires peuvent être vendues au public du Canada atlantique ou au bureau de la CBC de la région, mais pas une histoire sur un refuge animalier de la côte Est.

M. Chisholm : *Polar Bear* constitue un excellent exemple. Avant même que l’émission soit achetée au Canada, National Geographic International, National Geographic US et Universal Blu-ray l’offraient sur DVD. Nous l’avons même vendue à S4C, dans le pays de Galles, avant de réussir à attirer l’attention des responsables de la CBC. Ils ont été les derniers à s’y intéresser.

En ce qui a trait au prix de vente, j’aimerais juste préciser qu’ils ont obtenu l’émission pour 10 p. 100 du prix coûtant; cela semblait être la seule façon d’arriver à une entente avec eux. Alors, les chiffres que je vous ai fournis, je ne les invente pas, c’est le genre de prix qu’ils semblent être disposés à payer.

Bien des gens parlent du montant de un milliard et demi de dollars. Comme j’ai fait des études en finance, je me pose toujours cette question quand j’entends un chiffre : « Est-ce un montant élevé? » Compte tenu du budget du gouvernement fédéral, je ne pense pas. Mais c’est aussi un montant étonnamment petit, car lorsque la CBC achète des émissions de producteurs indépendants, elle cherche à faire des économies. Dans ce cas-ci, elle a acquis l’émission pour 10 p. 100 du prix coûtant, et je tiens compte des crédits d’impôt pour production cinématographique de la Nouvelle-Écosse et du gouvernement fédéral ainsi que du financement versé par le FMC, le Fonds aux médias du Canada. Et elle l’a acquise après tous les diffuseurs internationaux. Tout dépendant de votre point de vue, soit la CBC utilise ce milliard et demi de dollars beaucoup plus efficacement que les gens le pensent, soit elle obtient habilement des émissions pour une bouchée de pain. Elle paie dix cents pour avoir un dollar.

Le seul créneau fonctionnel pour le genre d’émissions que je produis ici, en Nouvelle-Écosse, c’est le créneau « terre et mer ». Il nous est souvent arrivé d’aller voir la CBC pour lui proposer des forfaits « terre et mer », mais le montant qu’elle nous offrirait par heure équivalait à moins du dixième de ce qu’offrirait un diffuseur commercial au Canada pour la même émission et pour un public de la même ampleur. C’est pourquoi nous ne faisons tout simplement pas affaire avec elle. Il faut se respecter, tout de même.

La sénatrice Cordy : Vous avez dit que vous étiez la personne la plus âgée au sein de votre entreprise?

M. Chisholm : Oui.

La sénatrice Cordy : D’où viennent vos employés? Du Canada atlantique ou d’ailleurs?

M. Chisholm : Je les forme.

La sénatrice Cordy : Vous les formez?

M. Chisholm : J’engage des gens de la région — les plus brillants et les plus gentils que je peux trouver —, et je leur apprends à faire le travail souhaité. Comme la technologie évolue très rapidement depuis que j’ai commencé ma carrière, les gens

courses or experienced industry people just are a bag of bad habits and problems. It's easier to create great workers from nice, smart people. That's where we find them. Happily the Maritimes is filled with nice, smart people.

Senator Cordy: And I agree with you.

Senator Plett: If I can follow up on that question, where did you train? What's your background?

Mr. Chisholm: That's a very interesting question. To make it as short as possible, my degree is in finance and I am currently doing a masters at the London School of Economics as a sidebar.

When I got out of university, I was offered a record deal with Universal Music with the rock band I have. So as short as possible, accountant plus rock star equals TV producer.

The Chair: We hope you will be following our hearings because I'm quite sure that Senator Plett, Senator Cordy, Senator Unger and myself will probably be passing on some of the questions that you posed today about being a success around the world but not being a success with CBC. We have many people from the CBC coming in front of us over the next few weeks and months, and we will certainly try to get some answers that you didn't get.

Mr. Chisholm: Cheers. Good luck with that.

The Chair: Thank you very much.

Our next witness, senators, is John Young, a lawyer with Boyne Clark LLP.

Please proceed.

John A. Young, Q.C., Lawyer, Boyne Clarke, LLP, Lawyers: Mr. Chairman, senators, thank you very much. It's a pleasure to be here. I'm listed on your documents as being a lawyer, but I think I should say that for a 10-year period, from 1976 to 1986, I was a member of the Board of Directors of the CBC, the executive committee, and I was chairman of the CBC pension fund. By point of reference the presidents in those days were Al Johnson and Pierre Juneau. Although I've had no direct relationship with the CBC since then, I'm a citizen and I pay attention and I watch.

I want to look at this more from a macro point of view than a micro point of view because it's my experience in dealing with issues involving the CBC that everybody always speaks about it from their own personal viewpoint about a particular thing they

qui ont suivi des cours à l'université et les travailleurs expérimentés de l'industrie ont plein de mauvaises habitudes qui engendrent plein de problèmes. Il est plus facile de former des gens gentils et brillants pour en faire d'excellents employés. C'est ainsi que nous trouvons notre main-d'œuvre. Par chance, il y a plein de personnes gentilles et brillantes dans les Maritimes.

La sénatrice Cordy : Je suis d'accord avec vous.

Le sénateur Plett : J'ai une question connexe : où avez-vous appris les rudiments de votre métier? Quels sont vos antécédents scolaires et professionnels?

M. Chisholm : Votre question est très intéressante. Pour être bref, je dirais que j'ai un diplôme en finance et que, parallèlement à ma carrière, je suis actuellement inscrit à un programme de maîtrise à la London School of Economics.

Après avoir obtenu mon diplôme, j'ai reçu une offre de Universal Music pour faire un disque avec mon groupe de rock. Donc, pour faire court, je dirais qu'un comptable croisé avec une vedette rock, ça donne un producteur de télé.

Le président : Nous espérons que vous suivrez nos audiences, car je suis pas mal certain que le sénateur Plett, la sénatrice Cordy, la sénatrice Unger et moi-même allons probablement poser certaines questions que vous avez soulevées aujourd'hui concernant le succès que vous avez obtenu à l'échelle internationale, mais pas auprès de la CBC. Un bon nombre de représentants du radiodiffuseur public comparaitront devant le comité au cours des prochaines semaines et des prochains mois, et nous essaierons assurément d'obtenir certaines réponses que vous n'avez pas réussi à avoir.

M. Chisholm : Merci. Bonne chance.

Le président : Merci beaucoup.

Notre prochain témoin, chers collègues, est John Young, un avocat qui travaille pour le cabinet d'avocats Boyne Clarke.

Monsieur, c'est à vous.

John A. Young, c.r., avocat, cabinet d'avocats Boyne Clarke, s.r.l. : Monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs, merci beaucoup. Je suis ravi d'être ici. Il est indiqué dans vos documents que je suis avocat, mais je devrais probablement préciser que j'ai siégé pendant 10 ans, de 1976 à 1986, au conseil d'administration — au comité de direction — de la SRC et que j'ai été le président du fonds de pension de cette organisation. À titre indicatif, sachez que les présidents à cette époque étaient Al Johnson et Pierre Juneau. Bien que je n'aie eu aucune relation directe avec la CBC depuis ce temps, je suis un citoyen qui suit la situation de près et qui regarde les émissions du radiodiffuseur public.

Je veux examiner la situation globalement plutôt que m'attacher à des détails, car, d'après mon expérience, quand il est question de sujets touchant la SRC, les gens qui prennent la parole expriment toujours leur point de vue personnel d'un aspect

either like or dislike at a given point in time. The CBC and its many services and languages impact all of us at a given point in time, both negatively and positively.

It does strike me that the challenge for the CBC has not changed since Prime Minister Bennett and the government of the day and the Parliament of the day created the public broadcaster. Although the technology and the economy have obviously changed, the challenge for broadcasting has not. The original raison d'être still applies, and that is how do you get a Canadian voice and Canadian stories on the air when you have this dominant voice to the south that either could constrain the French language broadcaster historically and certainly overwhelm the English language broadcaster?

The issue then is, in today's terminology, private broadcasters are having a difficult time as it is. So does the CBC. Broadcasting is changing very dramatically because of technology and the regulatory environment. I think that the fundamental challenge facing the CBC is the same: How do you get programs on the air and who is going to pay for them?

The immediate predecessor who spoke this afternoon talked about getting shows on the air, and I think one of the difficulties is nobody has the money to buy shows at the full price. Most television and radio broadcasting today has many partners, and if you go to a film you'll even see that in the theatre. By the time you go through the various production companies that have an interest, everybody has a 5 or 10 per cent interest in the product.

It's a very difficult world for broadcasters because it's changing. One of the difficulties the CBC has and will always have, in my view, because of the parliamentary system is that it is funded annually. For example, unlike a private broadcaster, it can't do the capital expenditures you would require to make fundamental change. If, for example, you want more online and to get out of the transmission business, and I think in the long run they will, which would save them a great deal of money, that requires money. The CBC, unlike a private operator, cannot go to the bank and get a line of credit or get an investor to put up the money is always playing catch-up. That will hamper the CBC's adjustments to the new technologies.

It's also difficult for private broadcasters at the same time, but they have access to capital and the CBC does not. That may be a fundamental weakness that should be looked at over time because if you want to have a national public broadcaster, it needs to be able to fund the structural changes necessary.

en particulier qui leur plaît ou leur déplaît à un moment donné. La SRC et ses nombreux services offerts en diverses langues ont tous un impact sur nous à un certain moment, qu'il soit négatif ou positif.

Je suis étonné de constater que le défi qui se pose à la SRC n'a pas changé depuis la création du radiodiffuseur public par le premier ministre Bennett et le gouvernement de l'époque ainsi que l'ensemble du Parlement. La technologie et l'économie ont manifestement changé, mais pas le défi de la CBC. Elle a toujours la même raison d'être, c'est-à-dire qu'elle doit trouver réponse à cette question : comment faire entendre des voix et des histoires canadiennes en ondes alors qu'il y a une voix dominante au sud qui pourrait limiter le radiodiffuseur français dans une perspective historique et, certainement, écraser le radiodiffuseur anglais?

Le problème, alors, c'est que — pour utiliser l'expression d'aujourd'hui — les diffuseurs privés traversent une période difficile. C'est la même chose pour la SRC. La radiodiffusion subit de profonds bouleversements en raison de la technologie et du contexte réglementaire. Je pense que le défi fondamental de la SRC demeure le même, en ce sens qu'elle doit trouver réponse à ceci : comment doit-elle s'y prendre pour diffuser ses émissions, et qui va payer?

Mon prédécesseur, qui a comparu cet après-midi, a parlé de la diffusion d'émissions, et je pense qu'un des problèmes à surmonter, c'est que personne n'a l'argent pour acheter des émissions au prix coûtant. La plupart des diffuseurs d'aujourd'hui — qu'il s'agisse de télévision ou de radio — ont de nombreux partenaires, et la même chose se voit même au cinéma. Après que vous avez fait le tour des diverses maisons de production intéressées, chacune d'elles finit avec 5 ou 10 p. 100 des parts du produit.

C'est un environnement très difficile pour les diffuseurs, car il est en pleine période de changement. Une des difficultés de la SRC qui ne s'estompera jamais, selon moi, en raison du système parlementaire, c'est qu'elle reçoit un financement annuel. Ainsi, contrairement aux diffuseurs privés, elle ne peut pas faire les dépenses en capital nécessaires pour apporter des changements fondamentaux. Si, par exemple, elle souhaite accroître sa présence en ligne et cesser les transmissions — et je pense que c'est ce qu'elle fera à long terme, car elle pourrait économiser énormément d'argent ainsi —, il faut qu'elle ait les fonds pour le faire. Contrairement à un exploitant privé, la SRC ne peut pas demander une marge de crédit à la banque ou trouver un investisseur qui la financera, et c'est pourquoi elle fait toujours du rattrapage. Il sera donc difficile pour elle de s'ajuster aux nouvelles technologies.

Pour les radiodiffuseurs privés, ce n'est pas une mince affaire non plus, mais ils ont accès à des capitaux, contrairement à la SRC. C'est peut-être une faiblesse fondamentale sur laquelle on devrait se pencher un jour ou l'autre, car un radiodiffuseur public national doit être capable de financer les changements structurels nécessaires.

It's interesting to me that the CBC's websites and online services get enormous attraction. I know just because I have it in my office that I can punch up the news anytime I want. During the Olympics I punched up a little too many sports on occasion. But that's the changing technology; more people are actually listening to and watching all of these things on a variety of different platforms. To fund all of these various platforms is going to take, in my view, more money.

It doesn't necessarily have to come from the Parliament of Canada. It may come from the various funds that are available that were mentioned earlier. It may come from advertising. It may come from paywalls. Many PBS stations in the States now are running paywalls for their online activities. I would not advocate that for the CBC. I don't think the public should be paying twice.

However, I think some imagination is going to have to go into how you capitalize a public broadcaster to be relevant in the future when the changes are going to affect all the broadcasters and make it more and more difficult to get a Canadian voice on the air. The kind of thing that Netflix represents is a good thing for the consumer. It's efficient and it may have an extraordinary adverse impact on private broadcasters and the public broadcaster. To compete with that people are going to have to adjust, and as I say, the adjustment is going to take money.

I don't think that any of us spend enough time focusing on the long-run strategic objective here. It's a national broadcaster. Do you still broadcast locally and regionally? I would argue you should and you must in French and in English, but to do that is extraordinarily expensive, and I'll give you a simple example. In the Maritime provinces, CTV Atlantic, which does a very good job by the way, is down to one station in Halifax and they serve the whole region from one station — New Brunswick, P.E.I. and Nova Scotia. CBC has one in each provincial capital — Charlottetown, Fredericton and Halifax — as well as the French network operating out of Moncton for the region. Those are expensive operations. They're very popular and they get big radio and television audiences. Even CTV would tell you that it's difficult to broadcast in this environment with one station. Because of the competitive environment, the changing technology, the advertising market, it's a very, very difficult job for any broadcaster. The CBC, because it's a public broadcaster, is obligated to do certain things that no private broadcaster should ever be expected to do.

I think that many Canadians, as with a lot of the services we get from government, want maximum service but, generally speaking, don't like paying for them. This is another example of that. Unless people wish to narrowly define the service and

Le fait que les sites Web et les services en ligne de la SRC reçoivent énormément d'attention est intéressant, selon moi. Comme je les consulte moi-même à mon bureau, je sais que je peux aller voir les nouvelles n'importe quand. Durant les Jeux olympiques, il m'est d'ailleurs arrivé de regarder un peu trop de séquences sportives. Mais c'est le fruit de l'évolution technologique : de plus en plus de gens regardent et écoutent divers types de contenus sur différentes plateformes. Et à mon avis, il faudra plus d'argent pour financer ces plateformes.

Le financement n'a pas à provenir du Parlement canadien. Il peut émaner des divers fonds disponibles qui ont été mentionnés plus tôt. Il peut s'agir de revenus de publicité, ou encore de portails payants. Bien des chaînes publiques aux États-Unis ont mis en place de tels portails pour leurs activités en ligne. Je ne recommanderais pas cela à la SRC. Je ne pense pas que le public devrait payer deux fois.

Par contre, je crois que nous devons faire preuve de créativité pour trouver comment financer le radiodiffuseur public afin qu'il conserve sa pertinence dans l'avenir, car les changements toucheront tous les diffuseurs, et il deviendra plus difficile de faire entendre une voix canadienne. Les possibilités offertes par un service comme Netflix sont une bonne chose pour le consommateur. C'est un service efficace, mais il aura peut-être des répercussions extrêmement néfastes sur les diffuseurs privés et le radiodiffuseur public. Pour livrer concurrence à Netflix, ils devront s'ajuster, et, comme je l'ai dit, ces ajustements ont un coût.

Je pense que nous ne consacrons pas assez de temps à réfléchir à l'objectif stratégique à long terme. On parle d'un radiodiffuseur national. Doit-il encore diffuser du contenu aux échelons local et régional? Je suis d'avis qu'il devrait et qu'il doit le faire — en français comme en anglais —, mais cela est extrêmement coûteux. Voici un exemple tout simple : dans les provinces maritimes, CTV Atlantic — qui fait de l'excellent travail, en passant — n'a plus qu'une station à Halifax, et elle dessert toute la région, c'est-à-dire le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et la Nouvelle-Écosse. La CBC compte une station dans chaque capitale provinciale — Charlottetown, Fredericton et Halifax — en plus du réseau d'expression française établi à Moncton qui dessert la région. C'est coûteux, tout ça. Leurs émissions de radio et de télévision sont très populaires et elles attirent un vaste public. Même CTV vous dirait qu'il est difficile de diffuser des émissions dans cet environnement avec une seule station. En raison de la concurrence, des changements technologiques et du marché de la publicité, tous les diffuseurs se trouvent dans une situation fort épineuse. La CBC étant un radiodiffuseur public, elle est tenue de faire certaines choses qu'on n'attendrait jamais d'un diffuseur privé.

Je pense que de nombreux Canadiens, comme c'est le cas avec bien des services gouvernementaux, veulent obtenir un service de la plus haute qualité, sauf qu'ils n'aiment généralement pas payer pour les avoir. En voilà un autre exemple. À moins que les gens

eliminate certain things, you're gradually just going to squeeze the services down so you get fewer programming and more repeats on all of the various networks and stations.

I do think that it's very difficult in the parliamentary environment, but it would be very useful if people could take a longer term view and say, "Okay, where do you want to be in 5 years or 10 years and how do you get there?" Where you are going to be next week is already in the can; there's not much you can do about it. But what do you want from this organization five years from now given their very rapidly changing environment economically and technologically? I think that if somebody would pay attention to that it may end up resulting in a better organization in the long run and a more effective delivery of services that Canadian will need as we go forward in this multiple channel universe that is becoming accessible on my BlackBerry as I sit here.

Thank you.

Senator Plett: Thank you, Mr. Young, for being here.

We're talking about CBC and you at least alluded to CBC competing with people south of the border. They're competing with Global and CTV here and they're losing market share. CTV, you say, has one station in Atlantic Canada and they do everything from one station. CBC, I think we were told earlier, had 10. When you're losing market share, you need to either increase that market share or start cutting back a bit, do you not?

Mr. Young: The answer to that is both yes and no. Market share changes week to week, month to month and year to year. I can remember in the early 1970s that CBC Radio nationwide had a 1 per cent audience. Today it has roughly 10 per cent of the market, which is a huge share of the market nationwide because no other broadcaster can match that. If they were selling ads they'd do very well. I don't think they should, by the way. So one of the reasons why you would lose market share is you're not making the investment to get the market share.

One of the reasons why the private broadcasters in Canada are doing quite well in terms of audience but not quite well financially by the way, generally speaking, unless you're a specialty broadcaster, is that in effect they're just repeating American shows most of the time. I'm not complaining about that. If I was a private broadcaster that's what I would do because that's what your revenue source is. Currently the CRTC of course allows them to substitute advertising in those American shows so that they can gain revenue from it. Whether that changes or not is up to the CRTC, but it's an issue they're now confronting. So if you're broadcasting a very popular U.S. television drama which

souhaitent définir étroitement les services et éliminer certaines choses, il y aura simplement une baisse graduelle des services qui aura pour effet de diminuer le nombre d'émissions et d'augmenter l'homogénéité de la programmation dans l'ensemble des réseaux et des stations.

Je crois que c'est très difficile à faire dans le contexte parlementaire, mais il serait fort utile qu'on adopte une vision à long terme et qu'on se demande : « Bon, où voulons-nous être dans 5 ou 10 ans, et que faire pour y arriver? » Où on sera la semaine prochaine, c'est déjà décidé; il n'y a pas grand-chose qu'on puisse faire. Mais quel avenir veut-on pour cette organisation dans cinq ans, compte tenu des changements économiques et technologiques très rapides qui se produisent? Selon moi, si quelqu'un réfléchissait à cela, la SRC pourrait devenir une meilleure organisation à long terme et dispenser plus efficacement les services dont les Canadiens auront besoin à mesure que nous allons de l'avant dans cet univers multiplateformes auquel je peux accéder en ce moment même avec mon BlackBerry.

Merci.

Le sénateur Plett : Monsieur Young, merci de votre présence.

Nous parlons de la CBC et vous avez au moins fait allusion au fait que la CBC fait concurrence à des gens au sud de la frontière. Elle est en concurrence avec les réseaux Global et CTV, au Canada, et sa part de marché s'effrite. Vous dites que CTV exploite une station dans le Canada atlantique et que tout se fait à partir de cette station. On nous a dit plus tôt, je crois, que la CBC en avait 10. Quand la part de marché fond, il faut soit tenter de l'augmenter à nouveau, soit réduire ses activités, ne pensez-vous pas?

M. Young : Oui et non. La part de marché évolue d'une semaine à l'autre, d'un mois à l'autre et d'une année à l'autre. Je me souviens très bien qu'au début des années 1970, la chaîne radiophonique de la CBC attirait 1 p. 100 du public. Aujourd'hui, elle occupe à peu près 10 p. 100 du marché, ce qui est une part énorme du marché national; aucun autre radiodiffuseur ne peut prétendre à une telle part. Si la chaîne pouvait vendre de la publicité, elle obtiendrait d'excellents résultats. Mais, en passant, je ne crois pas qu'elle devrait faire cela. Donc, l'une des raisons pour lesquelles une chaîne perd des parts de marché, c'est qu'elle ne fait pas les investissements nécessaires pour les conserver.

Une des raisons pour lesquelles les radiodiffuseurs privés du Canada obtiennent d'excellents résultats au chapitre des cotes d'écoute, mais des résultats plutôt décevants sur le plan financier — en passant —, c'est que, de manière générale, sauf dans le cas des chaînes spécialisées, ils ne font essentiellement que rediffuser des émissions produites aux États-Unis, la plupart du temps. Je ne m'en plains pas. Si j'étais un radiodiffuseur privé, c'est ce que je ferais, parce que c'est là que sont les revenus. À l'heure actuelle, bien sûr, le CRTC permet aux radiodiffuseurs de remplacer les publicités diffusées pendant ces émissions américaines afin qu'ils puissent en retirer un revenu. Il revient au CRTC de décider si la

costs \$3 million to \$4 million a week to make and you're trying to produce something for half a million dollars, you're not going to do very well in market share. The trick is you have to invest to get the same bang for your buck.

One of the reasons that the Americans have done very well is they have a huge market both domestically and worldwide and nobody can match it, and it allows them to recover. But most of those American television shows do not make money on their first run on prime time in U.S. networks. They have to sell them overseas. Don't forget: You talked about 10 cents on the dollar; you're paying less than 10 cents on the dollar to buy a one-hour American television show than they are to produce it. So you can get a big bang for your buck domestically by getting a bigger audience. If you want to get a bigger audience you have to invest in programming that's going to attract people.

The CBC also has an obligation to invest in programming that is representative of certain aspects of the country that may not necessarily get massive audiences every hour of the day, but it should be relevant to most Canadians at some time during the day or the week. If you take Radio-Canada, historically it's done extraordinarily well in Quebec because it produces more television shows than almost anybody else in North America. In fact, at the Maison, in the 1990s they produced more French-language television than anybody else in the world, and they were getting big audiences for it and still do. So you need to balance the cost of doing something with the benefit that you'll get from doing it.

Market share in this business is very fickle. If you throw the Olympics on, your market share is going to go up. If you put on a first run American drama, your market share is likely to go up. If you put on a show — without being derogatory — about polar bears, your market share is going to go down. That's why it's on a specialty channel. Specialty channels have a niche audience. Because they get a fee from the cable companies, it's a profitable operation. As you know, Canadian networks have said they like to get a fee from cable companies as well, but there has been no regulatory success at this point. It allows specialty channels to buy television shows that the prime networks will not buy because they have a regularly scheduled revenue stream coming in from you and I as cable subscribers. The Canadian television networks do not get that. They either rely on advertising if you're private or a combination of advertising and public funding if you're the CBC.

situation doit changer, mais c'est un problème qui se pose à l'heure actuelle. Si vous diffusez une série dramatique américaine très populaire dont la production coûte de 3 à 4 millions de dollars par semaine et que vous voudriez produire une émission avec un budget de 500 000 \$, vous n'obtiendrez pas de très bons résultats sur le plan de la part de marché. La solution, c'est d'investir pour combattre à armes égales.

L'une des raisons pour lesquelles les Américains réussissent si bien, c'est qu'ils ont accès à un immense marché national autant qu'international et que personne ne peut les battre sur ce terrain-là; ils peuvent ainsi récupérer leur investissement. Toutefois, la plupart des émissions de télévisions américaines ne sont pas rentables la première fois qu'elles sont diffusées sur les réseaux durant les heures de grande écoute. Les émissions doivent être vendues à l'étranger. N'oubliez pas ceci : vous avez parlé d'un ratio de 10 p. 100; pour acheter une émission de télé américaine d'une heure, vous payez moins 10 p. 100 de ce qu'ils ont payé pour la produire. Vous pouvez obtenir un très haut rendement à l'échelle nationale si vous élargissez votre public. Si vous voulez élargir votre public, vous devez investir dans des émissions qui vont plaire aux gens.

La CBC est également tenue d'investir dans des émissions qui reflètent certains aspects de notre pays qui ne vont pas nécessairement attirer un public nombreux à toute heure du jour, mais qui devraient être pertinents pour la plupart des Canadiens, à un moment quelconque de la journée ou de la semaine. Prenons l'exemple de Radio-Canada; historiquement, elle obtient des résultats extraordinaires au Québec, parce qu'elle produit davantage d'émissions de télévision que quiconque, ou presque, en Amérique du Nord. De fait, la Maison a produit dans les années 1990 davantage d'émissions en français que quiconque dans le monde, des émissions qui ont plu à de larges publics et qui plaisent encore. Il faut donc trouver un équilibre entre le coût des émissions à produire et les avantages que vous allez en retirer.

Dans ce secteur, les parts de marché sont très fluctuantes. Si vous diffusez les Jeux olympiques, votre part de marché va augmenter. Si vous diffusez une émission dramatique américaine en primeur, votre part de marché va probablement augmenter. Si vous diffusez une émission au sujet des ours polaires — et je dis cela sans vouloir dénigrer ce genre de programmation —, votre part de marché va diminuer. Voilà pourquoi ces émissions sont diffusées sur une chaîne spécialisée. Ces chaînes exploitent un créneau bien précis. Étant donné que les câblodistributeurs leur versent des redevances, leur activité est rentable. Comme vous le savez, les réseaux canadiens ont dit qu'ils aimeraient eux aussi recevoir des redevances des câblodistributeurs, mais n'ont pas encore réussi à obtenir de modification réglementaire en ce sens. Cette façon de faire permet aux chaînes spécialisées d'acheter des émissions de télévision que les principaux réseaux n'achèteront pas, car elles jouissent de rentrées d'argent régulières provenant de personnes comme vous et moi en tant qu'abonnés du câble. Les réseaux de télévision du Canada n'y ont pas droit. Ils doivent

Senator Plett: You've mentioned him twice, once during your remarks and now again, Mr. Chisholm right here from Halifax, and you've mentioned his show. I certainly don't disagree with you that probably if somebody is advertising a show about polar bears — even though I'm from Manitoba and there are lots of polar bears there — I might not be the first one to jump to the television set to turn that on. However, we're talking about buying television shows; we're talking about the cost of it. This man was offering award-winning shows to CBC at no cost and they still didn't take it. Now that's got to be a bad business decision.

Mr. Young: I'd like to hear the whole story on all of this.

Senator Plett: So would I.

Mr. Young: I hope you do. I'm impressed by his performance and I do know that they produce very good television shows.

The dilemma for the CBC in some respects and for the other network broadcasters is this question of how niche do you get? Your point about market share, on one hand, in the morning you can run children's programming, as the CBC does, without commercials on television, for example, and you're appealing to a young child audience. But where do you run niche programming if you don't have a specialty channel, which is why all of his shows are on specialty channels, not on CTV, Global or CBC. That's my guess just listening to the description of the kind of programming. That doesn't mean they shouldn't be on the CBC.

Senator Plett: If I can interject for one second, CBC is, to a certain extent, a specialty channel in light of the fact that they are getting the subsidies, in light of the fact that they are being told to run a certain amount of Canadian content that the private broadcaster isn't asked to. So to some degree they are a specialty channel.

Mr. Young: Actually, I disagree with you there and I'll tell you why. First of all, the CBC and private broadcasters have to run Canadian content in the same fashion. They both have a regulatory requirement for Canadian content. Actually both of them get subsidized in different ways from the various production funds that there are to make this Canadian content cheaper to the broadcaster. So if you see a show on CTV or Global, a drama, it will be produced with some element of funds that came from the public, not entirely, but some. So everybody in this industry in Canada is subsidized directly or indirectly, in whole or in part, as it is in most places in the world. This is not unique. Indeed, even in the United States much of it is the same, from state and local subsidies for production.

compter soit sur la publicité, dans le cas des réseaux privés, soit sur une combinaison de publicité et de financement public, dans le cas de la SRC.

Le sénateur Plett : Vous avez prononcé son nom deux fois, d'abord pendant votre déclaration préliminaire et maintenant — M. Chisholm, ici présent, de Halifax —, et vous avez mentionné son émission. Je suis tout à fait d'accord avec vous pour dire que, si on annonçait une émission au sujet des ours polaires — bien que je vienne du Manitoba et qu'il y ait beaucoup d'ours polaires dans cette région —, je ne me précipiterais probablement pas pour allumer le téléviseur. Toutefois, nous parlons d'acheter des émissions de télévision; nous parlons du coût de ces achats. Cet homme offrait gratuitement des émissions primées à la CBC, mais elle a quand même refusé. C'est sûrement une mauvaise décision d'affaires.

M. Young : J'aimerais avoir la version complète de cette histoire.

Le sénateur Plett : Moi aussi.

M. Young : Je l'espère bien. Je suis impressionné par ce qu'il a fait, et je sais que cette boîte produit de très bonnes émissions.

Le dilemme auquel la CBC fait face — dans une certaine mesure — et les autres radiodiffuseurs est le suivant : jusqu'à quel point doit-on investir dans un créneau? Vous avez parlé de la part de marché : le matin, on peut diffuser des émissions pour enfants — comme le fait la SRC — sans publicités, par exemple, et on attire un public composé de jeunes enfants. Mais à quel moment va-t-on diffuser des émissions à créneau, à moins d'être une chaîne spécialisée? C'est la raison pour laquelle toutes les émissions qu'il produit sont diffusées par des réseaux spécialisés plutôt que par CTV, Global ou la CBC. C'est ce que j'ai pensé quand j'ai entendu la description de ce type de programmes. Cela ne veut pas dire que ces émissions ne devraient pas être diffusées par la SRC.

Le sénateur Plett : Si vous me permettez d'intervenir, brièvement, la CBC est dans une certaine mesure une chaîne spécialisée, quand on pense au fait qu'elle reçoit des subventions ou qu'elle est tenue de diffuser une certaine proportion de contenu canadien, chose que nous n'imposons pas aux radiodiffuseurs privés. Dans une certaine mesure, il s'agit donc d'une chaîne spécialisée.

M. Young : En fait, je ne suis pas d'accord avec vous sur ce point, et je vais vous expliquer pourquoi. Pour commencer, la CBC et les radiodiffuseurs privés doivent tous diffuser du contenu canadien. Ils doivent tous respecter une exigence réglementaire s'appliquant au contenu canadien. D'ailleurs, la CBC et les radiodiffuseurs privés bénéficient tous deux de diverses formes de subventions, grâce aux différents fonds de production qui ont été créés dans le but d'offrir aux radiodiffuseurs un contenu canadien moins coûteux. Donc, si vous regardez sur CTV ou sur Global une émission dramatique, sachez qu'elle a été produite avec des fonds qui proviennent en partie du public, pas en entier, mais en partie. Dans ce secteur, au Canada, tout le monde est directement ou indirectement subventionné, entièrement ou en partie, comme

The CBC has an obligation — and this is where I do agree with you — to air shows that would not necessarily be aired by a private broadcaster because they would not be commercially successful. I agree with you wholeheartedly there.

Now whether this particular show that he was talking about is the right show or the wrong show I don't know, I haven't seen the show, but I would like to hear the whole story about it. I think the CBC probably gets approached by many broadcasters and film producers throughout the country every day of the year, and I'd be interested to know what kind of process they now have for evaluating, funding or determining which of these shows to buy or not buy. You may have the opportunity to find out that information.

Senator Plett: Follow our hearings and I think you will find that they will be asked that question.

You were talking about some of the difficulties that CBC has. I don't disagree with you entirely here but I do in part, about them not being able to fund what they want to fund because they are being funded annually versus monthly. The fact of the matter is —

Mr. Young: No, not annually, monthly.

Senator Plett: The subsidy comes annually.

Mr. Young: Yes, rather than over a five-year period or something so that you know where you are.

Senator Plett: But they know five years ahead of time that they're going to get their \$1 billion a year.

Mr. Young: With respect, I don't think that's true.

Senator Plett: Well, it's fairly certain. When is the last year that they were cut.

Mr. Young: This year.

Senator Plett: This year. Okay, fine, but I mean before that. They were cut \$115 million this year. They were cut back before we were in government, so that's at least well over 10 years ago. I'm sure my friends over there could tell us when Jean Chrétien made the big cuts; we made the small ones. Nevertheless, they were cut back then and now they were cut again. So they've got a pretty good idea that they're going to be okay now for the next five years. I don't think the government is going to come along and do that, but maybe they will. I'm not speaking on behalf of the government, so certainly I don't want that.

c'est le cas presque partout dans le monde. La situation n'est pas unique. En effet, même aux États-Unis c'est à peu près la même chose, les productions sont subventionnées par les États ou par les administrations locales.

La CBC est dans l'obligation — et sur ce point je suis d'accord avec vous — de diffuser des émissions qui ne seraient pas nécessairement diffusées par un radiodiffuseur privé parce qu'elles ne connaîtraient pas un succès commercial. Je suis tout à fait d'accord avec vous sur ce point.

Maintenant, je ne sais pas si l'émission en question, l'émission dont il parlait, est un bon ou un mauvais choix pour la CBC, je ne l'ai pas vue, mais j'aimerais entendre la version complète de cette histoire. Je crois que, tous les jours, la CBC reçoit probablement des demandes de nombreux radiodiffuseurs et producteurs de films de toutes les régions du pays, et j'aimerais bien savoir quels types de processus elle a mis en place pour évaluer ou financer ces émissions ou pour déterminer quelles émissions elle doit acheter ou refuser. Vous pourriez peut-être trouver ces informations.

Le sénateur Plett : Suivez les audiences : je crois que vous allez constater que cette question lui sera posée.

Vous parliez de certains des problèmes auxquels la SRC est confrontée. Je suis d'accord avec vous, mais pas sur tous les points, notamment le fait qu'elle ne soit pas en mesure de financer ce qu'elle voudrait financer parce qu'elle reçoit un financement annuel plutôt que mensuel. En vérité...

M. Young : Non, pas annuel, mensuel.

Le sénateur Plett : La subvention est versée annuellement.

M. Young : Oui, plutôt que tous les cinq ans ou quelque chose du genre, de façon qu'il soit possible de savoir où on en est.

Le sénateur Plett : Mais elle sait cinq ans à l'avance qu'elle va obtenir 1 milliard de dollars par année.

M. Young : Je regrette, mais je ne crois pas que cela soit vrai.

Le sénateur Plett : Eh bien, c'est à peu près certain. En quelle année la SRC a-t-elle subi ses dernières compressions?

M. Young : Cette année.

Le sénateur Plett : Cette année. Bon, d'accord, mais je voulais dire avant cela. Cette année, elle a subi des compressions de 115 millions de dollars. Elle a subi des compressions avant que nous formions le gouvernement, alors cela fait plus de 10 ans au moins. Je suis convaincu que mes camarades, de l'autre côté, pourraient nous dire à quel moment Jean Chrétien a effectué les grandes compressions; nous en avons fait de petites. Quoi qu'il en soit, la SRC a dû composer avec des compressions à l'époque, et elle doit encore le faire aujourd'hui. Ses dirigeants peuvent donc se dire que tout devrait bien aller à partir de maintenant pour les cinq prochaines années. Je ne crois pas que le gouvernement va décider de le faire, mais il le fera peut-être. Je ne parle pas au nom du gouvernement, et il est certain que je ne veux pas que cela se produise.

But they started in 1930 and they should be able to make five- or six-year plans. Obviously, from what you're saying, I don't think they're doing that.

Mr. Young: First of all, I don't know what they're doing today but I think I can guess.

What I'm talking about is we do have annual budgeting and that's a parliamentary process I accept and respect. When I served on the board of the CBC, I went through four prime ministers — two Progressive Conservatives, two Liberals — and I find that all governments have the same view of the CBC when they're the government; that is, they would prefer it wasn't around some days because it can be a nuisance. When you're in opposition, you tend to like it a little more, generally speaking. That's an observation of my own and I have no evidence to support it other than anecdotal. So I don't think it's any one government.

What I'm talking about is a structural change. The problem the CBC has is that, unlike a private broadcaster, it doesn't have access to capital. You're right that they can probably figure out within a range what they're annual revenue stream for operating might be, but to make the changes you have to make, like if you're going to cease transmission off air, say, in Toronto and go to online and all these other things and apps and everything, you need capital money. The Parliament of Canada generally provides an operating grant. It does not have an investment portfolio and it's not allowed, by the Broadcasting Act, to go to a bank and borrow money. I'm not suggesting it should go to a bank and borrow money, but the lack of capital funding inhibits technological and programming changes which might indeed make the CBC cheaper and more efficient in the long run.

Senator Plett: If I could make one comment, I'm not sure whether our current Prime Minister was one of those four prime ministers that you talked about, but if he was, I would like to state for the record he's not a Progressive Conservative Prime Minister. He's a Conservative Party of Canada Prime Minister.

Mr. Young: I'm aware of that. No, that was Mr. Mulroney and Mr. Clark, Mr. Turner and Mr. Trudeau.

Senator Plett: Sorry, that's why I said "if he was one of them." Thank you.

Senator Unger: Thank you Mr. Young, your comments are extremely interesting. Based on what you said, do you think the CBC needs to have a narrower mandate? Is their mandate too broad?

Mais la SRC existe depuis 1930 et devrait avoir la possibilité de planifier sur cinq ou six ans. De toute évidence, selon ce que vous dites, je ne crois pas qu'elle le fasse.

M. Young : Pour commencer, je ne sais pas ce qu'elle fait aujourd'hui, mais je crois pouvoir l'imaginer.

Ce que je veux dire, c'est que nous établissons bel et bien un budget annuel; c'est un processus parlementaire que j'accepte et que je respecte. Lorsque je faisais partie du conseil d'administration de la SRC, j'ai vu passer quatre premiers ministres — deux progressistes-conservateurs, deux libéraux —, et j'ai constaté que tous les gouvernements ont la même opinion de la SRC lorsqu'ils forment le gouvernement; je veux dire par là qu'ils aimeraient parfois qu'elle n'existe pas, parce qu'elle peut être une source de désagrément. Quand vous faites partie de l'opposition, vous avez généralement tendance à l'apprécier un peu plus. C'est une observation personnelle, je ne l'appuie sur aucune autre information que mon expérience. Je ne crois pas donc pas que cela s'applique à un gouvernement plutôt qu'à un autre.

Ce dont je parle, c'est d'un changement structurel. Le problème de la SRC c'est que, contrairement aux radiodiffuseurs privés, elle n'a pas accès à du capital. Vous avez raison de dire qu'elle peut probablement estimer jusqu'à un certain point les sources de revenus annuelles à sa disposition pour ses activités; toutefois, pour apporter les changements qu'il faut apporter, par exemple si vous voulez mettre fin aux transmissions d'antenne, disons, à Toronto, pour passer à la diffusion en ligne — et pour toutes ces autres choses, comme les applications —, vous avez besoin de capitaux. Le Parlement du Canada verse en général une subvention de fonctionnement. La SRC n'a pas de portefeuille d'investissements et n'a pas le droit, aux termes de la Loi sur la radiodiffusion, de s'adresser à une banque pour emprunter de l'argent. Je ne dis pas qu'elle devrait emprunter de l'argent à une banque, mais le fait qu'elle n'ait pas accès à des capitaux nuit aux changements technologiques et à l'évolution de la programmation qui pourraient en fait réduire les coûts de la SRC et la rendre plus efficiente à long terme.

Le sénateur Plett : J'aimerais faire un commentaire, si vous me le permettez. Je ne sais pas si le premier ministre actuel fait partie des quatre premiers ministres dont vous avez parlé. Si c'est le cas, j'aimerais indiquer — pour que cela figure au compte rendu — qu'il n'est pas un premier ministre progressiste-conservateur. Le premier ministre représente le Parti conservateur du Canada.

M. Young : Je le sais. Non, je parlais de M. Mulroney et de M. Clark, de M. Turner et de M. Trudeau.

Le sénateur Plett : Je m'excuse, c'est pourquoi j'ai dit « si c'est le cas ». Merci.

La sénatrice Unger : Merci, monsieur Young, vos commentaires sont extrêmement intéressants. À la lumière de ce que vous avez dit, pensez-vous que le mandat de la SRC devrait être plus étroit? Son mandat est-il trop large?

Mr. Young: It may well be. I think the choice may be what can you afford to do? Also, what is necessary and desirable to do given the changing environment?

On one hand, the tremendous penetration of online product that will become increasingly available may make it more necessary that you get more Canadian product out there, but to do that you may want to do that in a different way. Instead of building TV stations, you may want to do more online; buy television shows to put online rather than on a TV station. Or you do like the news network does: You have one channel and it's on a satellite. You don't have stations all over the country. So you may need to give up something in order to get something.

The issue then would be what do you give up? For example, do you do what CTV did and shut down the stations in Charlottetown and in New Brunswick and just run it out of Halifax? My guess is that that is not a publically acceptable choice if you happen to live in P.E.I. or New Brunswick. Or do you shut down French-language stations in principal English markets like Halifax? My answer is that nationally that would be, in my view, an extraordinary mistake, or if you shut down an English station in Quebec City — same rationale.

The issue is that once you decide you want to take something away, what is it you take away? It has taken over 70 years to build this company and in a changing environment that's been adapting. It cost them a lot of money to go digital, which the corporation did as did all other Canadian broadcasters. The private broadcasters have a simple answer. They shut down. I would predict, for example, that if we get out of packaging for cable channels and we go to single channels, you'll probably lose half your channels in the first five years because the tendency is to focus on a few sports channels or a news channel or a movie channel. Channels like Oasis would be more difficult if you didn't package them as a group because people might not want to pick them up individually, or the market would be so small it would be like niche magazines in the publishing industry that are going out of business. So I don't know what you would cut out.

I think as a public policy the Parliament of Canada can choose to change the act and say we want you to do this and not this. I think it would be a very difficult set of choices. Everybody would have their own view, I'm sure, so I'm not sure how you would get a consensus or a parliamentary majority to agree on what it is you want to get rid of or what you want to add.

M. Young : Cela se pourrait très bien. Je crois qu'il faudrait plutôt se demander ce qu'on pourrait faire avec les moyens dont on dispose. Il faut également déterminer ce qu'il est nécessaire et souhaitable de faire, compte tenu de l'évolution de l'environnement.

D'un côté, la pénétration massive des produits en ligne, qui seront de plus en plus facilement accessibles, vous obligera peut-être à proposer davantage de produits canadiens, mais il vous faudra peut-être le faire d'une autre façon. Au lieu de construire des stations de télévision, vous voudrez peut-être vous tourner vers les réseaux en ligne et acheter des émissions de télévision à diffuser en ligne plutôt qu'à partir d'une station. Vous pourriez aussi faire comme les réseaux d'information : vous n'avez qu'une seule chaîne, et elle est diffusée à partir d'un satellite. Vous n'avez pas de stations dispersées un peu partout au pays. Vous allez peut-être devoir laisser tomber quelque chose pour obtenir quelque chose d'autre.

La question qui se pose est donc de savoir ce qu'il faut laisser tomber. Par exemple, allez-vous faire comme CTV et fermer les stations de Charlottetown et du Nouveau-Brunswick pour utiliser uniquement celle de Halifax? Je ne crois pas que cette solution soit acceptable aux yeux du public de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick. Allez-vous plutôt fermer les stations francophones dans des marchés où l'anglais est la langue principale, comme Halifax? Je répondrais qu'à l'échelle nationale, à mon avis, ce serait une erreur monumentale, tout comme le serait la décision de fermer une station anglophone à Québec, pour les mêmes raisons.

Une fois qu'on décide de laisser tomber quelque chose, il faut déterminer à quoi on va renoncer. Il a fallu plus de 70 ans pour bâtir cette entreprise et faire en sorte qu'elle s'adapte à un environnement en évolution. Le passage au numérique a coûté beaucoup d'argent, mais la SRC l'a fait, tout comme les autres radiodiffuseurs du Canada. Les radiodiffuseurs privés ont une solution plus simple : ils ferment leurs portes. Je prédirais, par exemple, que si nous éliminons les forfaits des chaînes câblées pour permettre une sélection à l'unité, la moitié probablement de ces chaînes vont disparaître au cours des cinq premières années, étant donné la tendance à s'attacher à quelques chaînes de sport ou de nouvelles ou à une chaîne qui présente des films. Des chaînes comme Oasis auraient plus de difficultés si elles ne faisaient pas partie d'un forfait, car les gens ne seraient peut-être pas portés à les choisir, ou le marché deviendrait si fractionné qu'il se passerait la même chose que dans l'industrie de l'édition, qui voit disparaître ses revues à créneau. Je ne sais donc pas ce que vous pourriez laisser tomber.

Je crois, comme il s'agit d'un enjeu touchant les politiques publiques, que le Parlement du Canada peut décider de modifier la loi et dire s'il veut qu'on fasse telle chose ou qu'on ne fasse pas telle autre chose. Je crois que le choix serait très difficile à faire. Tout le monde a sa propre opinion, bien sûr, et je ne sais pas comment on pourrait en arriver à un consensus ou à une majorité ou amener les parlementaires à s'entendre sur ce qu'il faudrait laisser tomber ou ajouter.

Senator Unger: Do you see a real need for cooperation between the Government of Canada, whoever the Prime Minister is, and the CBC?

Mr. Young: The CBC is an arm's-length broadcaster and has to stay that way. When I was referring to those four particular prime ministers, I don't think they had an axe to grind with the CBC. It's just the CBC is one of those things that when you're in government it can sometimes be a bit of a nuisance because it has a news service and not everything on the news is what governments want on a day-to-day basis, quite naturally.

I think at a functional bureaucratic and financial level, there has to be cooperation and I suspect there is. The Treasury Board would meet with the appropriate people and so on. But from a policy point of view other than the Broadcasting Act directions, it's very important that CBC/Radio-Canada be distinct and separate.

I only know one member of the current board of directors. Having looked at them and their biographies, I'm satisfied that they're a very talented group of people and meet a broad ranging representation of the country, both geographically and in skillsets. I think they're quite capable of dealing with the government where it has to be done, but they do have to be careful not to become part of the government. This is a public broadcaster not a state broadcaster.

Senator Unger: Given the challenges that they face with the new and rapidly developing technologies and the fact that money is an issue — there are not unlimited funds — do you think that the CBC is still viable?

Mr. Young: Oh, yes, it's viable, but it may not be viable doing what it does today. It may, of necessity, end up cutting things because it reduces itself, and in part it's doing that now. Instead of showing 16 or 13 episodes, you'll show 12; or instead of producing 90 minutes of supper hour news across the country, they'll reduce it to 60. There will be things like that that they'll start to do.

On the other hand, they're doing new things. There are multiple music channels; there's live streaming, which is cost-efficient because it's a new way, a new platform to get your programming out and it gets you a bigger audience. For example, if you watch the CBC national news or "Téléjournal" on the various platforms that are available, from TV to your BlackBerry to your computer, the total audience watching these shows is going up. Watching it on any one single platform may not be as large as it used to be the old-fashioned way when you had one or two television channels.

Senator Unger: Thank you.

La sénatrice Unger : Pensez-vous qu'il est réellement nécessaire pour le gouvernement du Canada, peu importe qui est le premier ministre, de collaborer avec la SRC?

M. Young : La SRC est un radiodiffuseur indépendant et doit le rester. Quand j'ai mentionné ces quatre premiers ministres en particulier, je ne crois pas qu'ils avaient quoi que ce soit contre la SRC. C'est seulement que la SRC fait partie des choses qui, lorsque vous faites partie du gouvernement, peuvent parfois causer des désagréments, étant donné qu'elle a un service de nouvelles et que ce service ne s'attache pas aux choses que les gouvernements voudraient voir abordées au quotidien, bien naturellement.

Je crois qu'au niveau fonctionnel, administratif et financier, il faut qu'il y ait une coopération, et je crois qu'il y en a une. Les gens du Conseil du Trésor rencontrent probablement les personnes pertinentes, par exemple. Mais, du point de vue des politiques, en laissant de côté les directives énoncées dans la Loi sur la radiodiffusion, il est très important que la CBC/Radio-Canada soit un organisme distinct et séparé.

Je ne connais qu'un seul membre du conseil d'administration actuel. Je me suis renseigné sur eux et j'ai pris connaissance de leurs biographies, alors je suis convaincu qu'il s'agit d'un groupe de personnes très talentueuses qui représentent bien la diversité du pays tant sur le plan géographique que sur le plan des compétences. Je crois que ces gens sont tout à fait capables de travailler avec le gouvernement, lorsqu'il le faut, mais ils doivent prendre garde de ne pas s'assimiler au gouvernement. C'est un radiodiffuseur public, non pas un radiodiffuseur d'État.

La sénatrice Unger : Étant donné les défis auxquels la SRC doit faire face, comme l'évolution rapide des nouvelles technologies et le problème de l'argent — les fonds ne sont pas illimités —, pensez-vous qu'elle soit toujours viable?

M. Young : Oh, oui, elle est viable, mais elle ne le restera pas si elle continue à faire ce qu'elle fait aujourd'hui. Elle sera peut-être, au bout du compte, forcée de faire des compressions parce que sa taille diminue, et elle a en partie déjà commencé à le faire. Au lieu de diffuser 16 ou 13 épisodes, elle en diffusera 12; au lieu de produire un bulletin de nouvelles de 90 minutes à diffuser partout au pays à l'heure du souper, elle en produira un de 60 minutes. Elle devra commencer à faire des choses comme cela.

Cela dit, elle fait de nouvelles choses. Il y a plusieurs chaînes de musique; il y a la diffusion en continu, une forme de diffusion peu coûteuse qui constitue une nouvelle façon ou une nouvelle plateforme lui permettant de diffuser ses émissions et de toucher un plus vaste public. Par exemple, comme on peut regarder le bulletin de nouvelles national de la CBC ou le *Téléjournal* sur les diverses plateformes possibles — qui vont du téléviseur au BlackBerry, en passant par l'ordinateur —, l'auditoire total de ces émissions augmente. Le public qui regarde une émission à partir d'une seule plateforme n'est peut-être pas aussi nombreux que dans l'ancien temps, lorsqu'il n'y avait qu'une ou deux chaînes de télévision.

La sénatrice Unger : Merci.

Senator Cordy: Thank you very much, Mr. Young, for being here this afternoon. As usual, your comments are well reasoned and very thought provoking, but I'm not surprised with that.

You spoke about where the CBC wants to be next year. Do you have an idea of where CBC should be in five-years' time?

Mr. Young: If I had my druthers, I'd get rid of transmission because it's very expensive. This is more difficult to do than it sounds. It's easy to say that if you're in downtown Montreal, Halifax or Toronto. It's a little more difficult if you're in Churchill, Manitoba. Geography is one of Canada's most interesting challenges for broadcasters particularly. But the more they can get online to cut out that distribution cost, the more they can save, tens of millions of dollars, that they can then free up for programming.

Again, you need some investment choices to do it. You have to make sure you're ready to go online; you're ready to livestream; you have the opportunities. It's simple for me to say that, but I think as an objective, I would say get out of transmission because you want to produce programming and you want to use the various avenues to get those programs to people. The conventional transmission network for television is becoming less and less relevant. For radio it's still necessary. You're still going to have radio transmission, but radio transmission is a heck of a lot cheaper. Over a period of time, the more they can get out of transmission the more they can focus on programming. For example, they're getting out of many of their big buildings, as they are here in Halifax. They are concentrating on lower and lower overheads and focusing more and more money to the programs you see on the air or hear on the radio. The more they can do that the better off they are, and I think they are going in that direction.

The difficulty will also be a political one because if you start shutting down transmission, for example, in Gander, Newfoundland or northern Saskatchewan or northern New Brunswick and say, "Let's just go on the cable channel or go online," people are going to say, "Well, I paid for this and I'm entitled to get it off air." The reality is the changing technology. We're going from a horse and buggy to a car or from a railway to an airline, and I think the old railway track, which is the transmission system, it's time to get rid of it.

Senator Cordy: We heard this morning from one of our witnesses that the CBC is obese and if it doesn't slim down it's going to wither and die. Would you share that sentiment?

La sénatrice Cordy : Merci beaucoup, monsieur Young, d'être présent ici cet après-midi. Comme à l'habitude, vos commentaires sont judicieux et suscitent beaucoup de réflexion, mais cela ne me surprend pas.

Vous avez parlé de la situation dans laquelle dans la SRC voudrait se retrouver l'année prochaine. Avez-vous une opinion sur la situation dans laquelle elle devrait se retrouver dans cinq ans?

M. Young : S'il n'en tenait qu'à moi, je laisserais tomber la transmission, parce qu'elle coûte très cher. C'est plus difficile à faire qu'on pourrait le penser. Il est facile de dire cela quand on se trouve au centre-ville de Montréal, de Halifax ou de Toronto. C'est un peu plus difficile à dire quand on se trouve à Churchill, au Manitoba. La situation géographique du Canada est l'un des défis les plus intéressants pour les radiodiffuseurs en particulier. Mais plus ils se tourneront vers les services en ligne pour réduire les coûts de cette diffusion, plus ils pourront économiser, des dizaines de millions de dollars qui pourront aller à la programmation.

Encore une fois, pour y arriver, il faut faire certains choix en matière d'investissement. Il faut s'assurer d'être prêt à aller en ligne, à faire de la diffusion en continu, être sûr que les débouchés sont là. Il est facile pour moi de le dire, mais je crois, s'il faut se fixer un objectif, que je conseillerais d'abandonner la transmission, parce qu'il faut produire des émissions et utiliser les diverses avenues possibles pour que les gens voient ces émissions. Le réseau traditionnel de transmission des émissions de télévision est de moins en moins pertinent. Pour la radio, il est encore nécessaire. Il y aura encore un signal radio, mais la transmission d'un signal radio est vraiment beaucoup moins coûteuse. Au fil du temps, plus la SRC laissera tomber la transmission, plus elle pourra se concentrer sur la programmation. Par exemple, elle abandonne un grand nombre de gros édifices, comme elle le fait ici, à Halifax. Elle cherche à diminuer le plus possible ses frais généraux et consacre de plus en plus d'argent aux émissions que vous pouvez voir à la télé ou entendre à la radio. Plus elle ira dans cette voie, mieux ce sera pour elle, et je crois que c'est ce qu'elle a fait.

Le problème sera également de nature politique, puisque, si vous abandonnez la transmission, par exemple à Gander, à Terre-Neuve, ou dans le nord de la Saskatchewan ou le nord du Nouveau-Brunswick, et que vous dites : « Passons aux câbles ou allons en ligne », les gens vont rétorquer : « Mais j'ai payé pour cela, et j'ai droit aux émissions d'antenne ». La réalité, c'est que la technologie évolue. Nous passons de la carriole à l'automobile, ou encore du train à l'avion, et je crois qu'il est temps de laisser tomber le chemin de fer, c'est-à-dire le système de transmission.

La sénatrice Cordy : Un de nos témoins, ce matin, a dit que la SRC était obèse et que, si elle ne maigrissait pas, elle allait dépérir et mourir. Partagez-vous ce sentiment?

Mr. Young: I don't think it's obese now. No, I don't think it's obese. To slim down — I'd be curious to know what they mean by that. Fewer and fewer people are working there, so it's obviously a lot slimmer. They buy more and more productions.

Most of the stuff you see on CBC, like "This Hour has 22 Minutes," is produced by independent companies. They're not produced by the CBC. The French network does more in-house, but even Radio-Canada is sending more and more out.

I think there's a methodology about the CBC that no longer exists in many ways, when you used to have a radio reporter, a TV reporter, a French reporter and an English reporter. I saw something on the news from China where the reporter was filing for both radio and television in French and English — one guy. Twenty years ago that would have been four guys or four girls; mostly guys, I would suspect.

I don't think it's obese. I think that's an easy cheap shot you can make of any organization that's funded with public money. I don't think the evidence would support it.

Senator Cordy: One of the things that you haven't spoken about and we haven't asked you about is transparency with the CBC. You were on the board of CBC for 10 years. There are significant dollars going into CBC, so what should the expectation be of transparency of operations or salaries or positions, those kinds of things? I can see that some things shouldn't be transparent because of proprietary reasons or just because of CTV, Global — competitors. What should be transparent and what should be open and what shouldn't be open?

Mr. Young: On balance, the more you can have that's open the better, I think, particularly in this day and age. I don't think you should get into individual salaries — that's privacy. I think you can do it by classification. I think the president's salary and those of the board of directors obviously should be public, clearly. But you don't want to start publishing the salaries of performers or announcers. They have a right to privacy just like the rest of us. I think you can do it by classification if you wish: "We have 10 people making more than X or 50 people at Radio-Canada doing this or 70 people at CBC doing this." I think you can do that in terms of salaries.

There's a lot of room for publicity in terms of the overall financial aspect: How much are you paying out in lease payments? How much property do you own? What's the value of it? What kind of money are you spending on new equipment?

M. Young : Je ne crois pas qu'elle soit obèse, aujourd'hui. Non, je ne crois pas qu'elle soit obèse. J'aimerais bien savoir ce que le témoin entendait par « maigrir ». Le nombre d'employés n'arrête pas de diminuer, alors la SRC est de toute évidence plus maigre. Elle achète de plus en plus de productions.

La plupart des émissions diffusées par la CBC, par exemple *This Hour Has 22 Minutes*, sont produites par des entreprises indépendantes. Elles ne sont pas produites par la CBC. Le réseau francophone produit davantage d'émissions à l'interne, mais même Radio-Canada en achète de plus en plus à l'extérieur.

Il y avait autrefois à la SRC une pratique qui, à de nombreux égards, n'a plus cours; il y avait autrefois un journaliste radio, un journaliste télé, un journaliste francophone et un journaliste anglophone. J'ai vu aux nouvelles un reportage en provenance de la Chine; le journaliste faisait un reportage radio et un reportage télé, et il le faisait en français et en anglais. Un seul journaliste. Il y a 20 ans, il aurait fallu quatre hommes ou quatre femmes; probablement plus des hommes.

Je ne crois pas qu'elle soit obèse. Je crois qu'on peut faire cette remarque mesquine à propos de toute organisation financée à même les deniers publics. Je ne crois pas qu'il soit possible d'apporter des preuves à ce propos.

La sénatrice Cordy : Il y a un sujet que vous n'avez pas abordé et à propos duquel nous ne vous avons pas posé de question, et c'est la transparence de la SRC. Vous avez siégé à son conseil d'administration pendant 10 ans. La SRC reçoit beaucoup d'argent; quelles devraient être les attentes touchant la transparence à l'égard des activités, des salaires ou des postes, ce genre de choses? Je comprends que certaines choses ne peuvent être transparentes, pour des motifs liés à l'exclusivité ou peut-être tout simplement en raison des concurrents, CTV et Global. Qu'est-ce qui devrait être transparent, qu'est-ce qui devrait être ouvert et qu'est-ce qui ne devrait pas être ouvert?

M. Young : Tout compte fait, plus il y a d'ouverture, mieux c'est, selon moi, en particulier à notre époque. Je ne crois pas qu'il faudrait divulguer les salaires de chacun — il s'agit de renseignements personnels. Je crois qu'on peut procéder par catégorie. Je crois que les salaires du président et des membres du conseil d'administration devraient, de toute évidence, être rendus publics, c'est clair. Mais il ne faut pas commencer à divulguer les salaires des artistes ou des annonceurs. Ils ont droit à leur vie privée, comme nous tous. Je crois que l'on pourrait procéder par catégorie, si vous voulez : « Il y a 10 personnes qui gagnent plus de telle somme, ou 50 personnes, à Radio-Canada, qui font ceci, ou 70 personnes à la SRC qui font cela. » Je crois que, pour les salaires, on pourrait procéder ainsi.

Je crois qu'il serait possible de publier bien des informations touchant de manière générale les finances : combien payez-vous en frais de location? Combien d'immeubles possédez-vous? Quelle est la valeur de ces immeubles? Combien dépensez-vous sur les nouvelles pièces d'équipement?

I think it's more difficult to ask how much they are paying for a particular TV show because that gets you into the realm of competitive environment. But I think you can say that for prime time drama this year we have five shows on the air and we're spending \$10 million a week or whatever.

I think, on balance, if you can figure out a way to make information public that's relevant, you should.

Senator Cordy: Thank you.

The Chair: You talked a few times about the challenges of revisiting the Broadcasting Act. It was paragraph 6891, I think. Yes, it is complicated, but don't you think that we should given the changing environment? They didn't have iPads when they had the Vancouver Olympics. During Sochi, people were listening to the Olympics on their iPads and on their iPhones, which is a very different environment, and the revenue stream was different. But the Broadcasting Act was written in 1991 and we're asking the CBC to live under those rules when the environment has changed completely. Should we not face the challenge of trying to change the Broadcasting Act?

Mr. Young: I think it would be a good idea. The nice thing about the Parliament of Canada is that it has elected people in the House of Commons and the Senate has a sober second thought function. I think a little sober second thought, combined with a little public will, comes in very handy.

I think the Broadcasting Act should be revisited. Obviously it is out of date. As you can see from the recent CRTC hearings, the regulatory changes can't keep up with the changing technology. It's very difficult, in the absence of a thorough analysis, which a new act would require, to figure out, what is the strategic change happening here as opposed to what is a change for the moment.

You know, iPads may even be a transitory technology. I can remember when we had 8-track and I remember when we had a VCR. We all thought they were God's gifts and all of a sudden they're redundant. So technology will continue to evolve and, because of that, I think the Broadcasting Act should be revisited in the context of understanding that whenever the new act is passed it has to have an internal coherence that will allow it to adjust over time to the changing technologies that will confront both public and private broadcasters.

The Chair: On governance issues, you were there with a few presidents. You were named to the board by the cabinet.

Mr. Young: The government.

Je crois qu'il serait plus difficile de demander combien coûte une émission télévisée en particulier, parce que cela vous amène dans le contexte concurrentiel. Mais je crois qu'il est possible de dire que, cette année, en ce qui concerne les séries dramatiques diffusées aux heures de grande écoute, il y a cinq émissions à l'horaire et qu'elles nous coûtent — par exemple — 10 millions de dollars par semaine.

Je crois, tout compte fait, que s'il est possible de trouver un moyen de divulguer des informations qui sont pertinentes, il faudrait le faire.

La sénatrice Cordy : Merci.

Le président : Vous avez parlé à quelques reprises des défis liés à la modification de la Loi sur la radiodiffusion. Vous parliez, je crois, du paragraphe 6891. Oui, il est complexe, mais ne pensez-vous pas que nous devrions le faire, étant donné l'évolution de l'environnement? Personne n'avait d'iPad à l'époque des Jeux olympiques de Vancouver. Pendant ceux de Sochi, les gens suivaient les Jeux sur leur iPad ou leur iPhone, qui offrent un environnement très différent, et les sources de revenus étaient différentes. Mais la Loi sur la radiodiffusion a été rédigée en 1991, et nous demandons à la SRC de se conformer à ce règlement même si l'environnement a radicalement changé. Ne devrions-nous pas accepter le défi et essayer de modifier la Loi sur la radiodiffusion?

M. Young : Je crois que ce serait une bonne idée. Ce qu'il y a de bien, au sujet du Parlement du Canada, c'est qu'il y a des élus à la Chambre des communes et que les membres du Sénat ont pour fonction de soumettre les dossiers à un second examen objectif. Je crois qu'un second examen objectif assorti d'un peu de volonté publique serait très utile.

Je crois qu'il faut revoir la Loi sur la radiodiffusion. Elle est de toute évidence dépassée. Vous l'avez vu récemment, dans le cadre des audiences du CRTC : l'évolution de la réglementation ne suit pas celle de la technologie. Il est très difficile, sans l'analyse approfondie qu'exigerait une nouvelle loi, de déterminer ce qui constitue un changement stratégique par rapport à ce qui constitue un changement ponctuel.

Vous savez, les iPad pourraient très bien eux aussi être une technologie de transition. Je me souviens du temps où nous avions des cassettes huit pistes, je me souviens du temps où nous avions des magnétoscopes. Nous pensions tous qu'il s'agissait de cadeaux du ciel, et puis, tout d'un coup, ils étaient dépassés. La technologie va donc continuer à évoluer et, pour cette raison, quand la nouvelle loi entrera en vigueur, peu importe à quel moment, elle devra avoir une cohérence interne qui lui permettra de s'adapter, avec le temps, aux technologies changeantes auxquelles devront également s'adapter les autres radiodiffuseurs publics et privés.

Le président : Sur les questions de gouvernance, vous avez côtoyé là-bas quelques présidents. Vous avez été nommé au conseil d'administration par le Cabinet.

M. Young : Le gouvernement.

The Chair: And while you were there you were told a few times, “Here’s your new president.” You did not participate in that choice?

Mr. Young: No, we didn’t, and I thought that was wrong.

The Chair: So amongst changes of the governance issues between today and what CBC should be in the future, you think that that’s something that should be in the report? We’re looking for recommendations that we’re going to be able to express at the end of our report.

Mr. Young: From a governance perspective, fortunately all of the governments of Canada have been very successful of appointing qualified people to run the CBC, and that includes the current government. They’ve appointed some very capable people to the CBC. But I do think with regard to the board of directors, if you are to function like a corporation, it could use a restructuring in the governance sense so that it would have a chance to select a president and then have control over the president, rather than the other way around. I think that’s a governance change that would make it more like the conventional Canadian corporate structure.

I’d also tie that to my earlier comment about coming up with some way to allow the CBC to obtain capital investment, whether with the approval of cabinet or through some mechanism, to allow a board of directors to run the company like you would run a normal company. I think those two changes would be most useful.

The Chair: If we look at you as a lawyer and ask you to write two or three recommendations that you think this committee should include in its report, not billable — and, again, we’re still going down the pipeline and hearing from other witnesses — what would they be? When we started this study, CBC had a perpetual right, we thought, to “Hockey Night in Canada.” A \$4.5 billion investment by Rogers changed that and it totally changed the advertising environment and the Saturday night budget for the CBC. So a lot of things might be happening over the next few weeks and months. But if you were to make two or three recommendations that you think should be included in a Senate report on the future of CBC, what would they be?

Mr. Young: One would be the comment I made earlier about coming up with a strategy that would see them get out of direct transmission off air for television, in particular, in order that those monies could be rechanneled into making programs or buying programs from independent producers, so that they spend more and more of their money focusing on the end product rather than on the process of getting the end product to people. Because modern transmission, as you point out, through digital means is a very efficient and cost-efficient method of transmission. I would do that. That, combined with the reduction in their facilities,

Le président : Et pendant vos années au sein du conseil, on vous a présenté à quelques reprises « votre nouveau président ». Vous ne participiez pas à la sélection du président?

M. Young : Non, nous n’y participions pas, et à mon avis, c’est un tort.

Le président : Donc, parmi les changements qui s’imposent au chapitre de la gouvernance, entre ce qui se fait aujourd’hui et ce que la SRC devrait faire à l’avenir, pensez-vous que c’est une chose qui devrait figurer dans le rapport? Nous cherchons des recommandations à formuler à la fin de notre rapport.

M. Young : Du point de vue de la gouvernance, heureusement, tous les gouvernements du Canada ont très bien réussi à nommer des gens qualifiés à la tête de la SRC, y compris le gouvernement actuel. Des gens très compétents ont été nommés à la SRC. Mais je crois en effet, en ce qui concerne le conseil d’administration, que s’il faut fonctionner comme une société, il serait utile de restructurer les choses, du côté de la gouvernance, de façon qu’il soit possible au conseil de choisir un président et ensuite de pouvoir exercer une certaine autorité sur celui-ci, plutôt que l’inverse. Je crois qu’un tel changement à l’égard de la gouvernance procurerait à la SRC une structure qui ressemble davantage à celle d’une société canadienne standard.

Je ferais également un lien entre cela et un de mes commentaires précédents, touchant les moyens de permettre à la SRC d’accéder à des capitaux, sur approbation du Cabinet ou par d’autres mécanismes, de façon que le conseil d’administration puisse gérer l’entreprise comme une entreprise normale est gérée. Je crois que ces deux changements seraient des plus utiles.

Le président : Si nous vous invitons, en tant qu’avocat, à rédiger deux ou trois recommandations que, selon vous, notre comité devrait inclure dans son rapport, sans les facturer — et, je le répète, nous n’avons pas encore terminé et allons entendre d’autres témoins —, de quoi auraient l’air ces recommandations? Lorsque nous avons commencé notre étude, la CBC détenait des droits perpétuels, pensions-nous, sur *Hockey Night in Canada*. Un investissement de 4,5 milliards de dollars de Rogers a changé cela, et l’environnement publicitaire et le budget de programmation du samedi soir à la CBC ont changé du tout au tout. Il peut donc se passer bien des choses d’ici les prochaines semaines et les prochains mois. Cela dit, si vous aviez à formuler deux ou trois recommandations qui, à votre avis, devraient figurer dans le rapport du Sénat sur l’avenir de la SRC, de quoi s’agirait-il?

M. Young : Je présenterais entre autres le commentaire que j’ai formulé plus tôt, où je disais qu’il fallait élaborer une stratégie sur la façon pour la SRC de laisser tomber la transmission directe d’antenne des émissions de télévision, en particulier, pour consacrer les sommes ainsi économisées à la production d’émissions ou à l’achat d’émissions de producteurs indépendants, de façon qu’elle consacre de plus en plus son argent sur le produit final plutôt que sur le mode de transmission. C’est parce que les modes de transmission modernes par des voies numériques — comme vous l’avez souligné — sont très efficaces

which they're going through, would free up monies to put more product on the air, which is what the CBC should be focusing on. To be fair to them, I think they try.

Second, I would go back to the governance change. I do think you should want to structure the CBC like a corporation that you can hold it accountable as a corporation and make sure that it does comply with all sorts of transparency rules. So you would have a board of directors that could select a president using the traditional methods of corporations and search capacities. Combine with that some sort of fiscal arrangement that allows the board of directors to make decisions that can affect the corporation over time, as opposed to just doing the annual budget and trying to make sure you break even every year with your day-to-day stuff. Make it less like a civil service department and more like an independent corporation, but hold it accountable at the same time.

The Chair: I have one additional question that I should have asked at the beginning. You used to chair the pension fund of the CBC. It has probably changed since then, but as an outsider, would you think that it's a healthy pension fund compared to what you've seen in the private sector or in other public institutions?

Mr. Young: Yes. We restructured it. We had a man by the name of Stephen Jarislowsky as an adviser for many years, and I'm sure you know who he is. We became what was known as a first quartile pension fund. In other words, we were among the top performers in the country. We actually voluntarily increased pensions retroactively to people who had been around for a long time who had very low pensions. Unless things have substantially changed, it's a very well run, independent, trustee pension fund that does not require public funds.

The Chair: Any additional questions colleagues?

Mr. Young thank you very much.

A very forceful presentation and we thank you for having received us here in the wonderful city of Halifax.

Mr. Young: It's a pleasure having all of you. Stay as long as you wish.

The Chair: Well, Senator Cordy will accept that invitation.

(The committee adjourned.)

QUEBEC CITY, Thursday, October 23, 2014

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:30 a.m., to examine the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation.

et peu coûteux. C'est ce que je ferais. Cette façon de faire, en combinaison avec une réduction de ses installations, qui est déjà en cours, libérerait des sommes qui pourraient être consacrées davantage au contenu, ce que devrait être l'objectif de la SRC. Soyons justes, je crois qu'elle s'efforce d'aller dans cette direction.

Deuxièmement, je reviendrais sur la question du changement à l'égard de la gouvernance. Je crois vraiment qu'il faudrait structurer la SRC comme toute autre société, qui peut être tenue responsable en tant que société, et s'assurer qu'elle se plie à toutes sortes de règles en matière de transparence. Il y aurait donc un conseil d'administration dont les membres choisiraient le président conformément aux méthodes et capacités de recherche traditionnelles des sociétés. Ajoutez à cela un arrangement financier quelconque permettant au conseil d'administration de prendre des décisions qui auront une incidence sur la société, au fil du temps, plutôt que de se contenter d'établir le budget annuel en tentant au quotidien de le respecter, année après année. Il faudrait que la SRC ressemble moins à un ministère et davantage à une société indépendante, mais il faudrait en même temps qu'elle rende des comptes.

Le président : J'ai une dernière question que j'aurais dû poser au début. Vous avez été président du fonds de pension de la SRC. La situation a probablement changé depuis, mais, en tant qu'observateur externe, pensez-vous que la situation du fonds de pension est saine par rapport à ce que vous avez vu ailleurs dans le secteur privé et dans d'autres institutions publiques?

M. Young : Oui. Nous l'avons restructuré. Nous avons eu pendant des années un conseiller nommé Stephen Jarislowsky, je suis certain que vous savez de qui il s'agit. Notre fonds est classé dans le premier quartile. Autrement dit, notre fonds faisait partie des fonds les plus productifs du pays. D'ailleurs, nous avons décidé de bonifier rétroactivement la pension d'employés de longue date dont la pension était peu généreuse. À moins que les choses aient beaucoup changé, c'est un fonds de fiducie et de pension indépendant très bien géré qui n'exige pas de financement public.

Le président : Est-ce que mes collègues ont d'autres questions à poser?

Monsieur Young, merci beaucoup.

C'était un exposé très convaincant. Nous vous remercions de nous avoir reçus ici, dans la belle ville de Halifax.

M. Young : C'est un plaisir de vous recevoir. Restez aussi longtemps que vous le désirez.

Le président : Eh bien, la sénatrice Cordy va accepter cette invitation.

(La séance est levée.)

QUÉBEC, le jeudi 23 octobre 2014

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 30, pour étudier les défis que doit relever la Société Radio-Canada.

Senator Dennis Dawson (*Chair*) in the chair.

[*Translation*]

The Chair: Good morning. I am Dennis Dawson, Chair of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. As I said earlier, there were other members scheduled to participate in this meeting, but due to yesterday's events in Ottawa, they were unable to attend. Unfortunately, they were not able to travel from Ottawa to Quebec City.

Today, I would like to take a moment to remember all the victims of the tragic events that took place in our capital city yesterday. They and their families are in our thoughts and prayers.

[*English*]

On behalf of the committee, I want to also express our gratitude to all the courageous men and women who served to protect Canadians and to thank the public for their support and solidarity during these difficult moments.

[*Translation*]

We want to assure our colleagues that although we are not in Ottawa, we continue to fulfill our parliamentary duty and to serve Canadians. At this time, I would ask you, if you don't mind, to observe a minute of silence in honour of those who were killed yesterday — the person who died yesterday.

[*English*]

Thank you.

[*A minute of silence.*]

[*Translation*]

The Chair: Today, as part of our study on the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications, we welcome the Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada. We will hear from Isabelle Doyon, President of Local 675, Nathalie Blais, Research Advisor, and Adrien Caissie, Local President, Moncton.

Thank you for being here. We are here to listen to you.

[*English*]

If Senator Plett doesn't mind, they have a document that they are using to make the speech, but there is a chart of different percentages of market share that I think might be a good reference point if you permit that it be tabled. It will be translated and sent to all the members.

[*Translation*]

Ms. Blais or Ms. Doyon, you have the floor.

Le sénateur Dennis Dawson (*président*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

Le président : Bonjour, je suis Dennis Dawson, président du Comité sénatorial des transports et des communications. Il y avait, comme je vous l'ai dit tout à l'heure, d'autres membres qui devaient participer, mais à cause des incidents qui se sont déroulés hier, à Ottawa, ils n'ont pas pu nous rejoindre... ils n'ont malheureusement pas pu se rendre d'Ottawa à Québec.

J'aimerais commencer aujourd'hui avec une pensée pour toutes les victimes des tragiques incidents survenus hier dans notre capitale, ainsi que pour leur famille, et nous prions pour eux.

[*Traduction*]

Au nom des membres du comité, je tiens également à remercier les braves soldats qui ont su protéger les Canadiens. Je remercie aussi la population de son appui et de sa solidarité au cours de cette période difficile.

[*Français*]

À nos collègues, nous tenons à leur dire que bien que nous ne soyons pas à Ottawa, nous continuons à nous acquitter de notre devoir parlementaire et de servir les Canadiens. À ce moment-ci, je vous demanderais, si ça ne vous dérange pas, d'observer une minute de silence en l'honneur des gens qui sont décédés hier... de la personne qui est décédée hier.

[*Traduction*]

Merci.

[*On observe un moment de silence.*]

[*Français*]

Le président : Dans le cadre de l'étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications, nous accueillons le Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(e)s de Radio-Canada. Nous entendrons Isabelle Doyon, présidente de la section 675; Nathalie Blais, conseillère à la recherche, et Adrien Caissie, président local de Moncton.

Merci de votre présence. Nous sommes ici pour vous écouter.

[*Traduction*]

Les témoins étayeront leur discours d'un document qui comporte un tableau indiquant les diverses parts de marché. Si le sénateur Plett ne voit pas d'objection à ce qu'il soit présenté, je crois que ce serait un excellent point de référence. Nous ferions traduire le document pour l'envoyer à tous les membres.

[*Français*]

Madame Blais ou madame Doyon, la parole est à vous.

Isabelle Doyon, President, SCFP Local 675, Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada: Good morning, honourable senators. Thank you for meeting with us.

We have come before you today because you invited us to talk about the challenges faced by the CBC in the regions in terms of the changing communications environment. CUPE represents roughly 1,800 CBC/Radio-Canada employees throughout Quebec and in Moncton.

I will begin by saying that the Broadcasting Act gives the public broadcaster specific obligations with respect to the regions. CBC must provide programming that reflects “. . . Canada and its regions . . . while serving the special needs of those regions.” The purpose of this provision is twofold: first, to ensure that we cover and talk about the various regions throughout the country and, second, to enable people who live in these regions to see their way of living and circumstances reflected in the media.

The repeated budget cuts to the public broadcaster since 2009, along with the resulting staff reductions, are threatening this part of its mandate. The main challenge for the CBC/Radio-Canada regional stations is to continue delivering relevant local programming, without compromising its quality and quantity, despite a difficult economic environment.

Nathalie Blais, Research Advisor, Canadian Union of Public Employees: The financial situation of general interest television stations across the country has been poor for the past few years. In the private sector, the growth rate of local advertising revenue is negative in all regions except Ontario and Quebec.

At CBC/Radio-Canada, advertising sales were growing over the past five years. However, the National Hockey League lockout took a significant toll on advertising revenues in 2013.

CBC/Radio-Canada is facing reduced commercial revenues for the next four years, given that it will no longer get a penny from the ads shown during “Hockey Night in Canada.” After that, the public broadcaster will have to add 360 hours of programming to its schedule to replace hockey, which will necessarily increase its programming expenses.

Last spring, the president and CEO of CBC/Radio-Canada offered the following analysis, and I quote:

Local television is especially under threat following the elimination by the CRTC of the Local Programming Improvement Fund (LPIF). In many cases, there simply isn't an economic model to support it. For that reason, we don't think the privates will stay, except maybe in the most

Isabelle Doyon, présidente, SCFP section 675, Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada : Bonjour, monsieur le président et honorables sénateurs — puisqu'il n'y a pas de sénatrices ce matin avec nous. Je vous remercie de nous recevoir.

Nous sommes devant vous aujourd'hui parce que vous nous avez invités à vous parler des défis que doit relever Radio-Canada sur le plan régional, dans le contexte de l'évolution du milieu des communications. Le SCFP représente environ 1 800 personnes qui travaillent à Radio-Canada dans tout le Québec et à Moncton.

Pour entrer dans le vif du sujet, mentionnons d'abord que la Loi sur la radiodiffusion donne des obligations particulières au diffuseur public en ce qui concerne les régions. Radio-Canada doit offrir une programmation qui rend compte « [...] de la diversité régionale du pays [...] tout en répondant aux besoins particuliers des régions. » L'objectif de cette disposition est double : d'une part, faire en sorte que l'on parle des différentes régions dans tout le pays et, d'autre part, permettre aux gens qui habitent ces régions de voir leurs réalités transposées dans les médias.

Avec les compressions à répétition vécues par le diffuseur public depuis 2009 et les réductions de personnel qui en découlent, la réalisation de cette partie du mandat de Radio-Canada est menacée. Le principal défi des stations régionales de la SRC est donc de continuer à offrir une programmation locale pertinente, de qualité et en quantité, malgré un contexte économique difficile.

Nathalie Blais, conseillère à la recherche, Syndicat canadien de la fonction publique : Depuis quelques années, la situation financière des stations de télévision généralistes est mauvaise partout au pays. Dans le secteur privé, la croissance des revenus publicitaires locaux est négative dans toutes les régions sauf en Ontario et au Québec.

À Radio-Canada, les ventes de publicité ont été en croissance au cours des cinq dernières années. Toutefois, le lock-out dans la Ligue nationale de hockey a eu un impact à la baisse important sur les revenus publicitaires en 2013.

La SRC doit donc appréhender des revenus commerciaux à la baisse pour les quatre prochaines années compte tenu du fait qu'elle ne touchera plus un sou de la publicité diffusée pendant l'émission *Hockey Night in Canada*. Par la suite, le diffuseur public devra ajouter 360 heures de programmation à sa grille pour remplacer le hockey, ce qui augmentera forcément ses dépenses de programmation.

Au printemps dernier, le PDG de Radio-Canada faisait l'analyse suivante, et je cite :

La télévision locale est particulièrement menacée à cause de l'élimination par le CRTC du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale. Dans de nombreux cas, il n'y a simplement pas de modèle économique viable pour la soutenir. Pour ces raisons, nous ne croyons pas que les

populated cities in the country. Should we exit now or be the last broadcaster offering local news? Can we fulfill our mandate in the regions differently?

CUPE believes that the public broadcaster must absolutely continue its operations in the regions. CBC/Radio-Canada has a legal obligation to provide — on radio and television, in French and English — programming that informs, enlightens and entertains, while meeting the needs of the regions. The presence of CBC/Radio-Canada across the country is particularly necessary in light of the fact that private broadcasters could well abandon that market.

Adrien Caissie, Local President - Moncton, SCFP Local 5757, Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada: Private broadcasters are not the only one affected by the elimination of the Local Programming Improvement Fund. The fund earned over \$40 million per year for CBC/Radio-Canada, which used the money to enrich its regional programming. These improvements are being jeopardized by the public broadcaster's budget problems. Nevertheless, in its 2015-20 five-year plan, CBC/Radio-Canada says it wants to do the following, and I quote:

. . . preserve its geographical presence, to be even more local . . .

That is the end of the quotation.

We find it difficult to see how CBC/Radio-Canada could do that with fewer staff. In Moncton, where I used to work as an editor, our union represented 54 permanent employees in 1998. We are now about 40, and we think that fewer than 30 technicians and artists will remain when we move to smaller facilities next spring, as planned.

Having fewer workers in regional stations means having fewer journalists and fewer cameramen on the ground. It means less time to do research, to find guests, to do interviews. It also means that we deliver less in-depth news because the same team has to supply television, radio and Web content. Having fewer workers ultimately means fewer programs made in the region, less filming outside studios and less contact with communities.

There has already been some criticism of CBC/Radio-Canada in the regions. Canadians tell us they are disappointed that our reports no longer cover all aspects of the news. Others argue that there is not enough information in our regional newscasts — and they are quite right. Over one news hour, less than 30 minutes are dedicated to local news. The rest comes from elsewhere in the country, mainly from Quebec.

In addition, the 2015-20 plan calls for a shift to digital and mobility, which changes the priorities of the public broadcaster. As part of this shift, information programming on television and

radiodiffuseurs privés continueront à s'investir dans les régions, à l'exception peut-être des plus grandes villes canadiennes. Devrions-nous alors nous retirer avant eux ou devrions-nous être le dernier à s'intéresser aux nouvelles locales et à en diffuser?

Le SCFP croit que le diffuseur public national doit absolument poursuivre ses opérations en région. Radio-Canada a l'obligation légale d'offrir — à la radio et à la télévision; en français et en anglais — une programmation qui renseigne, éclaire et divertit, tout en répondant aux besoins des régions. La présence de la SRC d'un bout à l'autre du pays est d'autant plus nécessaire que les diffuseurs privés pourraient éventuellement délaisser ce marché.

Adrien Caissie, président local - Moncton, SCFP section 5757, Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada : La télévision privée n'est pas la seule touchée par la disparition du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale. Ce fonds rapportait plus de 40 millions de dollars par année à Radio-Canada qui l'a utilisé pour enrichir sa programmation en région. Ces améliorations sont remises en question par les difficultés budgétaires du diffuseur public. Malgré tout, dans son plan quinquennal de 2015-2020, Radio-Canada dit vouloir ce qui suit, et je cite :

[...] préserver sa présence géographique pour être encore plus locale [...]

Fin de la citation.

Nous voyons difficilement comment Radio-Canada pourrait y parvenir avec moins de personnel. À Moncton, où je travaille comme monteur, notre syndicat représentait 54 employés permanents en 1998. Nous sommes maintenant environ 40 et nous croyons qu'il restera moins de 30 techniciens et artisans lors du déménagement prévu dans des locaux plus petits, au printemps prochain.

Avec moins de travailleurs dans les stations régionales cela signifie moins de journalistes et moins de caméramans sur le terrain. Cela veut aussi dire moins de temps pour faire de la recherche, pour trouver des invités, pour faire des entrevues. Cela veut aussi dire offrir des nouvelles qui ont moins de profondeur parce que la même équipe doit alimenter la télévision, la radio et le Web. Moins de travailleurs, c'est finalement moins d'émissions réalisées en région, moins de tournages à l'extérieur des studios et moins de contacts avec les communautés.

Il y a déjà des critiques à l'endroit de Radio-Canada en région. Les citoyens nous disent être déçus que nos reportages ne présentent plus toutes les facettes de la nouvelle. D'autres affirment qu'il n'y a pas assez d'information régionale dans nos bulletins — et ils ont raison! Sur une heure de nouvelles, moins de 30 minutes sont consacrées à l'information locale. Le reste vient d'ailleurs au pays, principalement du Québec.

Par ailleurs, le plan 2015-2020 prévoit un virage vers le numérique et la mobilité qui modifie les priorités du diffuseur public. Dans ce cadre, l'information à la télévision et à la radio

regional radio, which is the focus of CBC/Radio-Canada's activities in the regions, will see its resources decrease by 2020. This strategy gives us great concern. It will lead to the loss of professional expertise that will be impossible to rebuild.

The public broadcaster therefore faces another challenge. It must maintain what it has done in the regions, in spite of the changes that are under way. The CUPE unions at CBC are aware of the need to innovate on new platforms. However, this shift to digital must not be made too quickly, improperly or for the wrong reasons.

For example, Canadians love audiovisual programming on the Internet, so we feel it is illogical for CBC to get rid of its regional television studios. CBC could use them to produce a variety of regional audiovisual products for television, the Internet or tablets.

Ms. Doyon: CUPE is also opposed to CBC's application to the CRTC to stop using its digital transmitters for television. CBC is a publicly funded public broadcaster and as such must send out its signals free of charge to the widest possible audience over the public airwaves.

If CBC's transmitters were shut down, 15 per cent of taxpayers would no longer have access to the only broadcaster that offers a national perspective on Canadian and international events. Francophones outside Quebec who do not have cable would lose access to the only television station broadcasting in their mother tongue on local issues.

We feel that the scope of CBC's planned shift to digital and the speed at which it wants to proceed are motivated primarily by the expected savings. However, those savings have yet to be proven, because right now people tend to watch television and listen to the radio on the Internet in addition to, not instead of, doing so on conventional devices.

It would be a shame if CBC were to lose its regional expertise because it tried to modernize too quickly in order to balance its budget. The corporation's plan for 2015-20 should be not only economically viable, but culturally and socially viable as well. The regions should also benefit, because under the Broadcasting Act, CBC's mission includes meeting their needs.

Regardless of the medium it uses to broadcast its programming, the public broadcaster has a mission to fulfill, and it must therefore be properly funded. CBC cannot constantly sacrifice its employees to balance its budget without hurting its regional mission. The corporation needs a stable budget. The government must live up to its responsibilities in this regard.

régionale, qui est le cœur des activités de Radio-Canada en région, verra ses ressources diminuer d'ici 2020. Cette stratégie nous inquiète au plus haut point. Elle va causer la disparition d'une expertise professionnelle qu'il sera impossible de rebâtir.

Le diffuseur public a donc un autre défi à relever. Il doit préserver ses acquis dans les régions, malgré la transformation en cours. Les syndicats SCFP de Radio-Canada sont conscients de la nécessité d'innover sur de nouvelles plateformes. Il faut cependant éviter que ce virage numérique soit fait trop rapidement, de la mauvaise façon ou pour les mauvaises raisons.

Par exemple, puisque les Canadiens sont friands de programmation audiovisuelle sur Internet, il est illogique à notre avis que Radio-Canada se départisse de ses studios de télévision en région. Ceux-ci pourraient lui permettre de tourner différents produits audiovisuels à saveur régionale, que ce soit pour la télévision, Internet ou une tablette.

Mme Doyon : Le SCFP s'oppose également à la demande faite par Radio-Canada au CRTC de cesser d'utiliser ses émetteurs numériques pour la télévision. Radio-Canada est un diffuseur public, financé par des fonds publics, et à ce titre, il doit offrir ses signaux gratuitement au plus grand nombre via les ondes publiques.

Accepter la fermeture des émetteurs de Radio-Canada priverait 15 p. 100 des contribuables d'un accès au seul diffuseur offrant une perspective nationale des événements canadiens et internationaux. Les francophones hors Québec qui ne sont pas câblés perdraient quant à eux l'accès à la seule station de télévision s'exprimant dans leur langue maternelle sur des sujets locaux.

L'ampleur du virage numérique planifié par Radio-Canada et, surtout, la vitesse à laquelle on souhaite l'entreprendre nous semblent avant tout motivées par les économies envisagées. Des économies qui restent à démontrer, car pour l'instant, la consommation de télévision ou de radio sur Internet a tendance à s'ajouter à l'écoute sur les appareils conventionnels, et non à la remplacer.

Il serait dommage que Radio-Canada perde son expertise en région pour avoir voulu se moderniser trop rapidement afin d'équilibrer son budget. Le plan mis de l'avant par la SRC pour 2015-2020 devrait non seulement être rentable économiquement, mais aussi culturellement et socialement. Les régions devraient également y trouver leur compte, puisque Radio-Canada a pour mission de répondre à leurs besoins, en vertu de la Loi sur la radiodiffusion.

Quel que soit le média utilisé pour transmettre sa programmation, le diffuseur public a une mission à remplir et il doit être financé adéquatement pour y arriver. Radio-Canada ne peut constamment sacrifier ses employés pour équilibrer son budget sans porter atteinte à sa mission en région. La SRC a besoin de stabilité budgétaire. Le gouvernement doit assumer ses responsabilités à cet égard.

Thank you. We are ready to answer your questions now.

The Chair: Thank you to all three of you.

[English]

Senator Plett will have questions for you.

Senator Plett: Thank you to the witnesses for being here.

Clearly, CBC/Radio-Canada needs to provide a service that the viewers want. It has to be based on viewership. It has to be based on people wanting it, not based on what employees want, not based on what management wants, and they need to try to do that within the means that is given to them.

I've heard you say today that CBC/Radio-Canada should not do things at the expense of their employees, and I appreciate and respect that opinion. You've talked about them doing more local news versus national news. We visited the studio just down the street here earlier this morning, and we were told that, in fact, they were doing, in their opinion, more local news than national news here. The six o'clock show, for example, would run completely local news, and people would sometimes phone to complain and say, "Why aren't you doing national?" They would be told, "Well, you can go to other stations for national. This time we do the local."

So keeping viewership in mind, not employees, first of all, what is the overall market share of CBC/Radio-Canada out of Quebec City? What are the ratings? If you could simply name two things that they would do to help the viewers, not you as staff, but the viewers, what would those two things be?

[Translation]

Ms. Blais: I have to say that we do not have the ratings for the Quebec City station specifically. However, we do have the ratings for the Moncton station, which is about the same size. I do not know if you know the number off the top of your head, Adrien, or if you would like me to give it, but I remember that it is about 50 per cent. In fact, if memory serves, 42 per cent of the people in the Moncton area watch local CBC programming, so there is a great deal of interest in local programming. CUPE recently took part in CRTC hearings on the future of television, not just at CBC, but across the country. According to independent private broadcasters, their local programming is more popular than the programming on the networks with which they are affiliated. People generally want news about what is going on around them, and I think that is a good way to interest them. You ask me what CBC can do for people. It can offer local information. For example, the station in Moncton — perhaps Adrien can expand on this, since he works there — covers the whole Atlantic region, which is huge. When we talk about local and regional news and how there is 30 minutes of news a day, there is certainly more than

Nous vous remercions. Nous sommes maintenant prêts à répondre à vos questions.

Le président : Nous vous remercions tous les trois.

[Traduction]

Le sénateur Plett a quelques questions.

Le sénateur Plett : Je remercie les témoins de leur présence.

De toute évidence, CBC/Radio-Canada doit fournir le service qu'attend le public. C'est une question d'auditoire. La programmation doit correspondre à ce que le public veut et non à ce que les employés ou la direction veulent, dans le respect de l'enveloppe octroyée.

Vous dites aujourd'hui que CBC/Radio-Canada ne devrait pas agir aux dépens de ses employés. C'est une opinion que je comprends et que je respecte. Vous avez dit que l'information nationale devrait laisser davantage de place à l'information régionale. Ce matin, nous avons visité le studio qui se trouve à quelques immeubles d'ici. L'équipe nous a affirmé que, à son avis, elle laisse plus de place à l'information régionale qu'à l'information nationale. Le bulletin de 18 heures, par exemple, se compose uniquement de nouvelles régionales. Il arriverait même que des auditeurs appellent pour se plaindre de l'absence de nouvelles nationales. On leur répond alors de se tourner vers d'autres chaînes, car le bulletin de 18 heures est réservé à l'information régionale.

Compte tenu de l'auditoire, et non des employés, quelles sont, tout d'abord, les parts globales de marché de CBC/Radio-Canada à Québec? Quelles sont les cotes d'écoute? En tant qu'auditeurs et non qu'employés, pouvez-vous nommer deux choses que CBC/Radio-Canada peut faire pour les auditeurs?

[Français]

Mme Blais : Pour ce qui est des cotes d'écoute spécifiques à la station de Québec, on doit admettre qu'on ne les a pas. Par contre, on a celles de Moncton, qui est une station à peu près de la même taille. Je ne sais pas si tu as les chiffres en tête, Adrien, ou si tu veux que je les donne, mais de mémoire, c'est à peu près 50 p. 100. En fait, c'est 42 p. 100, si je me souviens bien, des gens de la région de Moncton qui écoutent la programmation locale de Radio-Canada. Donc, il y a vraiment un grand intérêt pour la programmation locale. Le SCFP a participé dernièrement au CRTC à des audiences sur l'avenir de la télé, non seulement au sein de Radio-Canada, mais aussi pour toute la télé au Canada. Selon les témoignages des télédiffuseurs privés indépendants, leur programmation locale est plus populaire que celle des réseaux auxquels ils sont affiliés. Généralement, les gens tendent à vouloir avoir des nouvelles de ce qui se passe autour d'eux, et je pense que c'est une bonne façon de les intéresser. En fait, vous me demandez qu'est-ce que Radio-Canada peut faire pour les gens. Et ce qu'elle peut faire c'est offrir de l'information locale. Par exemple, la station de Moncton — peut-être qu'Adrien peut ajouter des

30 minutes of news to cover in that whole area, which includes Newfoundland, Nova Scotia, Prince Edward Island and New Brunswick.

[English]

Mr. Caissie: I would like to add that what happens if we don't have the means to do the local news, we just take news from Quebec, Ontario or Toronto and we complete our newscast with items from outside. That's what happens right now. So if we would have more means, we could do more local news. We have to make choices.

Senator Plett: What would you consider local news? I mean, we're talking Moncton, Atlantic Canada, Quebec. How large of a region is "local"? How many different stations do we need to present everybody with local news?

I'm from Manitoba. We have Radio-Canada in Saint-Boniface and I know that they actually cover the province of Manitoba. We're a province of a million people. I would consider that if they cover the province of Manitoba, they're covering local news. So would you agree that local news would be provincial or is local news even more local than province wide?

Mr. Caissie: In my case, I would say regional news. I'm talking about local news and regional news which would be the four Atlantic provinces, in French.

Senator Plett: The four Atlantic Provinces would be local to you?

Mr. Caissie: Yes.

Senator Plett: Thank you.

[Translation]

Ms. Blais: I would like to add that CBC has obligations to the CRTC. CBC has broadcasting licences that call for a certain amount of local programming for each station. The CRTC defines local programming as programming intended for the people who receive the CBC signal. If you receive the signal via the CBC, you are in the coverage area. CBC must provide local coverage in that area. Once you go outside that area, you are in the regional part. According to the CRTC regulations, when we are talking about the four Atlantic provinces, that is the region, and at that point, we are no longer necessarily talking about specifically local information.

I could give you another example. Station V, which is an independent network in Quebec, stopped providing local programming for a while. In fact, it gradually reduced its local

précisions là-dessus puisqu'il travaille là-bas — couvre une énorme région, soit tout l'Atlantique. Lorsqu'on parle de nouvelles locales et régionales et qu'on dit qu'on en fait 30 minutes par jour, il y a certainement plus que 30 minutes de nouvelles à couvrir dans tout ce territoire qui comprend Terre-Neuve, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick.

[Traduction]

M. Caissie : J'ajouterais que, lorsque nous n'avons pas les moyens de présenter un bulletin réservé à l'information locale, nous puisons à même les nouvelles du Québec, de l'Ontario ou de Toronto pour le compléter. C'est ce qui se passe actuellement. Si notre enveloppe était plus élevée, nous pourrions présenter davantage de nouvelles locales. Nous devons faire des choix.

Le sénateur Plett : Qu'entendez-vous par « nouvelles locales »? Nous parlons de Moncton, des provinces de l'Atlantique ou de Québec. À quel territoire correspond un contenu « local »? Combien de stations faudrait-il pour présenter du contenu local à tous les Canadiens?

Je viens du Manitoba. Il y a une station de Radio-Canada à Saint-Boniface. Elle sert le Manitoba, qui compte 1 million de personnes. Personnellement, je dirais qu'une station qui couvre ce qui se passe au Manitoba couvre l'information locale. Convenez-vous que l'information locale peut viser l'échelle provinciale ou doit-elle se limiter à un territoire plus petit que celui d'une province?

M. Caissie : Dans mon cas, je parlerais d'information régionale. Je parle de l'information locale et régionale, celle qui couvre les quatre provinces de l'Atlantique, en français.

Le sénateur Plett : Pour vous, les quatre provinces de l'Atlantique, c'est local?

M. Caissie : Oui.

Le sénateur Plett : Merci.

[Français]

Mme Blais : J'aimerais ajouter que Radio-Canada a des obligations envers le CRTC. Radio-Canada détient des licences de radiodiffusion qui prévoient pour chaque station une certaine quantité de programmation locale définie. Le CRTC la définit comme étant une programmation qui s'adresse aux gens qui reçoivent le signal de Radio-Canada. Donc, si vous recevez son signal via l'antenne de Radio-Canada, vous êtes dans sa zone de desserte. Et c'est dans celle-ci que Radio-Canada doit faire sa couverture locale. Lorsque vous dépassez cette zone, vous êtes dans la partie régionale. Donc, selon les règlements du CRTC, quand on parle des quatre provinces de l'Atlantique, vous êtes plutôt dans la région. Et, à ce moment-là, on n'est plus nécessairement dans une information spécifiquement locale.

Je pourrais vous donner un autre exemple : la station V, qui est un réseau indépendant au Québec, a cessé de faire de la programmation locale pendant un certain temps. En fait, elle a

programming. Moreover, it included provincial news in the news from the Quebec City station. For example, all the news about the National Assembly was considered news from Quebec City, but there was no news about what was happening at city hall, Quebec City's economy, various events or community life. The news was about what was going on in the National Assembly, and that was included in local programming. The CRTC said that it was not local programming, because provincial information is intended for a larger audience. I do not know whether you grasp the difference between local programming and provincial programming.

[English]

Senator Plett: Maybe I'm not understanding it entirely correctly, but I'm getting the idea that your desires are not necessarily what Adrien's desires are. I'm not sure, but Adrien said that he would consider the Atlantic provinces local. The people in Prince Edward Island may not care what's happening at the legislature in Halifax, so they might not consider that local. So again, I don't think it's viable for Radio-Canada to have productions in literally every city or town in Atlantic Canada. Quebec is a larger province. What in Quebec might be a couple of cities would be the same as all of Atlantic Canada. So I'm not sure; were your wishes different than Adrien's, or did I not understand?

Ms. Blais: I was more talking about the regulatory side of things. That's why there's a difference between what he said and what I said. "Local" is considered by the CRTC to be more community-based.

Senator Plett: Okay.

Ms. Blais: So I think this refers more to what you asked.

For the Atlantic region, considering the population, it's normal that you have one big regional station. Moncton is a bigger station like Quebec City is a bigger station. Then you have small bureaus that gather news for that bigger station, and that's the way you cover the Atlantic region.

Senator Plett: Further on that, when we were in Halifax two days ago, we were talking about local news as well. One of the witnesses said if there is a significant francophone population, there should be a presence, and my question then was, "What is a significant population?" I got two different answers. One of the answers was that if there is a francophone school, that might be considered a significant population. I thought that was maybe even a little tight, and it would be a little difficult to do, but then the next answer was that if there is more than one francophone person, it's a significant population. Well, I really thought that was going over the top.

grandement réduit sa quantité de programmation locale. De plus, dans le cadre des nouvelles de la station de Québec, ils présentaient des nouvelles provinciales. Par exemple, toutes les nouvelles de l'Assemblée nationale étaient considérées comme des nouvelles de Québec. Toutefois, on ne parlait pas de ce qui se passait à l'hôtel de ville, de l'économie de la ville de Québec, des faits divers, de la vie communautaire à Québec. On parlait de ce qui se passait au Parlement et cela était calculé dans la programmation locale. Puis, le CRTC a dit non, que ce n'était pas de la programmation locale puisqu'une information provinciale s'adresse à un plus large auditoire. Je ne sais pas si vous saisissez bien la différence entre les deux : la programmation locale et la programmation provinciale.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Je ne saisis pas très bien la distinction, mais j'ai l'impression que ce que vous désirez ne correspond pas nécessairement à ce qu'Adrien désire. J'ai peut-être mal compris, mais Adrien a dit que, pour lui, les provinces de l'Atlantique, c'est local. Or, les Prince-Édouardiens n'ont peut-être rien à faire de ce qui se passe à l'Assemblée législative de la Nouvelle-Écosse, à Halifax, alors peut-être qu'ils ne considéreraient pas cela comme du contenu local. Encore une fois, je ne pense donc pas qu'il soit rentable pour Radio-Canada de produire des émissions dans chaque ville ou chaque localité du Canada atlantique. Le Québec est une grande province. Ce qui ne représente que quelques villes au Québec correspond à toutes les provinces de l'Atlantique. Je suis dubitatif. Souhaitez-vous la même chose qu'Adrien ou ai-je mal compris?

Mme Blais : Je parlais du côté réglementaire des choses. C'est ce qui explique les divergences entre nos propos. Pour le CRTC, le contenu « local » se rapproche davantage de l'échelle d'une localité.

Le sénateur Plett : D'accord.

Mme Blais : Je pense que c'est ce dont vous parlez.

Dans l'Atlantique, compte tenu de la population, c'est normal d'avoir une seule grande station régionale. La station de Moncton est une grosse station, comme celle de Québec. Elle est associée à divers petits bureaux, qui recueillent les nouvelles pour elle. C'est ainsi qu'on couvre la région de l'Atlantique.

Le sénateur Plett : À ce sujet, nous étions à Halifax il y a deux jours et nous avons aussi discuté d'information locale. L'un des témoins a dit qu'il faut une présence là où il y a une importante population francophone. Je lui ai alors demandé à quoi correspondait une population importante. J'ai obtenu deux réponses. La première veut que l'existence d'une école de langue française dénote la présence d'une importante population francophone. Cette définition m'a semblé un peu restreinte et, par conséquent, difficile à appliquer. Or, la réponse suivante a été que dès qu'il y avait plus d'un francophone, il s'agissait d'une population importante. Je trouve que c'est exagéré.

Manitoba has a fairly large francophone population. My riding federally of Provencher has the most francophones, most French-speaking people outside the province of Quebec. That's my riding. I should be able to speak French considering that. Yet, when we go west, when we go into Saskatchewan and Alberta, we get fewer French-speaking people. What kind of resources should there be put into these areas?

Now I understand that in Atlantic Canada clearly there are a lot of francophones, especially in New Brunswick, but to what extent should we put in resources? Should we take a chunk of Radio-Canada's budget and say, "Well, obviously, we'll spend a larger chunk in Atlantic Canada," and should we decline as we go further west? How many people do we need to have before we provide them with services? Everybody should be entitled to services; I understand that. There are two official languages. So where do we go?

We have heard — and you even eluded to it in your presentation — very clearly from some witnesses that CBC overall should not be a national broadcaster. That was never their mandate. Their mandate was to be a regional and local broadcaster supplying services to all of our country in both official languages. And "national" maybe isn't fare. I should maybe go further and say even "international." We have a situation in Africa with the Ebola crisis, and we have a situation in the Middle East with ISIL. All the major networks are there. Is it necessary for CBC to be there? Quite frankly, if I want to know what's happening in Syria, I can go to CTV or Global and find out. But if I want to know what's happening in my local town, CTV and Global, unless they're going to make money there, don't care what's happening in my town. So should CBC get out of the international coverage at least and become just a local and regional station?

I know there are a few questions in there. Certainly you can speak French. We have good interpretation, so whatever you're comfortable with.

[*Translation*]

Ms. Blais: As far as CBC is concerned — In fact, your question is whether CBC should be a regional broadcaster instead of a national or international broadcaster. First, under the Broadcasting Act, CBC must provide international service. Second, I am not as familiar with the English-language market, but do CTV and Global really have Canadian journalists on the ground in Syria, for example? Is that what you said?

[*English*]

Senator Plett: If I want to know what's going on there, CTV and Global are out there as well.

Une bonne proportion de la population manitobaine est francophone. Ma circonscription fédérale, Provencher, est celle qui, à l'extérieur du Québec, compte le plus de francophones, le plus de personnes d'expression française. C'est ma circonscription. Dans ce contexte, je devrais pouvoir m'exprimer en français. Pourtant, lorsque nous allons dans l'Ouest, lorsque nous allons en Saskatchewan ou en Alberta, moins de personnes s'expriment en français. Quel genre de ressources faudrait-il investir là-bas?

Il y a manifestement beaucoup de francophones dans les provinces de l'Atlantique, surtout au Nouveau-Brunswick, mais quelles devraient être les ressources affectées là-bas? Faudrait-il prendre une partie de l'enveloppe budgétaire de Radio-Canada et dire : « De toute évidence, nous en dépenserons une plus grosse partie dans l'Atlantique » pour ensuite réduire la proportion de l'enveloppe au fur et à mesure qu'on va vers l'Ouest? Combien de francophones faut-il pour que nous leur offrions des services? Tout le monde devrait jouir des services auxquels il a droit. Je comprends cela. Il y a deux langues officielles. Que faire?

On a entendu des gens — vous y avez même fait allusion dans votre présentation — dire très clairement que CBC/Radio-Canada ne devrait pas être un diffuseur national. Or, cela n'a jamais été son mandat. Son mandat, c'est d'être un diffuseur régional et national qui offre des services à tous nos concitoyens, dans les deux langues officielles. Il est peut-être même inexact d'employer le mot « national ». Je devrais peut-être aller encore plus loin et dire « international ». L'Afrique est aux prises avec l'épidémie d'Ebola, et l'EIL sévit au Moyen-Orient. Est-il nécessaire pour CBC/Radio-Canada d'aller sur place? Très honnêtement, si je veux apprendre ce qui se passe en Syrie, je peux écouter CTV ou Global. Cependant, si je m'intéresse à ce qui se passe dans ma propre localité, CTV et Global ne me sont d'aucune utilité. S'il n'y a pas de profit à faire dans ma localité, ils ne s'intéressent pas à ce qui s'y passe. Serait-il souhaitable que CBC/Radio-Canada abandonne pour le moins sa couverture internationale pour ne devenir qu'une station strictement locale et régionale?

Je sais que je vous ai posé plusieurs questions. N'hésitez pas à répondre en français. Nous avons d'excellents interprètes. Sentez-vous très à l'aise.

[*Français*]

Mme Blais : Pour ce qui est de la CBC... En fait, la question que vous posez, c'est : est-ce que Radio-Canada ne devrait pas être un diffuseur régional plutôt qu'un diffuseur national ou international? D'abord, selon la Loi sur la radiodiffusion, Radio-Canada doit offrir un service international. Deuxièmement, je connais moins bien le marché anglophone, mais est-ce que CTV et Global ont vraiment des journalistes canadiens sur le terrain, par exemple, en Syrie? Est-ce que c'est ce que vous m'avez dit?

[*Traduction*]

Le sénateur Plett : Lorsqu'on cherche à apprendre ce qui se passe là-bas, CTV et Global assurent aussi une couverture.

Ms. Blais: With journalists in the field?

Senator Plett: Yes. CBC isn't the only one out there. And there are even American stations to tune into. Should CBC simply pick up from the journalists out there, tap into them. Do they need to send out journalists? Do we need to focus that much attention on the subject? Is that maybe where they should start saving some money?

[Translation]

Ms. Blais: I think so. We need journalists on the ground abroad, and I will tell you why. First, there is a need for a Canadian perspective. From what you say, other networks have journalists abroad, but there are none in the French-language market. TVA, the largest private network, has no journalists abroad, except for one in Washington. The V network has no one. It deals with a private news provider. If CBC did not have anyone abroad, we would never have a Canadian point of view on what is happening elsewhere in the world. That is very important to people in the French-language market.

[English]

Mr. Caissie: To answer your first question about the presence of Radio-Canada, you have to understand that our Acadian community is everywhere in Atlantic Canada. There are some communities in Newfoundland, there are some in P.E.I., Nova Scotia and a lot in New Brunswick. Radio-Canada is the only way we have to communicate between our communities. It's not TVA, a private station from Quebec that will cover news in New Brunswick. This is our only news information in French. The news bulletin, the newscast is done in Moncton for the whole region. That's how it works, and it's important for our survival, for our identity. It's important for us.

Senator Plett: But you are getting that now in all of Atlantic Canada. They are broadcasting in all of Atlantic Canada, so they don't need to change.

Mr. Caissie: No. But if we don't have the personnel, how are we going to cover the news? Right now, we have difficulty. Every time we cut personnel, we do less news and less news or not as in depth. We don't investigate as much — less research. Less work is done on each news story, so we have to make choices. For example, if we have two news stories, they're both important, but we don't have the staff. If we have file footage that would cover one story, we are going to use the file footage and read about the news. But we're going to cover the other one. So we make choices like that. Sometimes we should cover both; it's important.

Mme Blais : Avec des journalistes sur le terrain?

Le sénateur Plett : Oui. Il n'y a pas que CBC/Radio-Canada là-bas. On peut même écouter des chaînes étatsuniennes. CBC/Radio-Canada devrait-elle simplement faire appel aux journalistes qui sont sur place, recourir à leurs services? Est-il nécessaire que la société d'État envoie ses propres journalistes? Est-il nécessaire d'accorder autant d'attention au sujet? Est-ce ainsi que CBC/Radio-Canada devrait commencer à faire des économies?

[Français]

Mme Blais : Je pense que oui. On doit avoir des journalistes sur le terrain à l'étranger et je vais vous expliquer pourquoi. D'abord, il y a une perspective canadienne à présenter. D'après ce que vous me dites, il y a des journalistes d'autres réseaux qui sont à l'étranger, mais dans le marché francophone il n'y en a pas. TVA, qui est le plus gros réseau privé, n'a aucun journaliste à l'étranger, à part un qui est à Washington. Et le réseau V n'a absolument aucun journaliste. Il fait affaire avec une entreprise privée qui leur fournit les nouvelles. Donc, si Radio-Canada n'affectait personne à l'étranger, nous n'aurions jamais un point de vue canadien sur ce qui se passe ailleurs dans le monde. Dans le marché francophone, pour les gens qui parlent français, c'est un élément qui est vraiment précieux.

[Traduction]

M. Caissie : Pour répondre à votre première question, à propos de la présence de Radio-Canada, il faut comprendre qu'il y a des Acadiens dans toutes les provinces de l'Atlantique. Il y en a à Terre-Neuve. Il y en a à l'Île-du-Prince-Édouard, en Nouvelle-Écosse et, surtout, au Nouveau-Brunswick. Radio-Canada est le seul moyen de garder le contact entre eux. Ce n'est pas TVA, une station québécoise privée, qui couvrira les nouvelles du Nouveau-Brunswick. C'est notre seule source d'information en français. Le bulletin de nouvelles, le bulletin d'informations de toute la région, est enregistré à Moncton. C'est ainsi et c'est capital pour notre survie et notre identité. C'est capital pour nous.

Le sénateur Plett : Mais, actuellement, vous bénéficiez de tout cela partout dans le Canada atlantique. Radio-Canada diffuse ses émissions dans l'ensemble des provinces de l'Atlantique. Il n'y a donc rien à changer.

M. Caissie : Non. Mais si nous n'avons pas le personnel nécessaire, comment pourrions-nous couvrir la nouvelle? Actuellement, c'est difficile. Lorsqu'on coupe des postes, c'est l'information qui en souffre, que ce soit en quantité ou en profondeur. Nous ne pouvons plus enquêter autant. Il y a moins de recherche. Moins de travail peut être consacré à chaque nouvelle, ce qui nous oblige à faire des choix. Imaginons par exemple qu'il y ait deux nouvelles aussi importantes l'une que l'autre, mais que nous manquons de personnel. Si nous disposons d'images d'archives qui conviennent à l'un des deux sujets, nous les utiliserons en nous contentant de lire la nouvelle, ce qui nous

The distances are important also. If there's something important in Edmundston, it's a five-hour drive from Moncton. We have a bureau in Edmundston, but it depends on the event. Sometimes we have to cover it if it's important, or if it's something in Halifax.

Senator Plett: I guess that's my question: To what extent?

I appreciate your point. In my province, we have vast areas of no population. When we want to go from The Pas to Thompson, Manitoba, clearly with the population we can't, in my opinion, justify two centers. Then we go on to Churchill. We can't even drive there; we have to take a train or fly. So to what extent do we do what you're suggesting before it's just not feasible? We hear the argument so often in bedroom villages. I live in a bedroom village 20 kilometers from Winnipeg. I'll use an example that has nothing to do with radio, but it's the same scenario. We move to the bedroom village in Landmark, Manitoba. Manitoba, like Quebec, at least a few years ago, was kind of the hog capital of Canada. Hogs bring with them some unpleasant odours occasionally. So we have people moving to this bedroom village surrounded by hog farmers. All of a sudden they want all the farmers to close their operations because they don't like the smell; they are used to being in the city. Or in the city, we have people moving close to an airport, and they want the airport terminal to move because the planes are making too much noise.

The same thing can be said here. In the words of the one witness that we had in Halifax, two francophone people make up a "significant" population. We have a family moving somewhere and starting a little village, and now we have to accommodate that family. Is that how far we go?

[Translation]

Ms. Blais: I do not think we are talking about serving areas where there are not enough people, because that would not be reasonable. What we are saying is that with the successive cuts — I do not know if you know the numbers — 800 jobs have been eliminated since 2009. In 2012, 650 were cut, and this year, 657 were eliminated. CBC has announced that between 1,000 and 1,500 jobs will be cut in the coming years. We are concerned because we are being stretched thin at present. As Adrien said, we cannot always cover all the important news, even at the regional level. If there are further staff cuts, we are afraid that CBC will no longer be able to carry out its mission to provide local and regional information. We are not asking for — We are not asking, as you seem to be saying, for —

permettra de couvrir également l'autre. C'est le genre de choix qu'il faut faire. Parfois, il faut couvrir les deux nouvelles. C'est important.

Il faut aussi tenir compte des distances. Quand il se passe quelque chose de majeur à Edmundston, c'est à cinq heures de route de Moncton. Nous avons un bureau à Edmundston, mais ça dépend de ce qui se passe. S'il s'agit de quelque chose de majeur ou si c'est à Halifax, il faut couvrir la nouvelle.

Le sénateur Plett : J'imagine que c'est là ma question : dans quelle mesure faut-il le faire?

Je comprends ce que vous dites. Dans ma province, il y a de vastes régions inhabitées. On veut assurer une couverture du Pas jusqu'à Thompson, au Manitoba, mais, de toute évidence, compte tenu du bassin de population, on ne peut pas justifier la présence de deux centres. Il y a ensuite Churchill. Il n'y a même pas de route qui y mène. On s'y rend uniquement en train ou en avion. Dans quelle mesure devrions-nous faire ce que vous préconisez avant de décider que ce n'est tout simplement pas faisable? On invoque souvent le cas des villages-dortoirs. J'habite dans un village-dortoir situé à 20 kilomètres de Winnipeg. Voici un exemple qui n'a rien à voir avec la radio, mais le même scénario s'applique. Quelqu'un s'installe dans le village-dortoir de Landmark, au Manitoba. Le Manitoba, à l'instar du Québec, du moins il y a quelques années, c'est en quelque sorte la capitale canadienne du porc. L'élevage du porc génère parfois des odeurs déplaisantes. Donc, des gens s'installent dans le village-dortoir entouré d'élevages porcins. Tout d'un coup, les résidents demandent que tous les éleveurs cessent leurs opérations, car ils les trouvent trop nauséabondes. Ils ont l'habitude de vivre en ville. Ou encore, en ville, des gens s'installent dans les environs d'un aéroport et demandent qu'un terminal soit déplacé parce que c'est trop bruyant.

C'est un peu la même chose. Comme l'a dit un témoin à Halifax, deux francophones forment une population importante. Lorsqu'une famille déménage dans un petit village, il faudrait donc l'accueillir. Doit-on aller aussi loin?

[Français]

Mme Blais : Non, je pense que notre intervention ne vise pas à desservir de façon déraisonnable des secteurs où il n'y aurait pas suffisamment de personnes. Ce qu'on vous dit, c'est qu'avec les compressions successives — je ne sais pas si vous avez le décompte en tête —, mais depuis 2009, on a aboli 800 postes; en 2012, 650; cette année, 657. Et on nous a annoncé l'abolition de 1 000 à 1 500 postes au cours des prochaines années. Nous sommes préoccupés parce que présentement l'élastique est tendu. On ne peut pas, comme disait Adrien, toujours couvrir toutes les nouvelles qui sont importantes, même au niveau régional. Alors, si on réduit encore le personnel, on craint que Radio-Canada ne puisse plus vraiment accomplir sa mission d'information locale et régionale. On ne demande pas qu'il y ait... On ne demande pas, comme vous semblez le dire...

[English]

Senator Plett: The staff cuts are mostly in the field. Again, we were just over at the studio, and I throw this out for the record, because I found this tremendously impressive. Some of this is very relevant to your testimony when you talk about staff cuts.

There were staff cuts in the studio. Changes were made to a production studio. They used to have nine people working in this production studio that with benefits were receiving somewhere close to a \$100,000 a year — \$65,000 plus benefits, plus overtime. I'm assuming that would be somewhere in the neighbourhood of \$100,000. So we had nine people doing that.

They revamped the production studio at the cost of \$800,000. They then cut six jobs because they only needed three people now to do the work that nine people were doing before. That saved them \$600,000 a year.

I'm not talking about savings. I'm talking more about the cuts. Those are cuts that really don't impact what you're saying. So are you feeling that the major cuts are made to journalists in the field?

Mr. Caissie: In our news station in Moncton right now we have seven editing suites. The next station, we're going to have four. We have five radio studios in Moncton. We have English and French and whatever and we're going to have two. We have two people working as graphic artists; we're going to have one. These are the cuts that we're living with.

Senator Plett: Thank you, Mr. Chair.

[Translation]

The Chair: Senator Housakos, you have the floor.

Senator Housakos: Thank you, Mr. Chair. I want to welcome all the witnesses. Your presentations are very much appreciated.

I would like to make some comments and ask a few questions. First of all, the committee has done a great deal of work on this over a long time. It is interesting to hear the testimony of many people from different fields. Many witnesses say that CBC/Radio-Canada's mission is to broadcast international and national news to Canadians because it does so better than the private sector and other companies. They say that there is a need.

Other witnesses say that CBC/Radio-Canada's mission should be to broadcast local and regional programming, news and so on, because the private sector does not have the capacity. It is not viable for the private sector to go to the Northwest Territories or the francophone regions of Manitoba to provide local programming. I feel that is a very important argument, because

[Traduction]

Le sénateur Plett : La réduction des effectifs vise principalement les employés de terrain. Comme je l'ai dit, nous venons de visiter le studio. Je tiens à dire que j'ai été fort impressionné. Sous certains angles, cela rejoint ce que vous dites lorsque vous évoquez la suppression de postes.

Des postes ont été éliminés en studio. Des changements ont été apportés à un studio de production. Auparavant, neuf personnes travaillaient au studio de production. Avantages compris, elles gagnaient près de 100 000 \$ par année, soit 65 000 \$, plus les avantages et les heures supplémentaires. J'imagine que ça totalise dans les 100 000 \$. Il y avait donc neuf personnes dans cette situation.

Le studio de production a été remis à neuf, pour une facture de 800 000 \$. On a ensuite aboli six postes, car il suffisait maintenant de trois personnes pour accomplir le même travail, ce qui représente une économie de 600 000 \$ par année.

Je ne parle pas d'économies, mais plutôt de l'élimination des postes, qui n'a vraiment pas les conséquences que vous évoquez. Avez-vous l'impression que les compressions frappent surtout les journalistes sur le terrain?

M. Caissie : La station de nouvelles de Moncton compte actuellement sept suites de production. Il n'y en aura plus que quatre. Nous avons cinq studios de radiodiffusion à Moncton. Il y en a une en français, une en anglais et d'autres encore. Il n'y en aura plus que deux. Nous avons deux graphistes. Nous n'en aurons plus qu'un. Voilà les compressions avec lesquelles nous devons composer.

Le sénateur Plett : Merci, monsieur le président.

[Français]

Le président : Sénateur Housakos, vous avez la parole.

Le sénateur Housakos : Je vous remercie, monsieur le président, et je souhaite la bienvenue à tous les participants du présent comité. Vos présentations sont très appréciées.

J'aimerais faire quelques commentaires et poser quelques questions. Tout d'abord, le comité a fait beaucoup de travail depuis longtemps à ce sujet. C'est intéressant d'entendre les témoignages de nombreuses personnes provenant de divers domaines. Bon nombre de témoins affirment que Radio-Canada/CBC a comme mission de diffuser les nouvelles internationales et les nouvelles nationales aux Canadiens parce que cette station le fait mieux que le secteur privé et les autres entreprises. Et qu'il y a là un besoin.

Selon d'autres témoins, il faudrait confier une mission qui permettrait de diffuser une programmation locale et régionale, les nouvelles, et cetera, parce que le secteur privé n'a pas la capacité. Ce n'est pas rentable pour le secteur privé d'aller aux Territoires du Nord-Ouest dans les régions francophones du Manitoba pour assurer une programmation locale. Selon moi, c'est un argument

there are anglophone and francophone minorities across Canada. We cannot abandon them because the private sector does not see any economic benefit in going there.

However, we must not forget that CBC/Radio-Canada's mission, which the federal government established a long time ago, is very specific, and it is to promote Canadian culture.

It is to promote Canadian content in the development of Canadian films and in the Canadian production sector. I feel that over time, CBC and Radio-Canada have developed along the lines of other broadcasters. Now they work to get high ratings like Global or TVA. They compete in the national news sector and so on. In my opinion, they have abandoned the development side of their mission and promoted their local and regional interests. And gradually, they have forgotten the regional mission that the federal government gave them.

I would like to know what you think about my comments. As committee members, we have to be able to make recommendations at the end of this process. Up to now, several of our colleagues and I have had the feeling that CBC/Radio-Canada is trying to be all things to all people. However, at the end of the day, you have to choose your niche and work hard to develop it.

Ms. Blais: I will start with the question of the niche, because a public broadcaster takes on a specific mission. You talked about private broadcasters who do not see any economic benefit in going into certain regions. The public broadcaster does that. It also covers the regions with linguistic minorities. In the same way, I believe that the public broadcaster should not be slotted into a very specific niche. It should also be able to offer programs that please everyone, for example, a sports program that would please Senator Plett, a program on economics that would please you and a science program that would please Isabelle. Who other than CBC broadcasts science programs? No one.

As for the regional aspect, we are concerned about the new 2015-20 plan. We really get the feeling that CBC will be gutted because we are told that the corporation wants to be more regional, but at a lower cost. Certainly, savings can be achieved through automation, especially in the studios. But there is a limit to the savings that technology can produce. When you have to produce content — and I worked in a newsroom for a long time — you need to think about what you are going to present and make sure the facts are checked and accurate. You need to meet with people, a little like you do here, to get different points of view. All that takes time. If you ask your journalist to be a cameraman, editor and journalist and then send his report to the station from outside, you are cutting two-thirds of the time he has to do his work. That is what we are really concerned about. Yes,

très important parce que partout au Canada on retrouve des minorités anglophones et des minorités francophones. On ne peut pas les laisser tomber parce que le marché privé ne voit pas un intérêt économique d'aller là.

D'un autre côté, il ne faut pas oublier que la mission de CBC/Radio-Canada, mise en place il y a longtemps par le gouvernement fédéral, est très précise, et c'est la promotion de la culture canadienne.

Il faut faire progresser le contenu canadien dans le secteur de développement des films canadiens ou de production canadienne. Selon moi, ce qui est arrivé à la CBC et à Radio-Canada au fil du temps, c'est qu'ils se sont développés selon le même modèle que les autres télédiffuseurs. Ils travaillent pour obtenir une cote d'écoute importante comme Global ou TVA. Ils font concurrence dans le secteur des nouvelles nationales, et cetera. À mon avis, ils ont laissé tomber leur aspect de développement et ont mis de l'avant leurs intérêts locaux ou régionaux. Et ils ont oublié, tranquillement, la mission régionale que leur avait confiée le gouvernement fédéral.

J'aimerais savoir ce que vous pensez des commentaires que je viens de faire? En tant que membres du comité, on doit être en mesure de proposer quelques recommandations à la fin du présent exercice. Et jusqu'à présent, moi-même et plusieurs de nos collègues ont l'impression que Radio-Canada/CBC essaie d'être, comme on dit en anglais : « *All things to all people* ». Mais, à la fin de l'exercice, il faut choisir notre créneau et travailler fort pour le développer.

Mme Blais : Je vais commencer par la question du créneau, parce qu'un diffuseur public assume une mission particulière. Vous avez parlé des diffuseurs privés qui ne voient pas l'intérêt économique d'aller dans certaines régions. C'est le diffuseur public qui s'en charge. C'est lui aussi qui couvre les régions comportant des minorités linguistiques. Et de la même façon, je pense que le diffuseur public ne devrait pas se cantonner dans une niche très spécifique. Il devrait aussi pouvoir offrir des émissions qui plaisent à un peu tout le monde. Par exemple, une émission de sports qui plairait au sénateur Plett, une émission sur l'économie qui vous plairait et une émission sur les sciences qui plairait à Isabelle. Qui d'autre que Radio-Canada diffuse des émissions sur les sciences? Personne.

En ce qui concerne l'aspect régional, on est préoccupé par le nouveau plan 2015-2020. On a vraiment l'impression qu'on va vider Radio-Canada de sa substance parce que, d'une part, on nous dit on veut être plus régional, mais à moindre coût. Et c'est sûr que des économies peuvent être réalisées grâce à l'automatisation, notamment dans les studios. Mais il y a aussi une limite à ce que la technologie peut nous apporter comme économie. Lorsque vous avez à produire un contenu — et j'ai travaillé longtemps dans une salle de nouvelles —, vous devez réfléchir à ce que vous allez présenter, vous assurer que les faits sont vérifiés, qu'ils sont véridiques; vous devez rencontrer des gens, un peu comme vous le faites ici, pour avoir obtenu divers points de vue. Tout ce travail demande du temps. Donc, si vous demandez à votre journaliste d'être à la fois cameraman, monteur

we can save money once our objectives are clear — and I think that CBC's mission is very specific, as you said, and that it has regional obligations — but it has to really fulfill those obligations. It cannot just pretend to fulfill them. There has to be more than just an objective on paper. People have to be able to see the results on the ground.

Mr. Caissie: CBC is present in the regions of Atlantic Canada. But we cannot imagine a private French-language station. It would not be viable. That is why Radio-Canada is important to us.

Certainly, there is more coverage in major cities, where it is possible to generate more advertising revenue. If CBC has less money or needs more money for production or for its transformation, it can turn to advertising revenue. At that point, it adapts to the market. That must also be taken into account.

Ms. Blais: The other thing is that we do not know exactly what CBC's budget is in each region. Since the data are aggregated, we do not know what the expenses are for each region. To go back to what you were saying earlier about how you feel CBC is a bit like the private sector, I think that is because of the ratings. There have been studies on this. The fact that our public broadcaster needs advertising revenue forces it to operate like a private broadcaster, because to sell advertising at a good price it has to broadcast programs that will appeal to the greatest possible number of viewers. As I said earlier, CBC has to present a program for Senator Plett, one for you, and so on. There needs to be something for everyone. If you want to offer a wide variety of programs, you cannot just broadcast programs with high ratings that will bring in unlimited advertising revenue. You have to make choices. If CBC decides to offer a wide variety of programs, as the law prescribes, then in my opinion the government has a responsibility to provide CBC with adequate funding so that it can carry out its mission. I was looking at the data from the last quarter, and 56 per cent of the funding comes from the government. That means that 44 per cent of the funding comes from advertising. That has an impact on the type of programming that is broadcast. That is why CBC is more like television than a private broadcaster. There is no advertising on radio, so it is quite different.

Senator Housakos: Would you describe your employees for us? What sectors, what kind of businesses do they come from? Do you have employees from the private sector? If so, which fields?

et journaliste, puis d'envoyer son reportage à la station lorsqu'il est à l'extérieur, vous coupez les deux tiers du temps qui lui est alloué pour produire son travail. Donc, notre préoccupation porte vraiment sur cet aspect-là. Oui, on peut économiser une fois que nos objectifs sont clairs — et je pense que la mission de Radio-Canada, comme vous l'avez dit, est très précise et qu'il y a des obligations régionales à remplir —, mais il faut vraiment les remplir. Il ne faut pas faire semblant de les remplir. Il ne faut pas que ce soit un objectif sur papier seulement. Il faut aussi qu'on soit en mesure de constater les faits sur le terrain.

M. Caissie : Radio-Canada est présente dans les régions de l'Atlantique. Mais on ne peut envisager une station privée en français. Ce ne serait pas viable. C'est pour cette raison que Radio-Canada nous tient à cœur.

C'est sûr qu'il y a davantage de couverture dans les grandes villes où il est possible de tirer plus de revenus publicitaires. Si Radio-Canada a moins d'argent ou a besoin d'argent supplémentaire pour sa production ou sa transformation, elle peut se tourner vers les revenus publicitaires. À ce moment-là, elle s'adapte au marché. Donc, il faut aussi tenir compte de ce facteur-là.

Mme Blais : L'autre chose, c'est qu'on ne sait pas exactement quel est le budget de Radio-Canada dans chaque région. Puisque les données sont agglomérées, on ne sait pas quelles sont les dépenses pour chaque région. Pour faire référence à ce que vous disiez plus tôt, à savoir que vous avez l'impression que Radio-Canada fait un peu comme le secteur privé, je pense que cela vient des cotes d'écoute. En fait, des études ont été menées à ce sujet. Le fait que notre diffuseur public doit aller chercher des revenus publicitaires, cela le force à fonctionner comme un diffuseur privé parce que pour vendre sa publicité à un bon prix il doit diffuser des émissions qui vont plaire au plus grand nombre de téléspectateurs. Comme je vous l'ai mentionné tout à l'heure, Radio Canada doit présenter une émission pour le sénateur Plett, une pour vous, et cetera. Tout le monde doit y trouver son compte. Si vous souhaitez offrir une vaste programmation, vous ne pouvez pas présenter seulement des émissions qui ont de fortes cotes d'écoute et qui vont rapporter des revenus publicitaires infinis. Il y a donc des choix à faire. Si on décide d'offrir une vaste programmation comme la loi le prescrit, le gouvernement, à mon avis, a comme responsabilité de financer suffisamment Radio-Canada pour lui permettre de remplir sa mission. J'examinais les données du dernier trimestre, 56 p. 100 du financement provient de l'État. Cela signifie que 44 p. 100 du financement provient des revenus publicitaires. Cela a un impact sur le genre de programmation qu'on diffuse. C'est pour cette raison que Radio-Canada ressemble plus, à la télévision, à un diffuseur privé. À la radio, où il n'y a pas de publicité, c'est très différent.

Le sénateur Housakos : Pouvez-vous nous dresser un portrait de vos employés? De quel secteur ou de quelle entreprise viennent-ils? Avez-vous des employés qui viennent du secteur privé? Si oui, de quels domaines?

Ms. Blais: First of all, Radio-Canada has office staff, professionals, technicians and artisans, such as make-up artists, hairdressers, set decorators and so on. Outside Radio-Canada, we represent people from TVA, the *Journal de Québec*, RNC Média, which is an independent broadcaster affiliated with TVA, and Global in Montreal. In the communications sector, we also represent people from cable networks, such as Cogeco, Telus and Vidéotron. As I said earlier, we recently participated in a consultation on the future of television. Even though we represent people from cable networks, everyone agreed that we absolutely have to send the message that Radio-Canada needs to keep its broadcasters.

Senator Housakos: Is there a big difference in terms of negotiations and working conditions at Radio-Canada/CBC compared to private television broadcasters? Also, given your position, do you have a sense of the average salary of a Radio-Canada/CBC employee compared to someone doing the same job for TVA or Global?

Ms. Blais: I don't have the numbers in front of me. As I recall, the last time I checked, salaries were pretty comparable. I used to work for TVA. When our union negotiated, we were paid more than people at Radio-Canada. Actually, our hourly wage was comparable because people at Radio-Canada worked longer hours, but I would have to check the latest data. I can get that information.

Senator Housakos: Can you show us some data or a chart? That information would be really useful because we haven't been able to do a comparison so far.

The Chair: If you have such a document, you could send it to the clerk, who would forward it to committee members. I think it would be interesting to get that data.

Senator Housakos: Mr. Chair, if I may, I would like to ask another question. By any criteria, I think that the situation has improved significantly at Radio-Canada as opposed to the English CBC in terms of ratings and revenue. This committee has seen a big difference in performance. Recently, many witnesses have suggested that there should be two separate corporations and two separate budgets going forward. There would have to be two new strategies: one for the unique needs of francophone communities and another for anglophone regions. What do you think of that?

Mr. Caissie: In Moncton, CBC journalists, the anglophone journalists at the Moncton station, are increasingly reporting in English but asking questions in French too and requesting that their interviewees, some of whom are bilingual, answer in French

Mme Blais : Tout d'abord, Radio-Canada compte du personnel de bureau, des professionnels, des techniciens et des artisans, soit les maquilleurs, les coiffeurs, les gens qui réalisent les décors, et cetera. Et à l'extérieur de Radio-Canada, on représente des gens à TVA, au *Journal de Québec*, à RNC Média, qui est un télédiffuseur indépendant affilié à TVA, chez Global à Montréal. Dans le secteur des communications, on représente aussi des gens de la câblodistribution, soit chez Cogeco, Telus et Vidéotron. Comme je l'ai mentionné plus tôt, on a récemment participé à une consultation sur l'avenir de la télévision. Malgré le fait qu'on représente des gens de la câblodistribution, tout le monde était d'accord pour dire qu'il faut absolument qu'on transmette le message que Radio-Canada doit maintenir ses émetteurs. Donc, voilà.

Le sénateur Housakos : Y a-t-il une grande différence au niveau des négociations ou des façons de travailler chez Radio-Canada/CBC comparativement aux télédiffuseurs de secteur privé? Aussi, avez-vous une idée — étant donné le poste que vous occupez — du salaire moyen d'un employé de Radio-Canada/CBC en comparaison avec un quelqu'un qui accomplit le même travail à TVA ou à Global?

Mme Blais : Je n'ai pas les chiffres devant moi. De mémoire, la dernière fois que je l'ai vérifié, les salaires étaient assez comparables. Je suis une ancienne employée de TVA. Quand on négociait pour notre syndicat, on était mieux rémunéré qu'à Radio-Canada. En fait, on avait un salaire horaire comparable étant donné qu'à Radio-Canada on travaille plus d'heures. Mais il faudrait que je vérifie à nouveau les dernières données. C'est une information que je peux trouver.

Le sénateur Housakos : Pouvez-vous nous montrer des données ou même un tableau? Ces informations nous seraient fort utiles parce que, jusqu'à présent, on n'a pas été en mesure d'établir une comparaison.

Le président : Si vous aviez ce genre de document, vous pourriez le faire parvenir au greffier qui l'enverrait aux membres du comité. Je pense que ce serait intéressant d'obtenir ces données.

Le sénateur Housakos : Monsieur le président, si vous me le permettez, j'aurais une autre question à poser. Peu importe les critères d'évaluation utilisés, à mon avis, la situation s'est beaucoup améliorée à Radio-Canada contrairement au volet anglophone à la CBC du point de vue des cotes d'écoute et des revenus. Le présent comité perçoit une grande différence au chapitre de la performance. De nombreux témoins ont récemment affirmé qu'il devrait peut-être y avoir à l'avenir deux entreprises séparées et deux budgets séparés. Il faudrait développer deux stratégies : une qui répondrait aux besoins spécifiques des milieux francophones et une autre qui serait axée sur les besoins des régions anglophones. Quel est votre avis à ce sujet?

M. Caissie : De plus en plus, on constate qu'à Moncton, les journalistes de la CBC, soit les journalistes anglophones de la station de Moncton, réalisent leur reportage en anglais, mais posent aussi des questions en français ou demandent aux

if they can. That means we can use those reports to broadcast the news in French and in English. Francophone journalists do the same thing. They ask questions and do all of their interviews in French, which saves money. Then they ask questions in English. That means we can air reports in Moncton, Fredericton and elsewhere. We save money when the two networks work closely together. Moncton and Fredericton share a lot of information because they are both capitals. There is a lot of back and forth. We have file footage, shared archives. A lot of information is shared. There are benefits when everyone is part of the same corporation.

The Chair: That is the first time we have heard that answer. It makes perfect sense with respect to the CBC/Radio-Canada union.

Ms. Blais, you mentioned the CRTC a number of times with respect to legal issues and obligations. The Broadcasting Act was passed in 1991, back before the Internet, cell phones and iPads. As my colleague, Senator Plett, has pointed out, there were no iPads at the Vancouver Olympic Games, and four years later, in Russia, people were getting most of their programming on iPads, iPhones and via other technology. The Broadcasting Act does not cover that. You might be right when you say that Radio-Canada has certain obligations, but are they realistic considering technological change?

Ms. Blais: It is clear that there has been a technological change. During the previous hearings on the future of television, all of the broadcasters agreed that there has been a shift toward Internet broadcasting. The appetite for that is due to mobility. Phones and tablets enable people to access programming no matter where they are. However, nobody agrees on how quickly this will happen. Over the past few years, there have been really rapid changes, but the rate of uptake of these technologies varies a lot from region to region from what we have seen. For example, if you live where broadband Internet is not available — that is still the case in some parts of Canada — you cannot use that technology. The law is actually quite flexible. The CRTC issues exemption orders for over-the-top programming services. Programming people get through the Internet, Netflix, Dailymotion and so on, falls under that heading. Tou.tv is the same kind of service. These companies take advantage of an exemption that does not require them to obtain a license. The CRTC can add conditions to the order — I think that is section 9.4. In Radio-Canada's case, the law should perhaps be amended, but I do not have a position on that to share with you today.

intervenants, dont certains sont bilingues, de répondre en français s'ils le peuvent. Donc nous, on est capable d'utiliser ces reportages pour diffuser des nouvelles en français et en anglais. Les journalistes francophones font la même chose. Ils posent des questions et réalisent toutes leurs entrevues en français, ce qui permet de réaliser des économies. Ensuite, ils posent des questions en anglais. À ce moment-là, les reportages peuvent se faire à Moncton, à Fredericton ou à d'autres endroits. Donc, des économies sont réalisées lorsque deux réseaux travaillent en étroite collaboration. Il y a un grand partage d'informations entre Moncton et Fredericton parce que ce sont toutes deux des capitales. Il y a beaucoup d'échanges. Il y a du *file footage*, des archives qui sont partagées. Beaucoup d'informations sont mises en commun. Donc, il y a des avantages quand tout le monde fait partie de la même entreprise.

Le président : C'est la première fois qu'on a cette réponse-là. Elle est tout à fait valable en ce qui concerne le fameux mariage CBC/Radio-Canada.

Madame Blais, vous avez parlé à quelques reprises du CRTC, notamment sur le plan juridique et en ce qui concerne les obligations. La Loi sur la radiodiffusion a été adoptée en 1991. Il n'y avait pas Internet, il n'y avait pas de cellulaire, il n'y avait pas de iPad. Comme mon collègue le sénateur Plett le dit parfois : il n'y avait pas de iPad aux Jeux olympiques de Vancouver et quatre ans plus tard, en Russie, les gens ont écouté la majorité de leur programmation sur leur iPad, leur iPhone ou via d'autres technologies. La Loi sur la radiodiffusion ne couvre pas cet aspect-là. Vous avez peut-être raison lorsque vous dites que Radio-Canada a certaines obligations, mais est-ce qu'elles sont réalistes par rapport à l'évolution des technologies?

Mme Blais : En fait, c'est clair qu'il y a une évolution technologique. Lors des dernières audiences sur l'avenir de la télé, tous les diffuseurs affirmaient qu'il y a une évolution vers une diffusion par Internet. Et cet engouement s'explique en raison de la mobilité. Avec un téléphone ou une tablette, peu importe où l'on est, on a accès à la programmation. Cependant, personne ne s'entend sur le rythme auquel ça va se passer. Au cours des dernières années, il y a eu des développements très rapides, mais le taux d'utilisation des technologies — d'après ce qu'on a pu constater — varie beaucoup selon les régions. Par exemple, si vous habitez une région où le signal Internet large bande n'est pas encore disponible — parce que ça existe encore au Canada — vous n'allez pas utiliser ces technologies-là. Et la loi fait quand même preuve d'une certaine souplesse. Le CRTC émet une ordonnance d'exemption sur les services de programmation par contournement. Ainsi, toute la programmation qu'on reçoit, soit par Internet, Netflix, Dailymotion ou tout autre site, offre une programmation de ce type-là — Tou.tv, aussi, fait partie de ce genre de service. Ces entreprises bénéficient d'une exemption, qui ne les oblige pas à demander de licence pour exploiter. Et dans le cadre de cette ordonnance-là, le CRTC peut — je pense que c'est l'article 9.4 — ajouter des conditions. En ce qui concerne Radio-Canada, la loi mérite peut-être d'être modifiée, mais je n'ai pas de position à vous donner là-dessus aujourd'hui.

That was taken into account the last time it was up for renewal. Radio-Canada outlined its 2010-15 plan, which had a more regional, more unique and more digital focus. The CRTC took into account the fact that Radio-Canada also offered its services on other platforms. There were no specific conditions added to that. At this point, we know that the 2015-20 plan is on its way. Could I table a short document, a Radio-Canada chart showing the changes that Radio-Canada wants to make between 2014 and 2020? I think this document can contribute to the discussion.

The Chair: Can you table it?

Ms. Blais: Yes.

The Chair: When Senator Housakos was talking about regional budgets, you said, “We don’t know.”

From Halifax to Edmonton, from Saint-Boniface to Ottawa, that is probably one of the things we have heard about most often: Radio-Canada’s lack of transparency. I am sure it is lots of fun to have those secrets, but wouldn’t people be better served if Radio-Canada, like the BBC in England, were more transparent? If you go on the BBC’s website, salaries for all BBC employees are posted. Here, though, we have been struggling to get answers about pay scales since we started these hearings. They sent us a document with thousands of names in no particular order that was not even consultable. The clerk and the analyst spent a lot of time searching that document and eventually found salaries for Peter Mansbridge and Céline Galipeau, which were in the \$80,000 range.

The chair doesn’t often get mad. Just ask my two Conservative colleagues, who occasionally accuse me of being a friend of the CBC. Guilty as charged. But I’m really insulted that CBC management sent us such a useless document. I’ve said it before and I’m saying it now. You can tell when I’m mad.

Several months later, we ended up on the right track after our inquiries. Instead of answering us — since they’re not big on transparency, which is the subject of my next question — they sent me a letter one Thursday that said, “Mr. Dawson, as of Monday, we have published the salaries of our highest-paid employees, those who earn \$100,000 and \$150,000, et cetera, on our website.” How respectful of them to tell us to go to the website instead of answering our letter, but that is all part and parcel of the transparency problem.

When we asked you about salaries, you said you could provide a document comparing what TVA and CBC employees earn. When we ask questions about CBC salaries, we can never get that information. When it comes to transparency in general and in particular in your case with respect to the regions, don’t you think

On a quand même tenu compte de cela dans le dernier renouvellement. Radio-Canada a expliqué son plan de 2010-2015, qui préconisait à l’époque qu’elle soit plus régionale, plus distinctive et plus numérique. Le CRTC a tenu compte que Radio-Canada offrait aussi ses services sur d’autres plateformes. Maintenant, il n’y a pas de conditions spécifiques qui ont été ajoutées à cela. À ce moment-ci dans notre réflexion, on se rend compte que le plan de 2015-2020 arrive à grands pas. Je ne sais pas si je peux déposer un petit document, qui est un tableau de Radio-Canada indiquant les changements que Radio-Canada veut effectuer entre 2014 et 2020. Je pense que ce document va un peu nourrir la discussion.

Le président : Pouvez-vous le déposer?

Mme Blais : oui.

Le président : Lorsque le sénateur Housakos a parlé des budgets régionaux, vous avez répondu : « On ne le sait pas. »

Le manque de transparence à Radio-Canada, de Halifax à Edmonton en passant par Saint-Boniface et Ottawa, est probablement l’une des remarques qui reviennent le plus souvent. Cela est sans doute très intéressant d’avoir ces secrets-là, mais est-ce que la population ne serait pas mieux servie si Radio-Canada, un peu comme le modèle de BBC en Angleterre, faisait preuve de plus de transparence? Si vous allez sur le site Internet de BBC, tous les salaires des employés de BBC sont affichés. Et nous, depuis le début de nos audiences, on se bat pour obtenir des réponses concernant les grilles salariales. On nous a transmis un document de plusieurs milliers de noms, avec aucun ordre alphabétique, dans un format « non-consultable ». Le greffier et l’analyste, après maintes recherches dans la grille, ont enfin trouvé les salaires de Peter Mansbridge et de Céline Galipeau, qui étaient dans la catégorie de 80 000 \$.

Le président ne se fâche pas souvent. Vous n’avez qu’à demander à mes deux collègues conservateurs, qui m’accusent de temps en temps d’être un ami de Radio-Canada. Et je plaide coupable. Mais je suis terriblement insulté que la direction de Radio-Canada nous remette un document aussi insignifiant. Je le répète encore aujourd’hui. Et cela se voit quand je suis fâché.

Plusieurs mois plus tard, on a fini par être dans la bonne direction à la suite de nos demandes. Au lieu de nous répondre, étant donné qu’ils ne sont pas forts sur la transparence — d’où viendra ma prochaine question —, ils ont fini par nous m’envoyer une lettre un jeudi dans laquelle on disait : « Monsieur Dawson, depuis lundi, on publie sur notre site Internet la grille des salaires des employés les mieux rémunérés, soit le personnel qui touche 100 000 \$ puis 150 000 \$, et cetera. » C’est très respectueux de nous dire d’aller voir sur Internet au lieu de répondre à notre lettre, mais c’est tout le volet « transparence » qui pose problème.

Lorsqu’on vous pose la question sur les salaires, vous êtes en mesure de déposer un document qui compare les salaires entre les employés de TVA et de Radio-Canada. Quand on pose la question sur les salaires de Radio-Canada, on n’est jamais capable d’obtenir ces informations-là. Sur le plan de la transparence,

it would make more sense for CBC to cooperate with the committees, with the CRTC and with the general public to provide financial comparables?

Ms. Blais: Well, we're seeing a level of transparency too, and I think Isabelle could speak to that, especially in terms of staffing cuts. You had problems getting usable lists and whatnot, but even internally, it's complicated.

Ms. Doyon: First of all, I have to say that they're a lot more transparent than they used to be. I've been with CBC for eight years, and I've seen a change. It's not perfect, and it's taking some time, but things are getting a little better.

Pay scales for all of the unions are available to the public. If you want us to send them to you, we'd be happy to. The document is one page long.

In terms of transparency, my colleague was saying that we, as union representatives, have a hard time getting the official word on how many jobs will be cut. If more than 50 jobs are going to be cut from an organization, the minister has to notify us. We never get the real facts. Here's a very simple example. This year, we were told that about 32 jobs would be cut. As you may know, they call it "32 full-time equivalent jobs," which isn't the same as the number of people because we have part-time employees. Still, since December 2013 — and this includes retirees — we have lost 94 jobs. As you can see, that's a big difference. It's triple the number we were told. We're having a little trouble with transparency that way too. I'm talking about the labour relations point of view. From the public's point of view, I get it. When people try to get information about CBC's board of directors from the website, there's nothing there except for the headlines. So I definitely understand you in terms of that.

[English]

Senator Plett: Senator Dawson talked about the iPad and the technology, and you kind of answered him saying it's difficult for a cameraman to be the journalist and so on so forth; you need different people. Not wanting to, in any way, exploit anything, the terrible, horrific events that happened yesterday in Ottawa, but the most graphic, clear pictures of what happened in Ottawa yesterday, had been taken with a cellphone, a journalist taking them with a cellphone — the shooting in Parliament in Center Block. So with technology and the pictures being as clear as they were with the cellphone, why can't a journalist not be his or her own cameraman today and do all of this? We don't need the large cameras to have a very clear picture; it's becoming easier.

en général, et en particulier dans votre cas quand vous faites référence aux régions, ne trouvez-vous pas qu'il serait plus rentable pour Radio-Canada de collaborer avec les comités, avec le CRTC et avec le public en général pour leur donner les comparables au niveau financier?

Mme Blais : Bien, c'est sûr qu'il y a une certaine transparence qu'on constate aussi, puis je pense qu'Isabelle pourrait vous en parler, notamment au niveau des compressions de personnel. Vous avez eu des problèmes à obtenir des listes utilisables et tout ça, mais même à l'interne, c'est compliqué.

Mme Doyon : Premièrement, je dois avouer qu'ils sont beaucoup plus transparents qu'ils l'étaient auparavant. Cela fait quand même huit ans que je suis à Radio-Canada et j'ai pu constater une évolution. Ce n'est pas parfait, c'est un peu long, mais minimalement les choses progressent.

En ce qui a trait aux salaires, les grilles salariales de tous les syndicats sont disponibles publiquement. Si vous souhaitez qu'on vous les fournisse, cela nous fera plaisir. Le document comporte une page.

Pour ce qui est de l'aspect de la transparence, ma collègue disait que nous, en tant que représentants syndicaux, on a beaucoup de difficulté à savoir, par exemple, le nombre de postes qui seront abolis de façon officielle. Quand il y a plus de 50 postes en moins dans un établissement, il faut que la ministre envoie un avis pour le mentionner. On n'obtient jamais les faits véridiques. Je vous donne un exemple très simple. Cette année, on s'était fait annoncer qu'environ 32 postes seraient abolis. Vous comprenez qu'ils prennent le terme « 32 postes équivalents temps plein », ce qui ne représente pas le nombre de personnes, parce qu'on a des employés à temps partiel. Mais il reste que, depuis décembre 2013 — évidemment, j'inclus les départs à la retraite — on a perdu 94 postes. Donc, vous comprendrez que la différence est notable. C'est du simple au triple. Donc, nous aussi, on a un peu de difficulté avec la transparence à ce niveau-là. Là on parle du point de vue des relations de travail. En ce qui concerne le point de vue des citoyens, je comprends aussi. Lorsqu'on tente d'obtenir de l'information sur les conseils d'administration de Radio-Canada en consultant leur site, il n'y a rien dans les dossiers, à part les grands titres. Donc, je vous comprends très bien de ce côté-là.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Le sénateur Dawson a mentionné l'iPad et l'évolution technologique. Vous lui avez en quelque sorte répondu qu'il est difficile pour un cameraman d'assumer les fonctions d'un journaliste et ainsi de suite. Il faut des personnes différentes. Loin de moi l'idée de faire de la récupération en parlant des événements terribles et horribles survenus hier à Ottawa, mais les images les plus explicites de la situation ont été saisies au moyen d'un téléphone. C'est un journaliste qui a filmé la fusillade dans l'édifice du Centre, et il l'a fait avec son téléphone. Étant donné l'évolution technologique et le fait qu'un téléphone cellulaire permet aujourd'hui de saisir des images d'une netteté saisissante, pourquoi un journaliste ne pourrait-il pas être son propre

[Translation]

Ms. Blais: You must be talking about the *Globe and Mail* images by the *Globe and Mail* reporter who was inside?

[English]

Senator Plett: Yes, Josh Wingrove from *The Globe and Mail*.

[Translation]

Ms. Blais: Our view is that, when an unexpected event occurs, if the journalist can capture some images, that's fine. But if journalists are doing that all the time, that cuts into the time they spend putting together their reports. Nobody wants to be misquoted by a journalist. Nobody wants just part of a news story. Our view is that journalists should do the work they are hired to do, which is to cover the news, and if, for whatever reason, they capture images during an unexpected event, that's fine, but image specialists can support journalists by producing the best images for the story. I have seen journalists come up with images that were not always relevant to the subject or that were not very good.

The Chair: Ms. Doyon, Ms. Blais and Mr. Caissie, thank you for your presentation. As I said, there are fewer senators here than usual, but we have the transcripts, and the documents and recommendations will be put together not just for those who were here, but also for those who will read the recommendations and the debates. Thank you for being here. I think this justifies us coming to the region to meet with people who give us very different opinions.

Mr. Caissie, I have other questions about broadcasters and the size of the Moncton station because your director came to Halifax to tell us that he thought it was a good idea.

[English]

Mr. Gignac, as I mentioned earlier — you weren't here — but as you can imagine with the events of yesterday, the participation of the members today is going to be a little smaller. The reality is that the transcripts are read by members and the recommendations are made based on the information that is given at committees. We do appreciate your presence.

You had the pleasure, Jean-Sébastien, of appearing in front of the Official Languages Committee on the same kind of issue, but we are the ones that deal with CBC. This study is based on the CBC in the past, the CBC in the present, but more importantly on how we adapt the CBC to a changing environment, both technologically and potentially legislatively.

caméraman et tout prendre en main? Il n'est plus nécessaire d'employer une grosse caméra pour filmer des images très nettes. C'est de plus en plus facile.

[Français]

Mme Blais : Vous parlez sûrement des images du *Globe and Mail*, du journaliste du *Globe and Mail* qui était à l'intérieur?

[Traduction]

Le sénateur Plett : Oui, Josh Wingrove, du *Globe and Mail*.

[Français]

Mme Blais : Notre position, c'est que lorsqu'un événement imprévu survient, si le journaliste peut prendre des images ou une photo, tant mieux. Mais s'il le fait au quotidien, cela vient gruger du temps qu'il consacre pour réaliser son reportage. Personne n'aime se faire mal citer par un journaliste ou voir une nouvelle incomplète. Donc, notre position, c'est qu'un journaliste devrait faire le travail pour lequel il est embauché, soit de couvrir la nouvelle d'abord, et si effectivement, pour des raisons X, Y, Z, il peut prendre des images dans un événement imprévu, tant mieux. Mais il n'y a rien comme d'avoir un spécialiste de l'image qui peut vous appuyer pour bien tourner aussi les images pertinentes par rapport à votre sujet. J'ai déjà vu des journalistes tourner des images qui n'étaient pas toujours pertinentes par rapport à leur sujet ou des plans qui n'étaient pas intéressants à regarder.

Le président : Madame Doyon, madame Blais et monsieur Caissie, je tiens à vous remercier de votre présentation. Comme je vous l'ai dit, une audience un peu moins grande de sénateurs, mais les transcriptions sont faites, les documents, les recommandations vont être faites non pas juste pour ceux qui étaient présents, mais aussi ceux qui liront les recommandations et les débats. On apprécie votre présence. Et je pense que cela justifie le fait qu'on vienne en région rencontrer des gens qui nous donnent des opinions très différentes.

Monsieur Caissie, j'aurais eu d'autres questions concernant les émetteurs et la grandeur de vos bureaux à Moncton parce que votre directeur est venu à Halifax nous dire qu'il trouvait que c'était une bonne idée.

[Traduction]

Monsieur Gignac — je l'ai mentionné un peu plus tôt, mais vous n'étiez pas là —, vous comprendrez que, compte tenu de ce qui est survenu hier, les membres du comité n'ont pas tous pu être parmi nous. À vrai dire, les membres lisent la transcription des témoignages, puis formulent des recommandations en fonction de l'information fournie au comité. Nous vous remercions de votre présence.

Vous avez déjà eu le plaisir, Jean-Sébastien, de témoigner au Comité des langues officielles, mais c'est le nôtre qui s'occupe de ce qui concerne CBC/Radio-Canada. L'étude porte sur le passé et le présent de la société d'État, mais surtout sur les moyens de l'adapter à un milieu en pleine évolution technologique et peut-être même législative.

I know you have a presentation that you have to do later, so I will cut to the chase and give you the chance to make your opening declarations.

Jean-Sébastien Gignac, Executive Director, Voice of English-speaking Québec: Excellent. Thanks a lot.

Good morning, Senator Dawson, and members of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. My name is Jean-Sébastien Gignac, and I am executive director of an organization called Voice of English-speaking Québec which serves the English-speaking minority in the Greater Quebec City region. VEQ represents a community that is formed of roughly 14,500 individuals in the Greater Quebec City Region, which is just under 2 per cent of the overall population.

What's interesting about this is that according to the last census from Statistics Canada, it's the first time in over 150 years that our population is actually increasing and not decreasing, and this is mainly the result of our region's and community's capacity to integrate English-speaking newcomers in our region.

VEQ maintains a strong partnership with over 70 groups from both linguistic communities in our region, and we are proud to have a membership of over 2,300 individuals. As an umbrella group that serves a minority community in Quebec City, VEQ serves and offers different types of services to various segments of our community, whether it's newcomers, seniors, jobseekers, employers and so on. Every year, we are able to offer high-quality services aimed at helping over 400 English-speaking newcomers integrate in our regions. We serve hundreds of seniors, help them stay active and autonomous as long as they can in their actual home. We help dozens of jobseekers find meaningful employment here in Quebec City or create their own business, and we organize different types of events in which a thousand of people participate every year.

All these efforts are aimed at, of course, maintaining a strong dynamic English minority community here in Quebec City, but our objective is also to always be an asset to the majority, the French-speaking majority in Quebec City, and that's why we do what we do.

It is important to mention that the English community of Quebec is not simply an extension of the larger Canadian English majority in the rest of Canada. Actually, we shouldn't be talking about the English community of Quebec; we should be talking about the English "communities" of Quebec. While our communities spread across the province sometimes are confronted with similar issues, such as a higher unemployment rate than the majority, aging population, youth out-migration, our communities are really different from one another. This depends on various factors, such as is it an urban context, is it a rural context, is the community involved in the integration and attraction of newcomers or not, the demographic of that specific community. So we're really looking at a variety of communities that are unique. For a small community like the one we have here

Je sais que vous devez faire une présentation un peu plus tard, alors je vous invite de ce pas à prononcer votre déclaration préliminaire.

Jean-Sébastien Gignac, directeur général, Voice of English-speaking Québec : Parfait. Merci beaucoup.

Monsieur le sénateur Dawson, membres du Comité sénatorial permanent des transports et des communications, bonjour. Je m'appelle Jean-Sébastien Gignac et je suis le directeur général de Voice of English-speaking Québec, ou VEQ, un organisme au service de la minorité anglophone de la grande région de Québec. VEQ représente une communauté d'environ 14 500 personnes, soit un peu moins de 2 p. 100 de la population régionale.

Fait intéressant, selon le dernier recensement de Statistique Canada, notre population serait en hausse plutôt qu'en déclin, une première en plus de 150 ans. La situation est principalement attribuable à la capacité d'accueillir et d'intégrer les anglophones qui s'installent dans la région.

VEQ collabore de près avec plus de 70 groupes des deux communautés linguistiques de la région. Nous sommes fiers de compter plus de 2 300 membres. En tant que groupe-cadre au service d'une communauté en situation minoritaire à Québec, VEQ propose des services variés à divers segments de la communauté, notamment les nouveaux arrivants, les personnes âgées, les chercheurs d'emploi et les employeurs. Chaque année, nos services de qualité aident plus de 400 anglophones nouvellement venus dans la région à s'y intégrer. Nous aidons des centaines de personnes âgées à rester actives et autonomes afin qu'elles puissent continuer aussi longtemps que possible à vieillir chez elles. Nous aidons des dizaines de chômeurs à trouver un emploi valorisant ici même, à Québec, ou à y fonder leur propre entreprise, et nous organisons des activités variées qui attirent des milliers de participants chaque année.

Tous ces efforts visent bien sûr à préserver le dynamisme de la communauté minoritaire de langue anglaise de Québec, mais toujours à l'appui de la majorité de langue française. C'est le pourquoi de tout ce que nous accomplissons.

Il importe de préciser que la communauté anglophone du Québec n'est pas que le prolongement de la majorité anglophone canadienne dans son ensemble. En fait, il faudrait plutôt parler « des » communautés anglophones du Québec. En effet, même si les communautés anglophones des quatre coins de la province sont parfois aux prises avec les mêmes problèmes, comme un taux de chômage supérieur à celui de la majorité, le vieillissement ou l'exode des jeunes, elles sont très différentes les unes des autres. Divers facteurs expliquent cette situation, par exemple selon qu'on se trouve en milieu urbain plutôt que rural, ou qu'on cherche ou non à attirer de nouveaux venus et à les intégrer. Cela peut aussi dépendre de la composition démographique du bassin d'anglophones. Quoi qu'il en soit, ce sont autant de communautés aux particularités propres. L'essor démographique d'une petite

in Quebec City, that owes its own demographic growth to the integration of newcomers. The presence of a strong media source that truly reflects who we are as a community is fundamental.

I cannot overestimate the importance that CBC Radio has for our community. CBC Radio not only covers the issues that are affecting our community, but they attend events that are taking place in our community, they talk about issues that are important for our members, and through their coverage they also help us mobilize the entire community on important issues.

Senator Dawson mentioned that in less than an hour and a half I need to be at the National Assembly to present to the Quebec government about an important issue — health reform. CBC Radio has been instrumental, helping us mobilize the community, making them aware of how this reform can affect our community members.

Of course, English speakers in this region are no different than any other English speakers across the country in the sense that they have access to hundreds if not thousands of sources of information in English through television or the Internet. What's important to keep in mind is that there's only one source of information that really prioritizes the importance of local coverage for our community, and that's CBC Radio. So for us, it's absolutely fundamental that CBC Radio and CBC in general remain really strong for our community.

It is different to be an English speaker in Quebec City than it is in the rest of Canada where you're a part of the majority. As I mentioned before — I'm sure I don't have to convince you — the reality of an anglophone in Montreal is different than the reality of an anglophone on the Gaspé coast, in Thetford Mines or in Quebec City. CBC Radio has been able to adapt to that reality and offers our community members coverage that truly reflects the uniqueness of our community, and that's really important.

On the other hand, we do believe that CBC television could probably do a better job at covering our local community. While it remains an extremely important, viable source of information for national or international issues, CBC television is a bit less relevant for our community members when it comes down to local coverage. We do understand that there's limitation in terms of the resources that are put into it, and we understand that this community is a rather small one, but we think improvement can be made on that level.

Overall, I guess the message for me is that we certainly hope that CBC will continue to offer our community members coverage that truly reflects who we are, that reflects the issues that we face as a community, and that reflects the context in which this community has to evolve.

I'm extremely grateful for this opportunity to present to the committee, and I thank you for this time.

The Chair: Thank you very much.

communauté telle que celle de Québec repose sur l'intégration des nouveaux venus. Il est essentiel de pouvoir compter sur la présence de médias forts qui reflètent concrètement notre identité.

Je ne saurais surestimer l'importance de la radio anglaise de Radio-Canada, CBC Radio, pour notre communauté. En plus de couvrir les dossiers qui nous concernent directement, elle traite des événements qui se déroulent dans notre milieu, discute des enjeux qui tiennent à cœur à nos membres et, par sa couverture, nous aide à mobiliser la communauté entière relativement aux dossiers majeurs.

Le sénateur Dawson l'a dit : dans moins d'une heure et demie, je m'exprimerai à l'Assemblée nationale, auprès du gouvernement du Québec, dans l'important dossier de la réforme de la santé. CBC Radio a joué un rôle névralgique à ce sujet. Elle nous a aidés à mobiliser la communauté et à la sensibiliser aux éventuelles conséquences de la réforme pour ses membres.

Bien sûr, à l'instar des anglophones du reste du pays, ceux de la région ont accès, grâce à la télévision et à Internet, à des centaines, voire à des milliers de sources d'information en anglais. Cependant, il ne faut jamais oublier qu'une seule d'entre elles accorde véritablement la priorité à la couverture locale de notre communauté : CBC Radio. À notre avis, il est donc absolument fondamental que la radio anglaise et que le réseau anglais de Radio-Canada en général demeurent une force vive pour notre communauté.

Les anglophones de Québec ne sont pas comme ceux du reste du pays, où ils sont en situation majoritaire. Je l'ai déjà dit et je n'ai sans doute pas besoin de vous convaincre, mais la réalité d'un anglophone de Montréal n'est pas la même que celle d'un anglophone de la Gaspésie, de Thetford Mines ou de Québec. La CBC Radio a su s'adapter à cette réalité. Elle propose à nos membres une couverture qui reflète fidèlement l'unicité de notre communauté. C'est très important.

Par ailleurs, nous sommes convaincus que, sur le plan télévisuel, la société d'État pourrait mieux faire à ce chapitre. Bien qu'elle demeure une source d'information cruciale et viable dans les dossiers d'envergure nationale ou internationale, elle perd de sa pertinence pour nos membres au chapitre de la couverture régionale. Nous savons qu'elle dispose de ressources limitées et nous avons conscience que nous formons une petite communauté. Néanmoins, nous croyons qu'elle peut mieux faire.

Dans l'ensemble, nous espérons de tout cœur que la société d'État continuera à assurer à notre communauté une couverture qui reflète réellement notre identité, les enjeux auxquels nous sommes confrontés et le contexte dans lequel nous évoluons.

Je vous suis immensément reconnaissant de m'avoir donné l'occasion de témoigner devant le comité. Je vous remercie de m'avoir consacré du temps.

Le président : Merci beaucoup.

Ann Marie Laughrea Powell, President, Megantic English-speaking Community Development Corporation: Good morning Senator Dawson, Senator Housakos and the honourable senators of the Transport and Communications Committee. Welcome to Quebec City.

I'm Ann Marie Laughrea Powell. I live in Sainte-Agathe-de-Lotbinière, which is a predominately agriculture rural community on the South Shore of Quebec. It is between Quebec City and Thetford Mines. I'm the President of Megantic English-speaking Community Development Corporation, which everyone calls just MCDC. It's a not-for-profit organization that serves 3,800 Canadians who make up the English-speaking community of the Chaudière Appalaches and the Arthabaska, the sub-region of Arthabaska and L'Érable, which is sort of Drummondville, Plessisville going towards Montreal. We offer community life activities, access to health and social services and youth and senior services. I thank you for this opportunity to speak on the importance of CBC, especially CBC Radio, for ensuring access to regional information in English for members of our community.

MCDC was started in 2000. Due to a severe decrease of the English-speaking population in our region caused by youth out-migration, aging and the disappearance of the asbestos mining industry, community leaders and volunteers saw the need for the creation of a community group to provide services to and revitalize our English-speaking community.

Before MCDC was started, Voice of English-Speaking Québec and also the Townshippers' Association tried their best to offer services to our area, but because of limited budgets, only so much could be done. So we started our own organization.

Our only source of English radio in the community is the CBC broadcasts. Our community depends on clear receptive radio service. Just yesterday, I had to go to Saint-Georges in Beauce, and the reception of CBC was really poor. So in the rural areas, it is essential.

We are a rural area not close to the borders of the U.S., Ontario or major cities. The only English communication we can receive is CBC. As Jean-Sébastien has mentioned, we are an English minority community, and since the English-speaking population of Chaudière Appalaches and Arthabaska-L'Érable represent only 1 per cent of the entire population, services and information material in English, other than those provided by MCDC, are almost non-existent. It is very rare to be able to even find an English media newspaper. Our reality is that we are an English-speaking minority community within the majority of a French-speaking community.

Ann Marie Laughrea Powell, présidente, Corporation de développement de la communauté d'expression anglaise de Mégantic : Messieurs les sénateurs Dawson et Housakos ainsi que tous les autres membres du Comité des transports et des communications, bonjour et bienvenue à Québec.

Je m'appelle Ann Marie Laughrea Powell. J'habite à Sainte-Agathe-de-Lotbinière, un village à vocation essentiellement agricole situé sur la Rive-Sud du Saint-Laurent, entre Québec et Thetford Mines. Je suis présidente de la Corporation de développement de la communauté d'expression anglaise de Mégantic, communément appelée MCDC, un organisme sans but lucratif qui sert les 3 800 Canadiens qui composent la communauté anglophone de la région Chaudière-Appalaches ainsi que de la sous-région d'Arthabaska et de l'Érable, ce qui englobe essentiellement Drummondville et Plessisville en allant vers Montréal. Nous proposons des activités communautaires, un accès à des services sociaux et de santé ainsi que des services destinés aux jeunes et aux personnes âgées. Je vous remercie de me donner l'occasion de faire valoir l'importance de CBC/Radio-Canada, en particulier la radio anglaise, dans la transmission d'information régionale aux anglophones de la région.

La MCDC a vu le jour en 2000. Étant donné l'exode des jeunes, le vieillissement de la population et la fermeture des mines d'amiante, la population d'expression anglaise de la région a gravement chuté. En conséquence, les dirigeants et bénévoles de la communauté ont senti le besoin de créer un groupe communautaire pour offrir des services et redynamiser la communauté anglophone.

Avant la fondation de la MCDC, Voice of English-Speaking Québec et l'Association Townshippers faisaient de leur mieux pour offrir des services dans notre région, mais les budgets n'étaient évidemment pas infinis, ce qui limitait l'offre de services. Nous avons donc mis sur pied notre propre organisme.

Seule la CBC diffuse des émissions de radio en anglais dans la région. Notre communauté a besoin d'un signal radio clair. Pas plus tard qu'hier, j'ai eu à me rendre à Saint-Georges-de-Beauce, et le signal était très mauvais. Dans les régions rurales, c'est pourtant quelque chose d'essentiel.

Notre région rurale n'est pas à proximité de la frontière avec les États-Unis, pas plus que de l'Ontario ou d'une grande ville. La CBC est notre unique source de communications en anglais. Comme l'a dit Jean-Sébastien, nous sommes une communauté d'expression anglaise en situation minoritaire. Comme la population anglophone de la région Chaudière-Appalaches et d'Arthabaska-L'Érable ne représente que 1 p. 100 de la population entière, il n'y a presque pas de services et de documents d'information en anglais, à l'exception de ceux de la MCDC. Il est très rare ne serait-ce que de trouver un journal en anglais. Notre réalité, c'est celle d'une minorité d'expression anglaise au sein d'une majorité d'expression française.

Again, as Jean-Sébastien has mentioned, sure, we have a lot of access to English-language programming from other parts of Canada and the United States, but this programming is not reflective of our community; it tells us nothing about ourselves, our identity.

The only source of regional information in English comes from the CBC Radio Quebec. There is no local television or newspapers in English. The role that CBC Radio Quebec plays is vital, both in terms of regional information, but also as a service to community groups and organizations who can use their community public announcement service to reach their population. It is the only source of information in English for emergency announcements or announcements of public health interest. It is essential that this only source of information in English remains available to our community.

No matter what your age is, community members enjoy their radio, whether they are listening in their home, in their car or even in their tractors. More local programming would be an asset. CBC Radio Quebec is always supportive of our community. If they have not got the budget means to come and to do onsite interviews, they're always willing to put something on the radio or an interview, but because of lack of funding and resources, they are limited in their ability to improve services for additional local programming.

I thank you for this opportunity to speak to you this morning, and I hope the message will resonate that we need continued local radio that reflects our reality as an official language minority community.

The Chair: Thank you very much, Madam Powell.

Senator Plett: I have a couple of questions. First of all, Jean-Sébastien, did you say that the area you serve is about 14,000 people? Was that correct?

Mr. Gignac: Yes, 14,500.

Senator Plett: And you said 3,800 in your community?

Ms. Powell: Yes.

Senator Plett: I think we heard this morning that the figure was 140,000 that they serve across —

The Chair: Province wide: Eastern Townships, Gaspé —

Senator Housakos: Outside Montreal.

Senator Plett: Yes.

Senator Housakos: Then they say the population for the Quebec City area is 14,500.

Senator Plett: Right. The majority of these anglophones, do they also speak French or is English their only language?

Comme l'a aussi dit Jean-Sébastien, nous avons accès à la vaste programmation en anglais provenant du reste du Canada et des États-Unis, c'est vrai, sauf qu'elle ne reflète pas notre réalité propre. Elle ne nous apprend rien sur nous ni sur notre identité.

Notre seule source d'information régionale dans notre langue, c'est la station CBC Radio de Québec. Nous n'avons pas de chaîne locale de télévision ni de journal local en anglais. En plus de jouer un rôle vital sur le plan de l'information régionale, la station de Québec permet aux groupes et organismes communautaires de faire des annonces publiques pour joindre directement leur auditoire cible. C'est la seule source d'information en anglais, aussi bien en cas de situation d'urgence qu'en ce qui concerne la santé publique. Notre communauté doit continuer d'avoir accès à cette unique source d'information en anglais.

Quel que soit leur âge, les membres de la communauté aiment écouter la radio, aussi bien à la maison que dans leur voiture ou même à bord de leur tracteur. Il serait utile d'offrir davantage de programmation locale. La station CBC Radio de Québec soutient systématiquement notre communauté. Même lorsqu'elle n'a pas les moyens financiers de venir faire des entrevues sur le terrain, elle est toujours prête à faire passer quelque chose sur les ondes ou à mener une entrevue téléphonique. Cependant, elle ne dispose pas d'un budget et de ressources suffisants pour améliorer les services au chapitre de la programmation régionale.

Je vous remercie de m'avoir permis de m'exprimer ce matin. Il faut maintenir un service de radiodiffusion régional qui reflète notre réalité en tant que minorité de langue officielle en situation minoritaire. J'espère que le message portera.

Le président : Merci beaucoup, madame Powell.

Le sénateur Plett : J'ai quelques questions. Tout d'abord, Jean-Sébastien, avez-vous bien dit que vous servez 14 000 personnes? Ai-je bien compris?

M. Gignac : Oui, 14 500.

Le sénateur Plett : Et vous dites que votre communauté en compte 3 800?

Mme Powell : Oui.

Le sénateur Plett : Je crois avoir entendu ce matin le chiffre de 140 000 personnes servies dans...

Le président : Toute la province : l'Estrie, la Gaspésie...

Le sénateur Housakos : À l'extérieur de Montréal.

Le sénateur Plett : Oui.

Le sénateur Housakos : Ils ont ensuite dit qu'il y en a 14 500 dans la région de Québec.

Le sénateur Plett : D'accord. Ces anglophones, pour la majorité, s'expriment-ils également en français ou sont-ils unilingues?

Ms. Powell: In our area, the people that we serve, especially the senior population, English is the main language. They maybe have conversation in French, but to listen to a program in French, I would say no. They totally rely on CBC English radio.

Mr. Gignac: As for my community, it is obviously same type of situation for the seniors' population and also for newcomers. If you're looking at the 2,000 individuals who joined our community over the last four years, some of them have really limited French and they are in a process of improving it. The rest of the population, I would say, has a fairly good understanding of French and can use it in their daily life. But, obviously, it leads us back to the issue of whether we are getting coverage about our community in the French media, and the answer is no. So CBC Radio remains the main source.

Senator Plett: My next question is related to that. Your largest concern is that you want the issues that affect the greater part of Quebec transmitted in English? It's not that the issues are different in your area than they are in other places, but it's that you want it in the English language.

Mr. Gignac: Yes and no. They are different sometimes, and that's why it's important to have media sources that will be interested covering issues affecting the English community. I'll give you an example. For the French media to cover anything that touches the English community, it's usually because it's a situation that is seen as a potential problem or as a confrontation between the two communities, while English media sources of information will cover what we do, not only our challenges, but our successes. They will help us promote who we are. They will help us promote some of the initiatives that we do. That helps us attract more newcomers to Quebec City and in the long-run helps us become even more of an asset, not only to our members but to the French majority. We are contributing to the economic prosperity of this region through our work in integrating newcomers.

Again, when you work in the type of dynamic that we work in with a small community, recruiting newcomers, you have to use all the tools that you have available, and all the tools are important — whether it's health and social institutions, whether it's the media source of information that is reflective of who we are as a community.

Senator Plett: We visited the CBC studio here earlier this morning and found that the French side and the English side really collaborate well. They work well together, and we heard what the English side does. I really didn't hear in your testimony — and I hope I heard it correctly — that you're really not unhappy with what's happening, but more that you want it to continue. Is that correct? Are you happy basically with what CBC English is doing?

Mme Powell : Dans notre région, les personnes que nous servons, surtout celles qui sont âgées, s'expriment principalement en anglais. Elles peuvent éventuellement avoir une conversation en français, mais je ne dirais pas qu'elles écoutent des émissions en français. Elles écoutent strictement la radio anglaise de Radio-Canada.

M. Gignac : Dans ma communauté, la situation est grosso modo la même, bien sûr, pour la population âgée et les nouveaux arrivants. Prenons les 2 000 personnes qui se sont jointes à nous depuis quatre ans : certaines d'entre elles n'ont que des rudiments de français et poursuivent leur apprentissage. Je dirais que le reste de la population comprend assez bien le français et peut le parler au quotidien. Cela nous ramène évidemment au problème de la représentation de notre communauté au sein des médias de langue française : il n'y en a pas. CBC Radio demeure donc la principale source d'information.

Le sénateur Plett : C'est l'objet de ma prochaine question. Vous voulez que l'information concernant les enjeux touchant Québec et ses environs soit diffusée en anglais, c'est votre plus grande préoccupation, n'est-ce pas? Ce qui vous préoccupe, ce n'est pas que les enjeux auxquels Québec est confrontée diffèrent des autres villes, vous voulez que l'information soit diffusée en anglais.

M. Gignac : Oui et non. Parfois, les enjeux sont différents. Voilà pourquoi il est important d'avoir des médias intéressés à couvrir les enjeux touchant la communauté anglophone. Je vais vous donner un exemple. Lorsque les médias francophones couvrent un enjeu touchant la communauté anglophone, c'est généralement parce qu'il s'agit d'une situation problématique ou d'une confrontation entre les deux communautés. Par contre, les médias anglophones couvrent ce que nous faisons, pas seulement nos défis, mais également nos succès. Ces derniers nous aident à promouvoir notre identité et certaines de nos initiatives. Cela nous aide à attirer plus de nouveaux arrivants à Québec et, à long terme, cela nous aide à devenir un atout encore plus précieux, non seulement pour les membres de notre communauté, mais pour la majorité francophone. Nous contribuons à la prospérité économique de cette région grâce à notre travail d'intégration des nouveaux arrivants.

Je le répète, lorsqu'on travaille dans une dynamique comme la nôtre, avec une petite communauté, il faut utiliser tous les outils à sa disposition pour recruter des nouveaux arrivants. J'ajouterais que tous les outils sont importants, qu'il s'agisse des établissements de santé, des institutions sociales ou de la source d'information médiatique qui reflète notre identité en tant que communauté.

Le sénateur Plett : Nous avons visité le studio de CBC/Radio-Canada plus tôt ce matin et avons constaté qu'il y a une très bonne collaboration entre les secteurs francophone et anglophone. Ils collaborent bien et on nous a expliqué ce que le secteur anglophone fait. Dans votre témoignage — et corrigez-moi si je me trompe —, vous n'avez pas dit que vous êtes mécontent de ce qui se fait actuellement, mais plutôt que vous

Ms. Powell: I would say yes, but we're looking hopefully for more local programming that relates to our culture, to who we are, for our identity. In small communities, your radio is an important asset. It adds to the community vitality, to your community's well-being. It's very hard for someone who doesn't speak or understand French very well to listen. Just take yesterday's happenings in Ottawa. Sure, if you have television, you can turn on the TV and get some information, but you rely on radio to be sure you're hearing the information correctly. So yes, it's local programming that I think we're stressing. Most of the programming schedules come out of Toronto, so there's not very much room for local programming at times.

Mr. Gignac: Again, we do understand that we're in a context right now where governments are not necessarily in the business of increasing funding; that we understand. But that reinforces our concern that what we have we need to maintain. CBC Radio is an essential tool for the sustainability of our communities and for our capacity to attract more people to join our community and be part of who we are as a community.

Going back to your question, we are actually really happy with what we've got from CBC Radio — no doubt. We certainly hope that this will be maintained. CBC television, as I said, probably could do a bit more for us. Then again, we understand that resources won't be doubled in the next few years. We understand the issues. It's just that for us, maintaining what we have would certainly be our minimum expectation.

Senator Plett: Ms. Powell, when you answered the last question, you use the one word that we have heard so often, and you didn't use it in your presentation, and that was the word "Toronto."

Ms. Powell: Yes.

Senator Plett: Do you feel that everything is being controlled by Toronto or Montreal?

Mr. Gignac: In our case, while we are 100 per cent convinced that the people that are managing CBC Radio here in Quebec City understand our community, we're not that sure about whoever is managing CBC television from Toronto. I don't think they understand the fact that English speakers in this province are not just an extension of the larger English-speaking population in the rest of Canada. I don't think they understand that reality. I don't blame them. Maybe we haven't done a good enough job of presenting who we are, presenting our reality or presenting the fact that being an anglophone in this province is a totally different ball game than being an anglophone anywhere else in Canada.

voulez maintenir les acquis. Vous ai-je bien compris? Dans l'ensemble, êtes-vous content de ce que fait le réseau anglais de CBC/Radio-Canada?

Mme Powell : Je dirais oui, mais nous espérons plus de programmation locale sur notre culture et notre identité. Dans les petites communautés, la radio joue un rôle important. Elle contribue à la vitalité de la communauté et à son bien-être. Il est très difficile pour quelqu'un qui ne parle ou ne comprend pas bien le français d'écouter la radio francophone. Prenons par exemple les événements survenus hier à Ottawa. Bien sûr, si vous avez une télévision, vous pouvez l'allumer et voir ce qui se passe, mais vous vous fiez à la radio pour comprendre l'information correctement. Je pense donc que nous insistons sur la programmation locale. La plupart des émissions sont diffusées de Toronto; il y a donc très peu de place pour la programmation locale.

M. Gignac : Comme je l'ai déjà dit, nous comprenons que nous sommes dans un contexte où l'augmentation du financement n'est pas à l'ordre du jour des gouvernements. Nous en sommes conscients. Cela apporte toutefois de l'eau à notre moulin : nous devons maintenir les services actuels. La radio du réseau anglophone de CBC/Radio-Canada est un outil essentiel à la viabilité de nos communautés et à notre capacité d'attirer plus de gens dans notre communauté et de nous identifier à elle.

Pour en revenir à votre question, il ne fait aucun doute que nous sommes très contents des services que nous fournit la radio anglophone de CBC/Radio-Canada. Bien sûr, nous espérons que ces services seront maintenus. Comme je l'ai mentionné, le réseau télévisuel anglais de CBC/Radio-Canada pourrait nous offrir un peu plus de services. Là encore, nous comprenons que les ressources ne seront pas doublées dans les prochaines années. Nous comprenons les problèmes. Au minimum, nous nous attendons à ce que les services actuels soient maintenus.

Le sénateur Plett : Madame Powell, dans votre réponse à ma dernière question, vous avez parlé de Toronto. C'est une référence que nous avons entendue très souvent, mais vous n'en avez pas parlé dans votre présentation.

Mme Powell : Oui.

Le sénateur Plett : Avez-vous l'impression que tout est contrôlé par Toronto ou Montréal?

M. Gignac : Dans notre cas, même si nous sommes totalement convaincus que les gestionnaires de CBC/Radio-Canada à Québec comprennent notre communauté, nous ne sommes pas convaincus que c'est le cas de ceux qui gèrent le réseau de télévision anglophone de CBC/Radio-Canada à Toronto. Je doute qu'ils comprennent que les anglophones du Québec ne sont pas simplement un prolongement de la population anglophone du reste du Canada. Je doute qu'ils comprennent cette réalité. Je ne les blâme pas. Nous n'avons peut-être pas assez bien présenté notre communauté, notre réalité ou le fait qu'être anglophone au Québec est une tout autre paire de manches qu'être anglophone ailleurs au Canada.

Senator Plett: I think, as we said, they serve 140,000 people outside of Montreal. You're serving 14,000; you're serving 3,800. How many more of the 3,800-sized communities or 1,000-sized communities, English-speaking ones, are there? Obviously, there are only so many dollars to go around. It doesn't matter how you slice it. So how many communities does CBC English radio need to serve and cover their local issues?

Mr. Gignac: Obviously, there are small communities in almost every single region of the province. Again, because you're looking at a fairly big province and there are fairly big distances between each community, we understand that it's a challenge for CBC to try to reflect the reality of all these regions. You're probably looking at eight to ten different communities across the province. It depends on how you subdivide the province, obviously. But you will hear from the Townships in a couple of weeks, I understand. There are communities on the Gaspé coast, on the Lower North Shore, in Abitibi.

Ms. Powell: They all have their own issues in each community.

Mr. Gignac: There are various ways to be creative and serve more than one community at the time. Looking at some of the programs offered on CBC Radio, some are produced from Sherbrooke, some are produced from Quebec City. People from both communities kind of relate to both of them because it's part of the dynamic. I think there are ways to do that, keeping in mind the importance of investing taxpayers' money really well.

Senator Plett: Thank you.

Senator Housakos: Welcome to our committee. It is interesting listening to your perspectives. From a Montrealer's point of view, I guess I could be categorized as an anglophone. I've been categorized as an allophone. I'm categorized as all kind of things, but I'm curious: The 15,000-odd speaking anglophones in Quebec City, how many of their children would be attending English schools? How much of the growth in the anglophone population here has been immigration? How much of it has been through the baby boom, if you wish, amongst the anglophone community?

Mr. Gignac: On your first question, it's a tough question to answer because a lot of our community members will send their kids to an English school, but our school board, the school board that is actually covering our two regions, actually covers 40 per cent of the entire province. So you have schools all the way up to Chibougamau and Three Rivers, and so on, so it's difficult to extract these —

Senator Housakos: But have those school boards had a growth, as well, of students?

Mr. Gignac: School boards, not as much as we do, because in Quebec City a big part of that growth has been the result of immigrants or Canadian immigrants. Immigrants don't have

Le sénateur Plett : Je pense, comme nous l'avons dit, que le réseau anglophone de CBC/Radio-Canada dessert 140 000 personnes à l'extérieur de Montréal. Vous desservez des communautés de 14 000 personnes, de 3 800 personnes. Combien d'autres communautés anglophones de 3 800 ou de 1 000 personnes y a-t-il? Évidemment, le budget est limité. Peu importe comment on le divise. De combien de communautés la radio anglophone de CBC/Radio-Canada doit-elle couvrir les enjeux locaux et combien de communautés doit-elle desservir?

M. Gignac : Il y a des petites communautés dans presque toutes les régions de la province. Comme je l'ai déjà dit, étant donné qu'il s'agit d'une grande province et que de grandes distances séparent les communautés, nous comprenons que c'est un défi pour CBC/Radio-Canada d'essayer de refléter la réalité de toutes ces régions. Il y a probablement entre huit et dix communautés éparpillées dans la province. Cela dépend bien sûr comment vous divisez la province. Je crois savoir que vous entendrez les témoignages des municipalités dans quelques semaines. Il y a des communautés sur la côte de Gaspé, sur la Basse-Côte-Nord ainsi qu'en Abitibi.

Mme Powell : Il y a des enjeux propres à chaque communauté.

M. Gignac : Il existe plusieurs moyens d'être créatif et de desservir plus d'une communauté à la fois. En survolant les programmes diffusés sur la radio de CBC, j'ai vu que certains sont diffusés de Sherbrooke et d'autres de Québec. Les gens des deux communautés se reconnaissent dans la réalité l'une de l'autre, en raison de la dynamique. Je pense qu'il existe des façons de desservir plus d'une communauté, en gardant à l'esprit qu'il est important de bien investir l'argent des contribuables.

Le sénateur Plett : Merci.

Le sénateur Housakos : Bienvenue à notre comité. Il est intéressant d'écouter vos points de vue. D'un point de vue montréalais, je pourrais, je pense, être mis dans la catégorie des anglophones. On m'a mis dans la catégorie des allophones. On me met dans toutes sortes de catégories, mais je suis curieux : parmi les quelque 15 000 anglophones de Québec, combien d'enfants fréquentent une école anglaise? En ce qui concerne la croissance de la population anglophone, quel pourcentage est attribuable à l'immigration? Quel pourcentage est attribuable au baby-boom, si je puis le qualifier ainsi, dans la communauté anglophone?

M. Gignac : Il est difficile de répondre à votre première question, car beaucoup d'anglophones envoient leurs enfants dans une école anglaise, mais la commission scolaire responsable de nos deux régions couvre en fait 40 p. 100 de la province. Des écoles partout au Québec, de Chibougamau jusqu'à Trois-Rivières, relèvent de cette commission. Il est donc difficile d'extraire ces...

Le sénateur Housakos : Ces commissions scolaires ont-elles enregistré une augmentation du nombre d'élèves?

M. Gignac : Les commissions scolaires n'ont pas enregistré une augmentation aussi importante que nous, car, à Québec, l'augmentation est en grande partie attribuable aux immigrants

access to English schools, obviously, so that limits them. Some of our community members also choose to send their kids to French schools — elementary school — and then they move on to an English school in high school. There are multiple options.

But again, in Quebec City, the majority of the growth has been the result of immigrants and Canadian immigrants moving here, and also part of it has been the fact that our community is integrated without being assimilated. They're having kids. The numbers are extremely similar to the French majority though in the region, but that's also part of the dynamic here.

Ms. Powell: On the South Shore where we live, there are many parents who would send their children to school in English, but it comes down to transportation. My children went to school in English, and we're also now the legal guardians of our two grandchildren. Now, Ashley is going to school in Thetford Mines, but still, last year, at kindergarten, she would be on the bus at 6:09 in the morning and would only get home at 5:00 at night. Now the transportation has changed to Thetford Mines. She leaves at 6:42 and is home about the same time. They have a long bus ride. So for a lot of parents, that's the reason they don't send their children to school in English; because of transportation.

Senator Housakos: And how old is little Ashley?

Ms. Powell: Now she's 10, but she's started in kindergarten coming to Quebec City.

Senator Housakos: So someone like Ashley, besides CBC Radio, which somehow I don't think she'll find anything interesting there, what would she be watching in English or listening to?

Ms. Powell: We're probably a unique family here in Quebec. I'm from Boston originally. We speak English at home. My kids are very bilingual. She watches the Disney Channel. We have a satellite dish. She watches children programming in English.

Senator Housakos: Jean-Sébastien, if you're an anglophone in Quebec City, besides CBC Radio, what other outlets would an anglophone in Quebec City be using to watch? Where would they watch their CFL football broadcasts? Where would they watch their shows that interest them the most?

Mr. Gignac: Whether it's on CBC or other channels actually, in the past, people who live in minority communities face a different reality than anglophones or allophones in Montreal. I think people would watch absolutely anything that relates to who they are and their reality in their specific region. For example, on CBC television right now, there is no show like those for Quebec City. It's difficult to speculate, but I can guarantee you that if something would be offered that would talk about the local issues and some of the initiatives taking place, people would watch it.

Again, I understand that there are high production costs for television, and so on, but the reality in a small community is that people actually care a lot about their community. They volunteer

ou aux immigrants canadiens, et ces derniers n'ont évidemment pas accès aux écoles anglaises. En outre, certains membres de notre communauté choisissent d'envoyer leurs enfants dans des écoles primaires françaises, puis de les envoyer dans une école secondaire anglaise. Il existe plusieurs options.

Cependant, je le répète, à Québec, la croissance résulte principalement de l'établissement d'immigrants et d'immigrants canadiens. En outre, notre communauté est intégrée sans être assimilée. Les membres de notre communauté ont des enfants. Les données ressemblent beaucoup à celles de la majorité francophone dans la région, mais cela fait également partie de la dynamique.

Mme Powell : Sur la Rive-Sud où nous habitons, beaucoup de parents enverraient leurs enfants à l'école anglaise, mais c'est le transport qui pose problème. Mes enfants ont fréquenté l'école anglaise et nous sommes les tuteurs légaux de nos deux petits-enfants. Ashley va maintenant à l'école à Thetford Mines. L'année dernière, pour la maternelle, l'autobus venait la chercher à 6 h 9 le matin et ne la ramenait qu'à 17 heures. Les heures de transport ont maintenant changé pour aller à Thetford Mines. Elle part à 6 h 42 et revient environ à la même heure. Le temps de transport en autobus est très long. Voilà pourquoi beaucoup de parents n'envoient pas leurs enfants à l'école anglaise.

Le sénateur Housakos : Quel âge a Ashley?

Mme Powell : Ella a 10 ans, mais elle a commencé la maternelle en arrivant à Québec.

Le sénateur Housakos : Quels programmes — autres que la radio de CBC dont le contenu ne l'intéresserait probablement pas — Ashley regarderait ou écouterait-elle en anglais?

Mme Powell : Nous sommes probablement une famille unique à Québec. Je suis originaire de Boston. Nous parlons anglais à la maison. Mes enfants sont pas mal bilingues. Elle regarde Disney Channel. Nous avons une antenne parabolique. Elle regarde des programmes pour enfants en anglais.

Le sénateur Housakos : Jean-Sébastien, outre CBC, quelles autres chaînes les anglophones de Québec regardent-ils? Sur quelle chaîne regardent-ils la diffusion des matchs de football de la LCF? Sur quelles chaînes regarderaient-ils leurs émissions préférées?

M. Gignac : Que ce soit CBC ou d'autres chaînes, la réalité des gens qui vivent dans des communautés minoritaires diffère de celle des anglophones ou des allophones de Montréal. À mon avis, les gens regarderaient n'importe quelle émission qui reflète leur identité et la réalité de leur région de résidence. Par exemple, il n'existe actuellement aucune émission de ce genre pour Québec sur CBC. Il est difficile d'émettre des hypothèses, mais je peux vous garantir que si CBC diffusait une émission qui parle des initiatives et des enjeux locaux, les gens la regarderaient.

Je le répète, je comprends que les coûts de production sont élevés pour la télévision, mais, dans les petites communautés, les gens se soucient beaucoup de leur communauté. C'est une réalité.

more in their community. They will come to community events more often than the majority because they actually care and they feel they belong. It would be the same thing with any information source. They would watch it more, I would say, even though the interest might not have been that high initially, because they feel they have to support it, and it's important to them and reflective of who they are.

Senator Housakos: You see, there's certainly a demand for what you're calling for — a minority language group in a province of a majority francophone population to be served and to get some form of relevant information. Of course, we heard the same story. When you go to St. Boniface and you talk about the minority francophone groups there, they're saying, "Well, look, Radio-Canada is the only game in town, and if we didn't have that, we wouldn't have anything." As I have repeated, everything is market driven. We live in a world where there's a demand, there'll be a supply and vice versa. So now what we have to grapple with as a government and CBC/Radio-Canada management has to decide as a strategy is that while there's a service, there's a need, there are limited resources in supplying that need.

Mr. Gignac: Yes.

Senator Housakos: So the question is this: What kind of models would you suggest we put in our report to help alleviate a very difficult problem? Over \$1.1 billion of taxpayers' money goes to this Crown corporation. There have been reasonable reductions year after year because the marketplace demands it. They are grappling with that challenge and trying to satisfy everyone that is pulling in so many directions.

I want to finish by saying, would you be in favour and would it work, for example, to have a subscriber's program or to have a CBC speciality channel here in Quebec City for which you would have to pay a monthly fee? Of course, it would have to be subsidized to an extent by the government, but the question is right now, I don't think there's an appetite, regardless of what political party will be in power, to increase funding at the CBC by 20, 30, 40 or 50 per cent.

Mr. Gignac: The first thing, as I said before, is to maintain what we have. We understand the supply and demand logic here, but we have to remember that serving both linguistic communities is a responsibility and an objective of this country. That comes with a cost. We understand that. But if we want to maintain English communities across the province, there's an investment to make. There are efforts to make. And the same reality, I'm sure, applies to French minorities across the country.

Would people be really happy to have to pay to get the same services that other Canadians get for free? Probably not. Again, it's a question the government has to ask itself: Is it still important for us to maintain minority communities across the country and

Ils font davantage de bénévolat. Ils participent plus souvent aux événements communautaires que les membres de la communauté majoritaire, parce qu'ils se soucient de leur communauté et ont un sentiment d'appartenance. Ce serait la même chose pour toute émission d'information. À mon avis, ils la regarderaient plus assidûment — même si, au début, ils ne manifestaient pas beaucoup d'intérêt — parce qu'ils auraient l'impression qu'ils doivent l'appuyer, qu'elle est importante pour eux et qu'elle reflète leur identité.

Le sénateur Housakos : Il existe certainement une demande pour ce que vous demandez, à savoir la desserte et la prestation d'information pertinente à un groupe de langue minoritaire dans une province à majorité francophone. Bien sûr, vous n'êtes pas les seuls dans cette situation. Si vous allez à Saint-Boniface et parlez aux groupes francophones minoritaires, ils vous diront que Radio-Canada est la seule qui diffuse des émissions en français et que sans elle, ils n'auraient rien du tout. Comme je l'ai répété, tout est axé sur le marché. Nous vivons dans le monde de l'offre et de la demande, et vice-versa. Le problème — auquel nous devons remédier, en tant que gouvernement, et dont la direction de CBC/Radio-Canada doit tenir compte, dans sa stratégie —, c'est que même si l'offre et la demande existent, les ressources pour répondre à ce besoin sont limitées.

M. Gignac : Oui.

Le sénateur Housakos : Voici donc ma question : selon vous, quels genres de modèles, permettant d'atténuer ce très épineux problème, devrions-nous mettre dans notre rapport? Plus de 1,1 milliard de dollars de l'argent des contribuables est alloué à cette société d'État. Au fil des ans, son budget a été raisonnablement réduit, en raison de la loi du marché. Elle doit composer avec les compressions et essaie de répondre aux priorités de tout le monde.

En terminant, j'aimerais savoir si vous seriez favorable à un système d'abonnement ou à une chaîne ciblée de CBC à Québec pour laquelle il faudrait payer un tarif mensuel? Selon vous, serait-ce une bonne solution? Bien sûr, il faudrait qu'elle soit, dans une certaine mesure, subventionnée par le gouvernement, mais je doute que — à l'heure actuelle, quel que soit le parti politique au pouvoir — le gouvernement ait l'intention d'augmenter le financement alloué à CBC/Radio-Canada de 20, 30, 40 ou 50 p. 100.

M. Gignac : Premièrement, comme je l'ai déjà dit, il faut maintenir les services actuels. Nous comprenons la loi de l'offre et de la demande, mais il faut se rappeler que notre pays s'est donné pour objectif et a la responsabilité de desservir les deux communautés linguistiques. Cela a un coût. Nous le comprenons. Toutefois, si nous voulons maintenir les communautés anglophones dans la province, il faut investir. Il faut faire des efforts. Je suis convaincu que la même réalité s'applique aux minorités francophones partout au Canada.

Les gens seraient-ils contents de devoir payer pour obtenir les mêmes services que d'autres Canadiens obtiennent gratuitement? Probablement pas. Je le répète, c'est une question que le gouvernement doit se poser : est-il toujours important pour

English minorities across the province of Quebec? If the answer is yes, then it comes with a cost that goes beyond supply and demand logic.

The Chair: I come from this community, and I had the pleasure of having my children go to anglophone schools. I'm really happy to have these people here to talk to the members of the committee than to talk to me, because I know pretty much everything about the subject. I often brag about the fact that when I was a member of Parliament, I was the first one to subsidize the Voice of English-speaking Québec through a program of Heritage Canada.

Mr. Gignac: Yes.

The Chair: So my commitment to the community has been long-standing.

That being said, we did get some very strong presentations this morning from the CBC about their services to the community and their cooperation with the community.

One of the questions I asked them about this morning is the pilot project on 450 in Montreal, on the South Shore. Their website is accessible by the community. In their case, it's not a linguistic issue; it's a geographical issue. Is there some kind of service that they could offer via new technology, whether it's Facebook, Twitter or the CBC anglophone website for Quebec City and anglophones outside Montreal that could be of interest to you, that comes at a lower cost than transmitters?

Ms. Powell: It could be interesting. Again, I'm probably here speaking a lot through our organization about our senior population, and they don't have computers. Some of them have computers, but they don't. I saw in a presentation about the future that by 2020 things will be different. Yes, my kid, everybody has a smartphone. They have their iPads. You're connected to technology. But in our area, quite a few seniors do not have any access, except through radio. The television is not via satellite; it's the television that you pick up through whatever broadcast signals you get. Not everybody is connected to cable in the country. That's an interesting possibility, but I think that there would still be, as we said, pockets of areas or communities where it wouldn't be accessible.

Mr. Gignac: In our case, when you work for a minority community in this province, being able to evolve and adapt is crucial to your survival. So we would be open to other options like that, as long as it doesn't compromise the quality of the services offered to our community.

I'm not familiar with the Montreal model, so I apologize for that, but it sounds like a potentially interesting option for us.

Senator Plett: My question is more in the form of a comment.

nous de maintenir les communautés minoritaires partout au pays et les minorités anglophones partout au Québec? Si la réponse est oui, cela a un coût qui dépasse la loi de l'offre et de la demande.

Le président : Je viens de cette communauté et j'ai pu envoyer mes enfants dans une école anglophone. Je suis très heureux que les témoins expliquent la situation aux membres du comité, car, pour moi, ce sujet n'a presque plus de secrets. Souvent, je me vante d'avoir été le premier, lorsque j'étais député, à subventionner l'organisme Voice of English-speaking Québec au moyen d'un programme de Patrimoine Canada.

M. Gignac : Oui.

Le président : Cela fait donc longtemps que je m'engage envers cette communauté.

Cela dit, CBC/Radio-Canada a très bien expliqué les services qu'elle fournit à la communauté et comment elle collabore avec cette dernière.

Ce matin, j'ai notamment posé une question concernant le projet pilote de CBC/Radio-Canada dans le 450, sur la Rive-Sud de Montréal. La communauté a accès au site web. Dans son cas, ce n'est pas un problème linguistique, mais un problème géographique. Lui serait-il possible d'offrir un quelconque service, par le biais de la nouvelle technologie — que ce soit Facebook, Twitter ou le site web anglophone de CBC/Radio-Canada —, aux anglophones de Québec et de l'extérieur de Montréal, lequel pourrait vous intéresser et qui coûterait moins cher que les transmetteurs?

Mme Powell : Cela pourrait être intéressant. Comme je l'ai déjà dit, je parle probablement beaucoup, par le biais de notre organisme, de nos aînés. Ces derniers n'ont pas d'ordinateur. Certains d'entre eux en ont un, mais pas tous. Dans une présentation sur l'avenir, j'ai appris que les choses seront différentes d'ici 2020. Oui, tout le monde, y compris mon enfant, a un téléphone intelligent. Les gens ont un iPad. Vous êtes connectés à la technologie. Par contre, dans notre région, la radio est le seul média auquel bon nombre d'aînés ont accès. Ils n'ont pas la télévision par satellite. Ils captent les chaînes au moyen d'antennes. Seule une partie des Canadiens est connectée au câble. C'est une possibilité intéressante, mais je pense que, comme nous l'avons dit, il resterait des régions ou des communautés qui n'y auraient pas accès.

M. Gignac : Dans notre cas, lorsqu'on travaille pour une communauté minoritaire de la province, si on veut survivre, il est essentiel d'évoluer et de s'adapter. Nous serions donc ouverts à d'autres options, comme celle-ci, à condition qu'elles ne nuisent pas à la qualité des services offerts à notre communauté.

Je ne connais pas le modèle montréalais, et je m'en excuse, mais cela semble être une option potentiellement intéressante pour nous.

Le sénateur Plett : Ma question ressemble plus à un commentaire.

I'm from Manitoba — we have a large francophone community in Manitoba, but nevertheless they are in a minority, they are not the majority — and we have heard, over and over again, that services need to be provided in French to small pockets of francophone-speaking communities that we have across the country. I hear this over and over, that they need to have the services provided. We are a country with two official languages, and I just wanted to take this opportunity to commend you for fighting here for the minority on the other side.

Mr. Gignac: Thank you.

Senator Plett: I think it's important, and we don't hear that. I hear so often that Quebec City is not bilingual, that it is unilingual, French only. To hear you fight the good fight here, I commend you for it and wish you all the success in the world in continuing your endeavours.

Mr. Gignac: Thank you.

Ms. Powell: Thank you.

Senator Housakos: I have a comment and a question. I heard in your response to my last question in saying that there might not be a willingness on the part of a minority group to pay additional costs for what other Canadians are already getting for free. We have to keep in mind that no Canadians get services from CBC/Radio-Canada for free.

Mr. Gignac: No, for sure.

Senator Housakos: We all pay for it, and we pay dearly for it.

Mr. Gignac: I should have said "additional cost."

Senator Housakos: I also want to underline that that's where government has to come in, in my mind, to come in and fill voids where the private sector doesn't want to fill them.

I'll take my question to another area. I like to think out of the box, and I think it's important that CBC/Radio-Canada — and for me, they're one entity — find a way to better serve their communities across the country. I think their mandate should be one where they focus on areas where there's a Canadian cultural make-up that needs to be promoted and supported, and if they don't do it, Global won't do it, TVA won't do it, because there's no money in it for them.

I'm throwing this out there; I'm curious to have your comments. Should Radio-Canada in the Quebec City area, for example, not see itself uniquely as just a channel for francophone Canadians, but as a channel that reflects the image of their community, including the 15,000 anglophones, and you guys shouldn't be a separate entity? In St. Boniface, CBC should not look at the francophone community as, well, a little side service we provide in that corner of St. Boniface in a small studio, and we give them a few hours a week of francophone time. Is it maybe time that the mandate of CBC/Radio-Canada be a perfectly bilingual one, where on Radio-Canada, the local French channel

Je suis originaire du Manitoba où il y a une grande communauté francophone en situation minoritaire. Nous avons entendu, à maintes reprises, que les services doivent être fournis en français aux petites communautés francophones partout au pays. Je ne cesse d'entendre l'argument selon lequel il faut leur fournir les services dans leur langue. Il y a deux langues officielles dans notre pays et je voulais simplement profiter de l'occasion pour vous remercier de vous battre pour la minorité anglophone.

M. Gignac : Merci.

Le sénateur Plett : Je pense que c'est important et on n'en entend pas parler. J'entends souvent que Québec n'est pas une ville bilingue, qu'elle est unilingue français. Je vous remercie de mener cette bataille et je vous souhaite du succès dans la poursuite de vos projets.

M. Gignac : Merci.

Mme Powell : Merci.

Le sénateur Housakos : J'aimerais faire un commentaire et poser une question. J'ai entendu votre réponse à ma dernière question. Vous avez dit que les groupes minoritaires n'accepteraient peut-être pas de payer des frais additionnels pour un service que les autres Canadiens obtiennent gratuitement. N'oublions pas qu'aucun Canadien n'obtient gratuitement les services fournis par CBC/Radio-Canada.

M. Gignac : Non, bien sûr.

Le sénateur Housakos : Nous payons tous pour ce service et nous le payons cher.

M. Gignac : J'aurais dû dire « frais additionnels ».

Le sénateur Housakos : Je tiens également à souligner que c'est là que le gouvernement doit, à mon avis, jouer un rôle et combler les lacunes que le secteur privé ne veut pas combler.

Je vais réorienter ma question. J'aime être innovant et je pense qu'il est important que CBC/Radio-Canada — pour moi c'est une seule entité — trouve une façon de mieux servir les communautés partout au pays. À mon avis, CBC/Radio-Canada devrait avoir pour mandat de se concentrer sur la promotion et l'encouragement des créations culturelles canadiennes, car si elle ne le fait pas, le réseau Global ou TVA ne le fera pas, car cela ne lui rapporte pas d'argent.

J'ai une idée et j'aimerais avoir vos commentaires. Ne convenez-vous pas que, dans la région de Québec, par exemple, Radio-Canada ne devrait pas se voir uniquement comme une chaîne pour les Canadiens francophones, mais comme une chaîne qui reflète l'image de sa communauté, y compris les 15 000 anglophones, et que CBC ne devrait pas être une entité distincte? Dans le même ordre d'idées, à Saint-Boniface, CBC ne devrait pas considérer les services fournis à la communauté francophone comme un petit service annexe de quelques heures d'émission francophone par semaine diffusées à partir d'un petit studio dans ce coin de la ville. Il est peut-être temps que l'on

here, you get some reporting in English? You get some bilingual reporting on all the CBC/Radio-Canada outlets? I'm just throwing it out there for your comments.

Ms. Powell: It would be wonderful if it happened, but the reality of this province — and I wasn't even here in the 70s — is that it's always a challenge to live here in English.

Senator Housakos: I live in Montreal. I know exactly what you're talking about. But it might be a good thing for francophones to hear a little bit of English, and it might be a great thing for anglophones to hear a little bit of French.

Ms. Powell: It would be wonderful if it happened.

Mr. Gignac: I agree. Certainly, one of the efforts that organizations like mine have to do is to reach out more to the French-speaking media and try to have them cover who we are and what we do in other situations than just, "Well, there's a problem with that specific reform" or "There's a modification proposed to the Charter of French Language," or situations like that. I certainly agree.

The reality here is that we represent 2 per cent of the population. The media, by definition, will prioritize news that will attract the attention of as many people as possible, and that's the reality in which we live. Again, if Radio-Canada would be more open to covering community, we would be responding yes to an invitation to participate in any of their shows anytime of the day, any day of the week.

Ms. Powell: Because we're really, I think, invisible to them. Certainly, as Jean-Sébastien said, maybe our organizations have to push harder. But certainly that's a welcoming thought, a welcoming idea.

Senator Housakos: Thank you.

The Chair: Thank you very much. I hope that you will have a good audience and strong support at your next meeting.

Ms. Powell: Thank you.

Mr. Gignac: Thanks a lot for the opportunity.

[Translation]

The Chair: Hello, I'm Dennis Dawson, the chair of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. Today we are continuing our study on the challenges facing CBC in the changing broadcast and communications sector.

modifie le mandat de CBC/Radio-Canada, afin d'en faire une société parfaitement bilingue, de sorte que la chaîne francophone locale de Radio-Canada diffuse quelques reportages en anglais, et que tous les studios de CBC/Radio-Canada diffusent des reportages dans les deux langues. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

Mme Powell : Ce serait merveilleux si cela arrivait, mais la réalité au Québec — et je n'étais même pas ici dans les années 1970 — c'est que vivre en anglais est un défi de tous les instants.

Le sénateur Housakos : Je vis à Montréal. Je sais exactement de quoi vous parlez. Cela pourrait être une bonne chose pour les francophones d'entendre un peu d'anglais et inversement pour les anglophones d'entendre un peu de français.

Mme Powell : Ce serait merveilleux si cela arrivait.

M. Gignac : Je suis d'accord. Certainement, un des efforts que des organismes comme le mien doivent faire, c'est de communiquer davantage avec les médias francophones et d'essayer de les inciter à faire des reportages sur notre communauté et nos activités, afin qu'ils ne parlent pas seulement des problèmes que pose une réforme donnée, de l'impact des modifications proposées à la Charte de la langue française ou d'autres situations de ce genre. Je suis tout à fait d'accord.

La réalité, c'est que nous représentons 2 p. 100 de la population du Québec. Par définition, les médias accordent la priorité aux nouvelles qui attireront le plus d'attention. C'est la réalité dans laquelle nous vivons. Je le répète, si Radio-Canada acceptait de couvrir davantage de nouvelles communautaires, nous accepterions de participer à n'importe laquelle de ses émissions, à n'importe quelle heure du jour, n'importe quel jour de la semaine.

Mme Powell : Je pense vraiment que nous sommes invisibles pour Radio-Canada. Bien sûr, comme Jean-Sébastien l'a dit, nos organismes devraient peut-être insister davantage. C'est certainement une bonne idée.

Le sénateur Housakos : Merci.

Le président : Merci beaucoup. J'espère que vous aurez un bon public et beaucoup de soutien lors de votre prochaine réunion.

Mme Powell : Merci.

M. Gignac : Merci beaucoup de nous avoir donné l'occasion de témoigner.

[Français]

Le président : Bonjour, je suis Dennis Dawson. Je suis le président du Comité des transports et des communications du Sénat. Nous continuons aujourd'hui notre étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Our witnesses are Jean Lortie, Corporate Secretary of the Confédération des syndicats nationaux, and François Énault, Assistant to the Executive Committee, as well as Pierre Roger, President of the Fédération nationale des communications.

Gentlemen, you have the floor for your opening statement, and then senators will ask you questions.

Mr. Lortie, would you like to begin?

Jean Lortie, Corporate Secretary, Confédération des syndicats nationaux: Yes.

The Chair: You have the floor.

Mr. Lortie: Good afternoon. I would like to thank the Senate transport committee for inviting the Confédération des syndicats nationaux. On my left is Pierre Roger, President of the Fédération nationale des communications de la CSN, which represents, among others, over 6,000 employees in the communications sector, including 1,500 at CBC in Quebec and New Brunswick. On my right is François Énault, Assistant to the Executive Committee of the Confédération des syndicats nationaux.

We would like to thank the committee for inviting us here to talk about issues facing CBC. I would like to focus on issues related to the regions.

CBC/Radio-Canada is important to the Confédération des syndicats nationaux, a union organization founded in 1921. I should add that we represent thousands of federal correctional officers across Canada from Grande Cache, Alberta, to the Nova Scotia border.

I would like to start by talking about the quality of the product. As I have said in numerous public statements, CBC/Radio-Canada's presence in a region forces other private broadcasters to adhere to standards as high as the CBC's for the credibility of their own messages. They are private, for-profit broadcasters, so of course the quality of the reporting, the quality of the information has to be upheld if CBC/Radio-Canada is in the same market.

The other equally important element is the variety of information in the regions. For Canada's francophone populations, as well as for minority anglophone populations here in Quebec, the quality and variety of the information they get from private and public networks are important. CBC/Radio-Canada is doing an amazing job by being present in the regions and should be even more present even though, over the past several years, regional stations across Canada have been closed. We believe it's important to strengthen regional identity.

The presence of CBC/Radio-Canada in the regions also provides a platform for a variety of voices in the region, from civil society organizations to businesses, from communities to

Nous avons comme témoins, de la Confédération des syndicats nationaux, M. Jean Lortie, secrétaire général; M. François Énault, adjoint au comité exécutif; et M. Pierre Roger, président de la Fédération nationale des communications.

Messieurs, la parole est à vous pour une déclaration d'ouverture et, ensuite, les sénateurs vont être appelés à vous poser des questions.

Monsieur Lortie, voulez-vous commencer?

Jean Lortie, secrétaire général, Confédération des syndicats nationaux : Oui.

Le président : À vous la parole.

M. Lortie : Bon après-midi et merci au Comité sénatorial des transports de nous recevoir comme Confédération des syndicats nationaux. Je suis accompagné, à ma gauche, de Pierre Roger, président de la Fédération nationale des communications de la CSN, qui représente, entre autres, plus de 6 000 salariés du monde des communications, dont 1 500 de Radio-Canada au Québec et au Nouveau-Brunswick; à ma droite, François Énault, adjoint au comité exécutif de la Confédération des syndicats nationaux.

Alors, on remercie le comité de nous recevoir afin que nous puissions nous prononcer sur les enjeux liés à Radio-Canada. Je vais présenter, particulièrement, les questions liées aux régions.

Pour la Confédération des syndicats nationaux, qui est une organisation syndicale fondée en 1921, la présence de Radio-Canada/CBC à travers le Canada — et je vous dirais, par expérience aussi, que nous représentons des milliers d'agents correctionnels fédéraux à travers le Canada, de Grande Cache, en Alberta, jusqu'à la frontière de la Nouvelle-Écosse —, est importante pour nous.

D'abord, je parlerai de la qualité du produit. Lorsque — et je peux en témoigner dans plusieurs de mes interventions publiques — Radio-Canada/CBC est présente dans la région, cela force les autres diffuseurs privés à avoir des standards de qualité aussi bons que la CBC pour la crédibilité de leurs propres messages. Ils sont des diffuseurs ou des radiodiffuseurs privés, ils sont des entreprises à profit, donc, évidemment, le standard de la qualité du produit journalistique, de la qualité de l'information doit être respecté, si Radio-Canada/CBC est présente.

L'autre élément qui est important également, c'est la diversité de l'information dans les régions. D'abord, pour les populations francophones du Canada, mais également pour les populations anglophones minoritaires, ici, au Québec, la qualité et la diversité de l'information, qui provient des réseaux privés ou publics, sont importantes; Radio-Canada/CBC fait un travail extraordinaire en étant présente dans les régions et doit être encore beaucoup plus présente, même si, depuis de nombreuses années, on a fermé des stations à travers le Canada, des stations régionales. À notre avis, il faut renforcer l'identité des régions.

La présence de Radio-Canada/CBC en région va également permettre une pluralité des voix dans la région, autant pour les organisations de la société civile que pour les entreprises, les

municipal and regional councillors. Having a national public broadcaster in the region enables people there to learn about themselves and the issues they are dealing with, and enables other parts of Canada to reflect the Canadian people as a whole on issues of national importance, such as Canada's fishing industry, public safety, employment insurance and other national issues. They can also be a window on what is going on in Canada.

For the Confédération des syndicats nationaux, any discussion of CBC/Radio-Canada's presence begins with a discussion of adequate long-term funding. Over the past few years, nearly half a billion dollars has been cut from the national public broadcaster's budget, and that has had a major impact on quality in the regions. This interferes with Canadian democracy because fewer resources are allocated to content, to analysis and to broadcasting, which means that the gap is filled in more and more by private broadcasters and our national broadcaster cannot maintain its presence.

For us, funding is an important issue. We are in the process of a five-year plan that is causing some concern. Over the past few months, the Confédération des syndicats nationaux has commented publicly on CBC/Radio-Canada management's announcements about the five-year plan. The main problem is funding. We cannot develop a national public broadcaster or respect the fundamental mission that led to its creation in the 1930s if we do not allocate funding that protects it from the political whims of the moment and competition from private enterprise. CBC/Radio-Canada is not a private enterprise. We strongly believe that, if the goal is to develop a product in the regions across the country, in all of the provinces and territories, the national broadcaster needs the resources to do it, to develop content over the long term and maintain its credibility for audiences across the country in both official languages.

For now, I would like to conclude by saying that, for us, funding is closely related to the development of the CBC/Radio-Canada product in the regions. This might go without saying, but for the telecommunications industry, which is undergoing a profound shift, investing in technology, investing in creators who are CBC employees and investing in the medium term in a Canadian product in the regions that reflects the diversity of this country is good value for everyone in this country.

Thank you for inviting us to be here this afternoon.

The Chair: Do your colleagues have anything to add?

communautés, les édiles municipaux ou régionaux. Le fait d'avoir un radiodiffuseur national public dans la région permet, premièrement, d'être connu, permet à la région de connaître les enjeux auxquels elle est confrontée et permet aux autres régions du Canada, lorsque des dossiers ont une emprise nationale — pensons à l'industrie de la pêche au Canada, à la sécurité publique, à la question de l'assurance emploi, à tous ces enjeux dits nationaux —, de devenir un miroir pour l'ensemble de la population canadienne. D'autre part, elles peuvent aussi être une fenêtre sur ce qui se passe au Canada.

Évidemment, pour nous, à la Confédération des syndicats nationaux, la question de la présence de Radio-Canada/CBC est une question qui débute par un financement pérenne adéquat. On constate, depuis quelques années, que près d'un demi-milliard de dollars a été retranché des finances du radiodiffuseur national et public, ce qui a eu des impacts importants sur la qualité dans les régions du Canada. Or, cela porte une entrave à la démocratie canadienne puisque, évidemment, moins de ressources sont accordées à des contenus, à des analyses, et à la diffusion, ce qui fait en sorte que l'espace est de plus en plus occupé par des diffuseurs privés et que notre radiodiffuseur national ne peut pas être présent.

Pour nous, la question du financement est importante. Nous nous trouvons dans le processus d'un plan quinquennal qui nous inquiète. La Confédération des syndicats nationaux a pu, au cours des derniers mois, commenter publiquement l'ensemble des annonces qui ont été faites par la direction de Radio-Canada/CBC sur ce plan quinquennal. À la base, il y a un problème de financement. On ne peut pas développer un radiodiffuseur national et public n'y respecter la mission fondamentale qui a été à la base de sa création dans les années 1930 si on ne lui donne pas un financement qui le met à l'abri des humeurs politiques du moment et de la concurrence de l'entreprise privée. Ce n'est pas une entreprise privée que Radio-Canada/CBC. Nous croyons fondamentalement que, si on veut développer un produit en région, à travers le pays, dans toutes les provinces et tous les territoires, il faut que le radiodiffuseur national ait les ressources nécessaires pour le faire, pour développer sur la longue portée des contenus et poursuivre et maintenir sa crédibilité pour les auditeurs à travers le pays, dans les deux langues officielles.

Alors, pour l'instant, je terminerais mes commentaires en disant que, pour nous, la question du financement est intimement liée au développement du produit Radio-Canada/CBC dans les régions. Dans le monde des communications — cela peut paraître comme un lieu commun, mais, dans le monde des télécommunications qui est en profond bouleversement —, investir dans les technologies, investir dans les artisans qui sont les employés de Radio-Canada et investir sur la moyenne durée dans un produit canadien dans la région, qui reflète la réalité multiple de ce pays, est une valeur sûre pour l'ensemble des citoyennes et des citoyens de ce pays.

Je vous remercie encore de nous avoir reçus cet après-midi.

Le président : Est-ce que vos collègues ont quelque chose à rajouter?

Pierre Roger, Président, Fédération nationale des communications: No, we're ready to answer questions.

François Énault, Assistant to the Executive Committee, Confédération des syndicats nationaux: We're ready for questions.

[English]

Senator Plett: Thank you, gentlemen, for being here. My first question is not necessarily related to CBC. You said that, I think, Mr. Roger was the head of the union for Quebec and New Brunswick. Why Quebec and New Brunswick? Why not all of Atlantic Canada and Quebec?

Mr. Roger: Yes, but in fact the way the Union is — how should I say?

[Translation]

It might be easier if I say it in French. Unions were grouped by territory, and in Quebec, we represent people working for CBC in English and French, and in French in Moncton. CBC/Radio-Canada employees in the rest of Canada are represented by the same union, which is the Canadian Media Guild.

[English]

Senator Plett: How have CBC services for the public, not for the employees — I'm concerned about the public, as we all should be. Now, in fairness, I want all of you to make a good living, but that's not my concern. My concern is that the public gets good services.

The funding cuts, the half of billion dollars you say over the last number of years of cuts, what part of the services have those cuts affected other than that they've laid off a thousand employees.

We just came back from Nova Scotia. We have been out West. We've been in my province of Manitoba. We've been in Alberta. We've been in Yellowknife. I said yesterday in Halifax when I was asked "How has your impression of CBC changed during these hearings?" as to the services of CBC, my impression has actually gotten better, increased. For the best part, when I have talked to even people from CBC, I've been told they have had budget cuts, but we have improvised here or we have adapted new technology here, and we've done this over here, and really, our services haven't gotten that much worse.

Tell me of some examples where the services, where the person out on the street has noticed a decline in services, aside from the fact that you don't have as many union people to represent.

Pierre Roger, président, Fédération nationale des communications : Non, on va répondre aux questions par la suite.

François Enault, adjoint au comité exécutif, Confédération des syndicats nationaux : On va répondre aux questions.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Merci, messieurs, de votre présence. Ma première question ne concerne pas nécessairement CBC. Vous avez dit, je pense, que M. Roger est le président du syndicat du Québec et du Nouveau-Brunswick. Pourquoi le Québec et le Nouveau-Brunswick? Pourquoi pas l'ensemble du Canada atlantique et le Québec?

M. Roger : Oui, mais en fait, la façon dont le syndicat — comment dire?

[Français]

Je vais le dire en français, ça va peut-être être plus simple. C'est que la façon dont les unités syndicales ont été regroupées, ça s'est fait par territoire et, le Québec, nous représentons les gens qui travaillent à Radio-Canada en langue anglaise et française, et en langue française à Moncton. Pour le reste du Canada, les travailleurs et travailleuses de Radio-Canada/CBC sont représentés par le même syndicat, qui est la Guilde canadienne des médias.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Comment les services de CBC/Radio-Canada au public, pas aux employés... Je me préoccupe du public et nous devrions tous nous en préoccuper. Honnêtement, je veux que vous gagniez tous bien votre vie, mais ce n'est pas cela qui me préoccupe. Ce qui me préoccupe, c'est la qualité des services offerts au public.

J'ai une question concernant les compressions d'un demi-milliard de dollars au cours des dernières années que vous avez mentionnées. Outre qu'elles ont entraîné le congédiement d'un millier d'employés, quels services ont été touchés par ces compressions?

Nous arrivons de la Nouvelle-Écosse. Nous sommes allés dans l'Ouest. Nous sommes allés dans ma province, le Manitoba, et en Alberta. Nous sommes allés à Yellowknife. Hier, à Halifax, j'ai dit que j'ai une meilleure impression des services offerts par CBC lorsqu'on m'a demandé si mon impression avait changé au cours de nos audiences. La plupart des gens de CBC auxquels j'ai parlé m'ont dit qu'ils ont subi des compressions, mais qu'ils ont improvisé, se sont adaptés aux nouvelles technologies et ont pris des mesures, et que la qualité des services ne s'est pas vraiment détériorée.

Outre le fait que vous n'avez plus autant de syndiqués à représenter, donnez-moi des exemples d'auditeurs ou de téléspectateurs ayant constaté une diminution des services.

[Translation]

Mr. Lortie: I will start by describing the situation here in Quebec and in Moncton. In the regions, there are far fewer newsrooms, far fewer journalists. Because of the cuts, more than 11 stations have been closed, there are fewer journalists in the field to investigate and report on situations in the region. Fewer people are assigned to cover what's going on in the regions. Regional news reports are much shorter, and there are fewer regional programs.

Obviously, that affects people every day. We have seen it in Sept-Îles, in Baie-Comeau, in the lower St. Lawrence, everywhere. The quality of the news product for the regions has suffered because of service cuts.

There is an increasing reliance on national media to pick up the slack, and a growing dependency on news bulletins from major centres — Quebec City, Montreal, Toronto, Moncton — because there are fewer people in the field. Increasingly, people don't have the tools they need because there is no investment in the regions, only in major centres. Pierre can add his thoughts.

Mr. Roger: One very important aspect of this issue is technology. CBC, like other broadcasters, private or otherwise, is going through a seismic shift right now. This is a major transformation. CBC has always been and is still a traditional radio and television broadcaster. Over the years, it has developed its expertise and its Internet platforms. Now it has to make its content available on cell phones and tablets. There has to be investment to make sure it stays present because people are turning to these new platforms. The broadcaster has to be available to those people, and of course it needs resources to do that. CBC can't just count on its existing budget to do that kind of development.

CBC's success has always been tied to its ability to produce high-quality programming both in entertainment and, mainly, information. CBC has a unique role to play in broadcasting information. As Jean was saying at the beginning, it is kind of the benchmark for other media; it sets the standard for information and even programming quality. Other broadcasters take their cue from CBC. They say, "That is the standard we need to achieve."

To maintain that quality standard, especially in the realm of information, and to make sure people are getting the information they need, CBC needs the means, the resources. CBC plays a critical role in Canadian democracy by keeping the public well informed.

[Français]

M. Lortie : Je vais débiter en l'illustrant particulièrement, ici, au Québec, et à Moncton. Dans les régions, il y a beaucoup moins de salles de presse, beaucoup moins de journalistes qui sont présents; compte tenu des coupures, plus de 11 stations ont été fermées, il y a moins de journalistes sur le terrain, évidemment, pour aller enquêter ou faire des reportages sur des situations qui se passent dans la région. Concrètement, il y a moins de monde affecté à ce qui se passe dans la région. Les bulletins de nouvelles régionaux sont beaucoup plus petits, et il y a réduction des émissions d'ordre régional.

Évidemment, ça affecte quotidiennement les gens. On l'a vu à Sept-Îles, à Baie-Comeau, dans le Bas-Saint-Laurent, partout, l'impact de la réduction des services s'est fait sentir sur la qualité du produit d'information pour les régions.

On dépend de plus en plus des médias nationaux pour prendre le relais, on dépend de plus en plus des bulletins de nouvelles des grands centres, Québec, Montréal ou Toronto ou Moncton, parce qu'il y a moins de monde sur le terrain. Nous sommes de moins en moins outillés, parce qu'on n'investit pas là; on investit dans les grands centres. Pierre va compléter la réponse.

M. Roger : Il y a, effectivement, un volet très important, c'est celui de la question technologique. Radio-Canada, comme les autres diffuseurs, qu'ils soient privés ou non, entre autres, fait face à un grand bouleversement actuellement. C'est qu'on est en transformation. Radio-Canada était et est toujours un diffuseur traditionnel sur la radio, la télévision. Il a su, au fil des ans, développer aussi une expertise et développer des plateformes Internet. Maintenant, il doit se déployer aussi sur les téléphones mobiles, sur les tablettes. Alors, il faut des investissements pour pouvoir être présent, parce que le public, lui, se déplace sur ces nouvelles plateformes. Il faut donc qu'on soit capable d'aller rejoindre ce public-là et, évidemment, il faut des ressources pour le faire. On ne peut pas uniquement compter sur les budgets actuels de Radio-Canada pour faire ce genre de développement.

Ce qui a toujours fait le succès de Radio-Canada, c'est une programmation qui est très riche, que ce soit au niveau du divertissement, mais aussi, principalement, au niveau de l'information. Radio-Canada a un rôle très particulier à jouer dans le domaine de l'information. C'est un peu — Jean le disait, tantôt, d'entrée de jeu — l'espèce de phare qui éclaire les autres médias, une espèce de standard au niveau de l'information et même de la qualité de la programmation. Les autres diffuseurs regardent beaucoup Radio-Canada pour dire : « Il faut qu'on ait ce standard-là. »

Alors, pour conserver ce standard, en termes de qualité, surtout au niveau de l'information, pour bien éclairer les gens en termes d'information, il faut avoir les moyens, les ressources, et Radio-Canada joue un rôle primordial dans la démocratie canadienne afin de bien informer le public.

I can point to how much people in the regions tune in to the radio and television during election campaigns to hear the candidates' platforms, to hear them explain what they are doing, what they did when they were in office.

This is important. CBC plays a huge role in communication in the regions, and in major centres, but especially in the regions. We know people appreciate it. I am sure you observed during your visits to those regions how attached people are to CBC.

Mr. Énault: I might have another one of the examples you asked me for, senator. Three weeks ago, I was with Alex Levasseur, outgoing president of the local CBC union, and he told me about satellite trucks. When CBC/Radio-Canada decided to pull satellite trucks out of the Quebec regions, what happened was that three weeks later, TVA pulled its satellite truck too.

With respect to the standards that Pierre and Jean were talking about, it's automatic. When you lower certain standards, the competition does too. As a result, those communities don't get the same services they had before. CBC sets the standard. That is an example of what happened in Quebec.

[English]

Senator Plett: You were talking about elections, so one of my questions will be around polling. I've been involved in elections for the last 50 years. Voter turnout has gone down and down in the last 50 years. In those 50 years, I've gotten the information on election night. How many people will pay attention in a local region to the debates? Yes, I want to have the information. Election night, I want to know how my candidate is doing. If I'm not involved in elections, I want to know how other candidates are doing. But we don't need all of the resources. That can be done with a national team. We don't need the amount of resources that we do.

You talk about satellite trucks and CBC setting the standard. Yesterday, we had one of the most horrific incidents that we've had in our country in our lifetime, this last week with terrorism coming into our country the way it has. We all watched a fair bit of what happened in the Hall of Honour on television that had been shot by a cellphone. A Globe reporter took the video with his cellphone. It was sharp, as clear as could be, as clear as if you would have had your television cameras in there. Now obviously the reporter had to hide a bit because didn't want to be in the line of gunfire and in the line of what the police were doing, but the shooting was clear.

J'évoque simplement, lorsqu'il y a une campagne électorale, à quel point les gens, principalement dans les régions, sont à l'écoute de leur radio, de leur télévision pour entendre les différents candidats proposer leur programme, expliquer à la population ce qu'ils font, ce qu'ils ont fait quand ils étaient au pouvoir.

Alors, c'est important. Il y a un rôle de communication très important dans les régions, dans les grands centres aussi, mais dans les régions, que Radio-Canada joue. On sent que c'est très apprécié; vous avez dû constater sûrement lors de vos tournées dans ces régions-là à quel point les populations locales sont vraiment liées à Radio-Canada.

M. Enault : J'ai peut-être un autre exemple que vous m'avez demandé, monsieur le sénateur. J'étais, il y a trois semaines, avec Alex Levasseur, le président sortant du Syndicat local sortant de Radio-Canada, et il donnait comme exemple les camions satellites. Lorsque Radio-Canada/CBC a pris la décision de sortir certains camions satellites en région au Québec, il est clair qu'un mois plus tard, trois semaines plus tard, TVA retirait également son camion satellite.

Donc, pour continuer, en ce qui a trait aux standards dont Pierre et Jean parlaient, automatiquement, lorsque vous baissez certains standards, il est clair que la concurrence les enlève. Ainsi, ces communautés-là n'ont plus les mêmes services qu'elles avaient avant. Donc, il y a un standard créé par Radio-Canada. C'est un exemple concret d'une situation qui s'est produite au Québec.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Vous avez parlé des élections. Je vais vous poser une question concernant les scrutins. Cela fait 50 ans que je m'implique dans les élections. Au cours des 50 dernières années, le taux de participation n'a cessé de diminuer. Au cours de ces 50 ans, j'ai pu suivre les soirées électorales. Combien de gens portent attention aux débats dans les régions? Bien sûr, je veux avoir l'information et je veux suivre les résultats de mon candidat le soir des élections. Si je ne m'implique pas dans les élections, je veux savoir comment les autres candidats s'en tirent. Toutefois, nous n'avons pas besoin de toutes ces ressources. Une équipe nationale peut s'en occuper. Nous n'avons pas besoin de toutes les ressources actuelles.

Vous avez parlé des camions satellites et de la norme établie par CBC. Hier est survenu l'un des incidents les plus horribles de l'histoire de notre pays. Cette semaine, le terrorisme a fait son entrée dans notre pays de façon insidieuse. Nous avons tous regardé, à la télévision, les événements survenus dans le Hall d'honneur, filmés au moyen d'un téléphone cellulaire. Un journaliste du réseau Globe a filmé la vidéo avec son téléphone cellulaire. La vidéo a une bonne résolution et est très claire. C'était comme si la vidéo avait été filmée au moyen d'une caméra de télévision. Bien sûr, le journaliste a dû se cacher un peu, parce qu'il ne voulait pas être dans la ligne de tir et empêcher les policiers de faire leur travail, mais l'image est claire.

So I'm wondering whether we need to set a standard that is so high in quality that it can't be done with different services? We've progressed so much.

One of my colleagues, two weeks ago when we had hearings in Ottawa, used an example of how he had done television interviews both in the CBC studio and in some of your competitors' studios. Indeed, CBC is the Cadillac of television studios, and maybe that's what we want. I've done television interviews in these studios. I come in there and I have a receptionist coming to the door, and I have a different person bringing me a cup of coffee, then I have two or three people doing the make-up, and so on and so forth. Then I go to one of the private broadcasters, and as I'm ushered through, if you want a cup of coffee, pour yourself one there as you walk by. I walk in a little room, and I sit there for a while. Maybe they're going to do a little bit of make-up and maybe they're going to come and look and say, "Well, your face is red enough the way it is, so we won't bother with that." These things all cost a lot of money. Is it necessary that we have those types of services?

CBC did a fantastic job with the Olympics. I want to commend and compliment everybody involved in what they did with the Olympics. But four years previously we had the Olympics in Vancouver; there was no such thing as an iPad, so technology has changed. But much of what's happening on the street nowadays, we don't need satellite trucks. We don't need all the television crews. So do you not agree that there can be legitimate cuts?

I asked the question about services. When I ask the people on the street, "Have you noticed a decline in services in CBC?" — and I want to commend the three of you working there — I'm left with the impression that your services have still maintained a good level. So the tax payers that we're representing are not noticing this decline in services. How do you square that box when they're not telling us there's a decline in services, and yet you say there's a decline in quality of services?

I know that was a very long-winded question, but there was a question in there.

[*Translation*]

Mr. Roger: Thank you, Senator Plett. Your question had a number of elements. First, I would like to address the events that happened yesterday evening. You are right about the journalist who captured images of part of the event with his cell phone, images that were rebroadcast repeatedly by television networks. However, the most important aspect of the events that happened yesterday was not just the images, but the facts. We also have to have people who can analyse, who can tell the story to the people, to Canadian viewers so they understand what happened, what went on, and the impact of all that.

Je me demande donc s'il faut établir une norme de qualité si élevée qu'on ne peut pas s'y conformer avec d'autres services. Il y a eu tellement de progrès technologiques.

Il y a deux semaines, lors d'audiences à Ottawa, un de mes collègues a donné l'exemple des entrevues télévisées qu'il avait faites dans le studio de CBC/Radio-Canada et de certains de vos concurrents. En fait, CBC/Radio-Canada est la Cadillac des studios de télévision et c'est peut-être ce que nous voulons. J'ai fait des entrevues de télévision dans ces studios. Quand on arrive, une réceptionniste nous ouvre la porte, une autre personne nous apporte du café, puis deux ou trois personnes s'occupent du maquillage. Chez le diffuseur privé, on nous fait entrer, puis on doit se servir soi-même une tasse de café en passant si on en veut une. Ensuite, on nous fait patienter dans une petite pièce et, si on a de la chance, on a droit à un peu de maquillage, mais il se peut également qu'on nous dise que notre visage est assez rouge comme ça et qu'on ne se donnera pas la peine de nous maquiller. Tous ces services coûtent beaucoup d'argent. Est-il vraiment nécessaire d'avoir tous ces services?

CBC/Radio-Canada a fait de l'excellent travail lors des derniers Jeux olympiques. Je tiens à féliciter et à complimenter toutes les personnes de leur travail durant ces Jeux olympiques. Cependant, quatre ans plus tôt, lors des Jeux olympiques de Vancouver, les iPad n'existaient pas. La technologie a évolué. Pour rendre compte de la plupart des événements qui surviennent aujourd'hui, nous n'avons pas besoin de camions satellites. Nous n'avons pas besoin de toutes les équipes de télévision. N'êtes-vous pas d'accord que certaines compressions sont justifiées?

J'ai posé une question au sujet des services. Lorsque je demande aux citoyens s'ils ont constaté une diminution des services à CBC/Radio-Canada — et je tiens à vous féliciter, vous trois qui y travaillez — j'ai l'impression que la société maintient un bon niveau de services. Les contribuables que nous représentons ne constatent donc pas une diminution des services. Comment expliquez-vous que, même si vous dites que la qualité des services diminue, les contribuables ne sont pas d'avis que les services diminuent?

Je sais, c'était une très longue question, mais une question néanmoins.

[*Français*]

M. Roger : Merci, sénateur Plett. Il y a plusieurs aspects à votre question. Tout d'abord, je reprends les événements qui se sont produits hier soir. Vous avez raison, effectivement, un journaliste avait capté des images d'une partie de l'événement avec son téléphone portable, laquelle a été reprise souvent par les chaînes de télévision. Cependant, le plus important dans les événements qui se sont produits hier, ce n'est pas uniquement les images, parce que ce sont des éléments factuels. Il faut aussi avoir des gens qui sont capables d'en faire l'analyse, de faire une présentation pour le public, les téléspectateurs canadiens afin qu'ils comprennent l'événement, ce qui a pu se produire, et quels peuvent être les impacts de tout ça.

Presenting the facts is one thing, but there has to be analysis as well, and there have to be resources to do that and technology because, as you said yourself, the television coverage was very good yesterday.

Sure, there were the cell phone images, but in addition to that, there was a huge technological machine to report on what people were seeing quickly, without wasting time. In the case of yesterday's incident, right away the big television networks and CBC did an amazing job of looking at it and analysing it, bringing in experts to comment on the incident.

In terms of technology, yes, it's true that this is the age of cell phones and tablets, but there is a problem in the regions, and I would like people to be really aware of that. The CRTC is aware of it, and if the committee should make one recommendation above all, it should be a reminder to the CRTC or Industry Canada that we need to find a way in Canada to make the Internet and broadband available in the regions because it can be hard in remote regions for people to access this new technology that is more flexible, more lightweight, less costly. People in the regions still don't have access to it.

It's great if CBC can use that lighter equipment, but we have to make sure that people in the regions have access to it. That is one of the problems we're dealing with in Canada because our country is so big. It's fantastic, but it does cause some problems with technology for some people.

[English]

Senator Plett: Mr. Lortie, in your opening address you talked about funding cuts undermining democracy. First of all, the government, as I have said many times, has no money; they administer taxpayers' money. So they have to administer taxpayers' money in a responsible manner. How do funding cuts undermine a democracy? Have you done polling that shows that taxpayers are unhappy with the funding cuts and that taxpayers are not happy with services? Are there polling numbers that bear that out? Because that's the only way a democracy can be undermined, if we do something that the voters don't want.

[Translation]

Mr. Lortie: I have several things to say. First and foremost, it's a political choice about priorities. No matter how many choices are made, it's always about priorities.

Look at the 2008 economic crisis. Prior to the crisis, none of the western governments ever had any money, taxpayers didn't want to pay more, and then suddenly, in the fall of 2008, to save banks around the world, hundreds and hundreds of billions,

Présenter les faits, c'est une chose, mais il faut être capable de les analyser. Or, il faut des ressources pour le faire et de la technologie, parce que, vous l'avez dit vous-même, ça avait été très bien présenté à la télévision hier.

Oui, il y avait peut-être les images prises avec l'appareil cellulaire, mais au-delà de cela, il faut une immense machine technologique pour nous rapporter ce qu'on a pu voir, et ce, aussi rapidement et en très peu de temps. Dans le cas de l'événement qui s'est produit hier, immédiatement les grands réseaux de télévision et Radio-Canada ont fait un travail absolument extraordinaire afin de pouvoir rapidement se retourner et analyser, faire venir des experts pour commenter l'événement.

Sur le plan technique, encore une fois, oui, il est vrai que nous sommes rendus à l'ère du téléphone portable et de la tablette, mais il y a un problème dans les régions et, de cela, j'aimerais bien qu'on soit conscient. Le CRTC en est conscient, et s'il y a une recommandation qui doit émaner parmi plusieurs de ce comité, ici, c'est peut-être de rappeler au CRTC ou à Industrie Canada qu'on devrait trouver le moyen au Canada de rendre accessibles Internet et la bande passante dans les régions, parce qu'il est difficile dans les régions éloignées pour les gens d'avoir accès à ces nouvelles technologies qu'on considère plus souples, plus légères, moins coûteuses. Cependant, ces gens-là n'y ont pas accès dans les régions.

Je veux bien que Radio-Canada utilise ces équipements-là qui sont légers, mais il faut aussi que les gens puissent y avoir accès dans les régions. C'est l'un des problèmes que nous avons au Canada, parce que nous avons un très grand pays. C'est fantastique, mais ça nous cause des problèmes sur le plan technologique, à certains niveaux.

[Traduction]

Le sénateur Plett : M. Lortie, dans votre discours d'ouverture, vous avez dit que les compressions entravent la démocratie. Premièrement, comme je l'ai répété à maintes reprises, le gouvernement n'a pas d'argent. Il administre l'argent des contribuables et il doit le faire de manière responsable. Comment les compressions entravent-elles la démocratie? Avez-vous fait des sondages qui montrent que les contribuables désapprouvent les compressions et qu'ils sont mécontents des services? Existe-t-il des résultats de sondage corroboratifs? La seule façon d'entraver la démocratie, c'est en allant à l'encontre de la volonté des électeurs.

[Français]

M. Lortie : D'abord, il y a plusieurs remarques que je vais faire. C'est d'abord un choix politique de priorités; on peut faire tous les choix qu'on veut, c'est une question de priorités.

Je regarde la crise économique de 2008. Préalablement à cette crise-là, tous les gouvernements occidentaux n'avaient jamais d'argent, les contribuables ne voulaient pas payer plus et, soudainement, à l'automne 2008, pour sauver les banques du

thousands of billions were spent to save the global banking system.

I'm pretty sure nobody consulted taxpayers before saving the banks, but that's what governments did because it was a national and international priority. All countries pitched in, and that showed us that governments make the choices they have to make by setting priorities and deciding how to use taxpayers' money.

Having a public broadcaster in Canada is a choice. We can choose to rely on Quebecor, Sun Media and other private media outlets. We represent not only CBC employees, but 325,000 members across the country, and as an organization, we believe that Canadian democracy needs a public broadcaster that's protected from monopolies, from political circumstances driven by shareholders that have their own priorities. I can illustrate that by looking at elections in the regions. If you don't have the financial resources as a candidate or as a civil society organization to make yourself heard because private media decides that it won't give you access to that private platform, that raises questions about diversity of opinion in this country.

Canada's strength lies in diversity of information and opinion. All of that comes together to make Canadian society open and democratic.

This morning, if you had asked any taxpayer, "Do you want to pay taxes?" nobody wants to pay taxes. However, everyone wants a public health system, nobody wants to touch the Canada Health Act, nobody wants to touch funding for schools and universities across Canada, but nobody wants to pay taxes.

At some point, we have to ask ourselves whether we, as a society, want to make the choice to have a national public broadcaster paid for by people's taxes as part of Canada's democratic system. That's a choice. People might disagree — that's valid, that's good, it's a choice individuals can make. We believe that the national public broadcaster helps us define our vision.

Speaking of yesterday's events, the interesting thing was tuning in to CBC and RDI to get the analysis of what happened on Parliament Hill, to get a critical perspective without advertising, without editorializing because shareholders wanted this or didn't want that. The concentration of private media is a major issue here in Canada. Having a broadcaster means being able to trust because its mission is to be the national public broadcaster.

monde entier, c'est au moyen de centaines et centaines de milliards et milliers de milliards de dollars qu'on a sauvé le système bancaire planétaire.

Alors, je veux bien croire que les contribuables n'ont pas été consultés pour sauver les banques, mais on l'a fait, parce que c'était une priorité nationale et internationale. Tous les pays se sont mis à l'œuvre et ça a permis de voir que les gouvernements font les choix qu'ils doivent faire, et établissent les priorités de la façon dont ils vont utiliser l'argent des contribuables.

C'est un choix d'avoir un diffuseur public au Canada. On peut décider de ne se baser que sur Québecor, Sun Media et les autres médias privés. Nous considérons, comme organisation, parce que nous ne représentons pas seulement les employés de Radio-Canada; nous représentons plus de 325 000 membres à travers le pays, que la démocratie canadienne a besoin d'avoir un radiodiffuseur public qui est à l'abri des monopoles, des conjonctures politiques qui appartiennent à des actionnaires qui ont un message à passer, et je l'illustrerais par l'exemple des élections en région. Si vous n'avez pas les ressources financières comme candidate ou candidat ou comme organisation de la société civile pour faire entendre votre voix, parce que le média privé a décidé qu'il ne vous donnait pas accès à cette voie privée, cela pose une question sur la pluralité des voies dans ce pays.

Ce qui fait la force du Canada, c'est la diversité des informations, des points de vue, et le rassemblement de tout ça fait cette société canadienne qui est une société ouverte et démocratique.

Si vous demandiez à n'importe quel contribuable ce matin : « Voulez-vous payer des impôts? », personne ne veut payer des impôts. Cependant, tout le monde veut avoir un système de santé public, personne ne veut toucher à la Loi sur la santé du Canada, personne ne veut toucher au financement des écoles, des universités à travers le Canada, mais personne ne veut payer d'impôts.

Il y a un moment où on doit se poser la question : voulons-nous, comme société, faire le choix d'avoir ce radiodiffuseur public national payé par les impôts des citoyennes et des citoyens pour assurer, disons, un morceau de plus dans l'édifice démocratique canadien? C'est un choix. On peut ne pas être d'accord, c'est tout à fait souhaitable ou valable, c'est un choix que les individus peuvent avoir. Nous considérons, nous, que ce radiodiffuseur national public permet d'avoir une vision.

Hier, on parlait des événements, hier soir ce qui était intéressant, c'est d'écouter la CBC ou RDI et d'avoir l'analyse, l'analyse de ce qui s'était passé au Parlement fédéral, d'avoir un regard critique, sans publicité, sans aucune ligne éditoriale parce que les actionnaires souhaitent ou ne souhaitent pas, le problème de la concentration des médias privés est un enjeu de taille ici au Canada. D'avoir un radiodiffuseur, c'est qu'on peut avoir confiance, parce que les enjeux ou ce qui est attaché c'est qu'il a la mission d'être le radiodiffuseur national et public.

There are access problems, people talked about that, but in the regions, that is a bigger problem. You don't see that so much in Toronto or Montreal or even Winnipeg, but you see it in cities like Chicoutimi, Saguenay and Gaspé. There's a problem, a crisis in the fishing industry, and when CBC journalists investigate the fishing industry in crisis, they set the standard. The benchmark is about quality of information, and CBC/Radio-Canada sets the benchmark. Other media follow suit.

This is not about driving a Cadillac. This is about quality of information, about taking the time and having the resources to do it. That is our message to you, sir.

[English]

Senator Plett: I understand perfectly well your need to represent your 325,000 people. I recognize that entirely. But again, you say that the taxpayers didn't have a choice when governments decided to do what we did during the financial crisis. Well, the fact of the matter is there has basically been two governments in power, two parties, since Confederation, and they are the ones that have made the cuts to CBC. The predecessors, the Liberals, made about a \$400 million cut to CBC, and the present government about \$115 million.

Well, in fact, they did it democratically because they run elections every four years, or sometimes more often, and the taxpayers and the voters decide whether or not the government of the day has spent their money wisely. Having been involved in politics and elections since I was 15 years old, that has never been a ballot question. I don't think any government has ever been elected or thrown out of office based on what they did with the CBC, whether they increased their funding or cut it back. That's never been a ballot question. Overall, how we do many things, including the economy, would I guess in a roundabout way affect it's operations.

So I disagree that taxpayers aren't consulted. We're going to consult taxpayers on October 19 of next year, and they will tell us whether or not we've done a good job. I have every confidence that they will, but that's a political statement, so that will be as far as I go on that matter.

The Chair: The Chair has been very generous because you were nice enough to stay here at our request.

Senator Plett: I appreciate that.

Senator Plett: I will just finish. My last question is in regard to transparency. Our chair has written letters and we have been asking for information from the President of CBC and others about salary ranges and other issues. I want your opinion on how transparent should CBC be. We've compared it sometimes and others have compared it with the BBC. I go on a BBC website and I can find out, if you were working for BBC, how much money

On a des problèmes sur l'accès, on en parlait, mais dans les régions, c'est encore plus présent. Vous le voyez moins à Toronto ou à Montréal ou même à Winnipeg, mais vous le voyez quand vous êtes dans des villes comme Chicoutimi, Saguenay ou Gaspé. Il y a un problème, une crise dans l'industrie de la pêche, alors, quand les journalistes de Radio-Canada enquêtent sur cette industrie de la pêche qui est en crise, ils mettent des standards. Le *benchmark* est une qualité de l'information et c'est CBC/Radio-Canada qui le fait; les autres médias suivent.

Et ce n'est pas une question d'avoir une Cadillac, c'est d'avoir une qualité de l'information, de prendre le temps et d'avoir les ressources pour le faire, c'est le message qu'on vous passe, monsieur.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Je comprends et je reconnais parfaitement votre besoin de représenter vos 325 000 membres. Toutefois, vous répétez que les contribuables n'ont pas eu de choix lorsque les gouvernements ont décidé de faire ce qu'ils ont fait durant la crise financière. En fait, depuis la Confédération, il y a eu deux gouvernements, deux partis, au pouvoir. Ce sont ces derniers qui ont procédé aux compressions à CBC/Radio-Canada. Les prédécesseurs, les libéraux, ont retranché environ 400 millions de dollars au budget de CBC/Radio-Canada et l'actuel gouvernement environ 115 millions de dollars.

En fait, les compressions se sont faites démocratiquement, car il y a des élections tous les quatre ans, ou parfois plus souvent, et les contribuables ainsi que les électeurs décident si le gouvernement au pouvoir a dépensé leur argent judicieusement. Je m'implique dans la politique et les élections depuis que j'ai 15 ans et le financement de CBC/Radio-Canada n'a jamais été une question inscrite sur le bulletin de vote. Je doute qu'un gouvernement ait été élu ou chassé du pouvoir en raison du budget de CBC/Radio-Canada, qu'il l'ait augmenté ou diminué. Cela n'a jamais été une question inscrite sur le bulletin de vote. Dans l'ensemble, beaucoup de choses, y compris l'économie, ont des répercussions sur le fonctionnement de la société d'État.

Par conséquent, je ne suis pas d'accord lorsque vous dites qu'on ne consulte pas les contribuables. Nous consulterons les contribuables le 19 octobre 2015 et ils nous diront si nous avons ou non fait du bon travail. Je suis convaincu qu'ils diront que nous avons fait du bon travail. C'est une déclaration politique, alors j'en resterai là.

Le président : La présidence a été très généreuse, parce que vous avez accepté de rester, à notre demande.

Le sénateur Plett : Je vous en remercie.

Le sénateur Plett : Je vais conclure. Ma dernière question concerne la transparence. Notre président a écrit des lettres pour demander de l'information au président de CBC/Radio-Canada et à d'autres concernant les échelles salariales et d'autres points. J'aimerais connaître votre avis au sujet du niveau de transparence dont CBC/Radio-Canada devrait faire preuve. Comme d'autres, nous comparons parfois la société d'État à la BBC. Si vous

you were making, and I can find out how much the president is making. What's your opinion on the transparency of what the three of you, sitting right where you are, are drawing for salaries or Hubert Lacroix is taking for his salary?

[*Translation*]

Mr. Lortie: That doesn't have much to do with CBC/Radio-Canada's mission in the regions.

The Chair: In general though, questions about governance at CBC have been coming up since the beginning.

Mr. Lortie: For sure, and we can answer.

The Chair: This morning I talked about how, a few months ago, after a great deal of effort on our part, we received a list of 1,500 CBC employees in some kind of numerical alphabetical order that meant nothing, which CBC provided in response to our request about how much people were being paid. We wanted that table — which was not consultable because it wasn't in Excel or any other format — because we wanted to know how much Céline Galipeau was making, to find out how much Radio-Canada and CBC top earners were being paid.

Based on the document, we concluded that Peter Mansbridge makes \$88,000. Everyone knows that's not true. Don't insult me, as a member of the Senate, as the chair of a committee, by giving me false information.

That is the culture at CBC, and it took us months of work, but in the end we got it because transparency is important that way. If we, as a Senate committee, cannot analyse how CBC is spending its money, we can say we want to help the regions, but we don't know if they're misusing that money. When there are cuts, unfortunately, we don't know where those cuts are. Are they in Moncton, or are they at headquarters in Toronto and Montreal?

It's important to know that about the regions. Maybe you don't think it has anything to do with the mission and it's not on the agenda. However, I'm telling you that, given the nature of the recent cuts, we want to know if the regions are being mistreated. We think you might be able to help by telling us whether, from the point of view of transparency, you think the regions are not being treated as well as headquarters.

[*English*]

Senator Plett: Mr. Chair, the answer, I'm sure, will be on record, so I will excuse myself.

The Chair: Okay.

Senator Plett: Thank you very much.

travaillez à la BBC, je pourrais trouver votre salaire et celui du président sur le site web. À votre avis, devrait-on être en mesure de connaître votre salaire, à vous trois, et celui d'Hubert Lacroix?

[*Français*]

M. Lortie : C'est loin du débat sur la mission de Radio-Canada/CBC en région.

Le président : Mais, en général, la question concernant la gouvernance à Radio-Canada, c'est quelque chose qui revient depuis le début.

M. Lortie : Absolument, et on peut y répondre.

Le président : J'ai donné l'exemple, ce matin que, avec beaucoup de force et d'insistance, nous avons reçu, il y a quelques mois, une liste de 1 500 employés de Radio-Canada dans un ordre alphabétique numérique qui n'était basé sur rien, dans laquelle la SRC prétendait répondre à notre demande pour savoir combien les gens étaient payés. Nous voulions ce tableau, qui était un document en format « non-consultable » — il n'était pas dans un format Excel ou autre —, pour connaître le salaire de Céline Galipeau, pour connaître l'échelle des salaires des grands du réseau de Radio-Canada francophone et de la CBC.

On arrive à la conclusion, en voyant ce document, que Peter Mansbridge gagne 88 000 \$. Tout le monde sait que ce n'est pas vrai. Ne m'insultez pas, comme membre du Sénat, comme président d'un comité, en me donnant de l'information qui est fausse.

Mais c'est la culture radio-canadienne et, après quelques mois d'insistance, on a fini par l'obtenir, parce que la transparence est importante dans ce sens-là. Si on ne peut pas analyser, nous, comme comité sénatorial, la façon dont Radio-Canada dépense son argent, on veut bien vous dire qu'on veut aider les régions, mais on ne sait pas s'ils abusent; quand il y a des coupures, on ne sait pas, malheureusement, où sont les coupures. Est-ce qu'elles sont à Moncton ou à la maison mère, à Toronto et à Montréal?

En région, il est important qu'on le sache. Vous pouvez peut-être penser que ça n'affecte pas la mission et que ce n'est pas à l'ordre du jour. Cependant, je vous dis que, compte tenu de la nature des coupures actuelles, nous voudrions savoir si les régions sont maltraitées. Nous pensons que vous pouvez peut-être nous aider en nous disant si, dans la notion de la transparence, vous avez l'impression que les régions sont moins bien traitées que le centre.

[*Traduction*]

Le sénateur Plett : Monsieur le président, la réponse, j'en suis certain, figurera dans le compte rendu, alors je vous prie de bien vouloir m'excuser.

Le président : D'accord.

Le sénateur Plett : Merci beaucoup.

The Chair: I want to thank you on behalf of the committee for having stayed on under the circumstances

And thank you very much, Senator Plett. Bon voyage.

[*Translation*]

Mr. Lortie: We'll address that in two parts. Pierre will answer part of the question. In answer to the question about governance, people on the front lines, people in the newsrooms in the regions are paying the price for these cuts. Of that there can be no doubt. The CSN cannot be clearer than that. The people bearing the brunt of the cuts are in the regions: journalists, technicians, people on the front lines. They are the ones on the front lines in terms of equipment, quality of equipment, quality of newsrooms. I want to be very clear.

On the subject of governance, there are important issues. Just last Thursday, we happened to attend a breakfast event put on by the Board of Trade of Metropolitan Montreal, where the president, Hubert Lacroix, was giving a presentation on CBC's five-year plan. I have to say that the three of us who were there were disgusted by the quality of that presentation on transparency.

Somehow, magically, in 2020, Radio-Canada will be this, that and the other thing, CBC will be this, that and the other thing, as if there were no creators, but at the same time, there were announcements about selling off assets, selling off real estate. There's a problem, a big problem with transparency there in terms of what it will cost to achieve President Lacroix's goal.

On that first point, there is no doubt in our minds that there are problems. Pierre can speak more to salaries and day-to-day issues.

Mr. Roger: I think I understand some of your concerns, Senator Dawson. I sure hope that CBC will be more transparent in responding to the committee, but bear in mind that these consultations are public. Still, there could have been a way to submit documents about certain salaries confidentially. I should point out that there is stiff competition in the television and media sector.

For example, Patrice Roy, who anchors the French-language six o'clock news on Radio-Canada, which is a very important program, has a competitor on another major Quebec chain, TVA. Each network offers compensation to keep its star anchor and doesn't want the competitor to poach. If CBC can't pay competitive salaries, it will lose its best journalists and hosts.

That is part of the unique way stars are compensated in the industry and doesn't necessarily apply to the journalist in the field. Star host journalists often have unique status in terms of compensation because this is still a ratings war after all.

Le président : Je tiens à vous remercier, au nom du comité, d'être resté, compte tenu des circonstances.

Merci beaucoup, sénateur Plett. Bon voyage.

[*Français*]

M. Lortie : On va y aller en deux temps, Pierre va répondre en partie à la question. Sur la question de la gouvernance, les gens qui sont sur la ligne de front, ceux qui sont dans les régions à faire des salles de nouvelles, ils paient le prix des coupures, soyons clairs. La CSN ne peut pas être plus claire; ceux qui subissent les coupures sont dans les régions, les journalistes, les techniciens, les gens qui sont sur la ligne de front. En termes d'équipement, de qualité d'équipement, de qualité des salles de nouvelles, ce sont eux qui sont sur la ligne de front. Alors, je veux être bien clair.

Sur la question de la gouvernance, il y a des questions importantes. Pas plus tard que jeudi dernier, nous étions par pur hasard au déjeuner-causerie de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain où le président, Hubert Lacroix, faisait une présentation sur le plan quinquennal de Radio-Canada. Je dois vous avouer, nous trois, nous étions là, on était estomaqué de la qualité de cette présentation-là sur cette transparence.

On fait une opération magique de dire qu'en 2020, Radio-Canada sera ceci et cela, la CBC sera ceci et cela, comme s'il n'y avait aucun artisan, mais on annonce qu'on liquide les actifs, on liquide les immobilisations. Il y a un problème, un problème important de transparence de ce côté-là, en ce qui concerne le coût pour atteindre l'objectif du président Lacroix.

Sur cette première partie, il n'y a aucun doute pour nous, il y a des difficultés de ce côté-là. Pour la question des salaires ou des questions d'intendance, Pierre va pouvoir vous répondre un peu plus.

M. Roger : Je pense comprendre certaines de vos préoccupations, sénateur Dawson. Effectivement, j'ose espérer que face au comité, Radio-Canada puisse avoir plus de transparence, mais il faut comprendre qu'il y a une nature publique aussi à votre consultation, mais il aurait pu y avoir à tout le moins dépôt de documents peut-être de façon confidentielle sur certains salaires. Il faut comprendre que dans le secteur de la télévision ou des médias il y a une très grande compétition.

Qu'on prenne un animateur comme Patrice Roy, qui anime à 18 heures le journal francophone très important à Radio-Canada, il a un compétiteur sur une autre grande chaîne québécoise à TVA. Vous comprendrez que chacun offre des conditions salariales pour maintenir son animateur vedette en place et on ne veut pas que le compétiteur vienne le chercher. Et si Radio-Canada n'est pas capable d'offrir une certaine compétition sur le plan salarial, il va perdre ses meilleurs journalistes, ses meilleurs animateurs comme tels.

Cela fait partie du système de rémunération de cette industrie qui est très particulière au niveau de ce que j'appellerais un certain type de vedettariat, ce qui n'est pas nécessairement le cas pour le journaliste qu'on appelle sur le terrain. Mais les journalistes

CBC is in it too because, seeing as its funding shrinks year after year, stays the same or shrinks, it is getting harder to keep providing the same services. That is the state of things in the media world.

The Chair: We don't want to get obsessed with finding out anyone's exact salary. We want a pay scale that shows how much the top earners make. We have that for most public collective agreements and publicly traded corporations. It took months of asking, and in the end, as you know, he sent a short letter telling me that it was all online as of last week. It's hard to get information from CBC about operations. If I want to find out what any given BBC employee earns, all I have to do is go on the website and the information is there.

Their competitive environment is a little different from the one in Canada, in Quebec in particular, and I certainly understand the nature of competition, whether it's Patrice Roy or Céline Galipeau. However, as my colleagues have said, taxpayers know how much the President of Canada Post makes: \$134,244.

They know what I make as a senator, what an MP or a minister makes, but we can't get that kind of pay scale from CBC. One of your colleagues, who is sitting back there, said that the situation is getting better, that CBC is starting to be a little more open with its information.

It would have been much simpler for us if that cooperation had been there from the start. When they tell us that they give their employees bonuses on the order of 20 to 40 per cent, we have to assume that there are criteria for that because I think bonuses are a good thing. However, is it tied to ratings or, as you said, is it tied to their ability to cut costs? Are they being rewarded for cutting salaries in the regions?

If so, they have every right to do so. Again, I don't want to interfere in their right to run things as they see fit, but I think there needs to be some transparency in those criteria.

I also think that instead of viewing you as adversaries in this, we should admit that we are serving the same interests.

Mr. Roger: I agree. I just want to add to what I was saying earlier. I was more referring to famous hosts. You are absolutely right when it comes to the governance by senior management at

animateurs vedettes ont, par conséquent, un statut particulier sur le plan souvent de la rémunération parce que ça demeure que c'est une bataille de cotes d'écoute aussi.

Et Radio-Canada en est là aussi, parce que, étant donné que son financement diminue d'année en année, se maintient ou même diminue, ça devient difficile de continuer à offrir les mêmes services. Alors, ça fait partie de l'état des lieux dans ce mode des médias.

Le président : On ne veut pas faire une obsession de connaître le salaire exact, on veut avoir, comme dans la majorité des conventions publiques et des corporations traitées à la bourse, une grille qui indique combien gagnent les dirigeants. Cela nous a pris des mois et, finalement, comme vous l'avez vu, on l'a demandé, et il nous l'a dit quand il m'a envoyé une petite lettre pour me dire : « Regardez, maintenant, depuis la semaine passée, on l'a affiché sur Internet. » Il est difficile d'obtenir de l'information de Radio-Canada concernant les opérations. Mais, si je veux connaître le salaire de tous les employés de la BBC, je vais sur son site Internet et je l'ai.

Ils vivent dans un environnement compétitif un peu différent du Canada, du Québec en particulier, et je comprends très bien la nature de la compétitivité, que ce soit Patrice Roy ou Céline Galipeau. Cependant, les contribuables, pour répéter ce que disent mes collègues, savent combien gagne le président de Postes Canada : 134 244 \$.

Ils savent ce que je peux gagner comme sénateur, combien gagne un député ou un ministre, mais nous ne pouvons pas obtenir une grille comparable de la SRC. L'une de vos collègues, qui est assise à l'arrière, a dit que la situation s'améliore, que l'on commence à avoir un peu plus d'information de la part de Radio-Canada.

Il aurait été beaucoup plus simple pour nous si cette collaboration avait eu lieu dès le départ. Quand ils nous disent qu'ils vont donner des bonis à leurs employés d'une valeur de 20 à 40 p. 100, on se dit qu'il doit y avoir des critères qui y sont liés, parce que, oui, moi, je suis en faveur des bonis. Cependant, est-ce en fonction de la cote d'écoute ou est-ce — pour reprendre l'une de vos références — en fonction de leur capacité de réduire des dépenses? Est-ce qu'on les récompense parce qu'ils ont coupé des salaires en région?

Si c'est le cas, ils ont le droit de le faire. Encore une fois, je ne nie pas les droits de gérance, mais on pense qu'il doit y avoir une certaine transparence dans ces critères.

On pense aussi que, certainement, au lieu de vous voir comme étant des adversaires sur ce sujet, on devrait au contraire constater que l'on sert les mêmes intérêts.

M. Roger : Je vous rejoins à ce sujet. Je voudrais peut-être nuancer un peu, la tenue de mes propos précédemment. Je vous faisais plus référence peut-être aux animateurs vedettes. Vous avez

CBC, its board of directors. There does, however, need to some kind of transparency, considering it's a crown corporation.

Now, I want to come back to something — I'll answer one of your previous questions — to certain aspects relating to taxes. What do Canadian taxpayers want or not want from the CBC?

I'm not sure what study Senator Plett is basing his arguments on when he says that Canadians no longer want the CBC or that they find that it costs too much. He didn't say that they no longer want it, but perhaps that they find that it costs too much, to be fair.

We had studies done that I could table. They may not be recent, they go back a few years, but they indicate how much the CBC costs per Canadian and we asked the question in a poll of roughly 1,000 people. That is not an insignificant poll. Those polled were prepared to pay \$5 a year more in order to keep the CBC. I'm not sure what the senator is referring to when he says, "People no longer want to pay for it."

I think that heading into an election a political party can say, "People were pleased that we made cuts to CBC." But was there a study, a poll, something that says so? I want facts or I want us to take the same approach as other countries and ask people the question directly during the election: "Are you satisfied? Do you want "X"?"

I don't know. This type of process or consultation is not in our culture in Canada. I think we want to change things at CBC because we are very worried. You saw in *Le Devoir* this morning that the CBC is cutting another 400 jobs in the next few days.

Where will those jobs be cut? We don't know. Will it be in the regions again? I think the government is slowly killing the CBC. If that's the case, could the government be upfront with us and say so clearly instead of dragging out the problem? Could it ask Canadians directly: "Do you still want the CBC?"

The CBC has a mandate to fulfill under law. The government has to look at that law and see that we have a duty to keep the CBC going. There are reasons the CBC was set up in the first place. Perhaps we have to go back and look at those reasons and see if they are still relevant. I think we have to be sure to respect the CBC's mandate, which is becoming increasingly difficult to do with the budgets it is being allocated.

tout à fait raison en ce qui a trait à la gouvernance même de la haute direction de Radio-Canada, de son conseil d'administration. Il doit y avoir quand même une forme de transparence puisque c'est une société d'État.

Maintenant, j'aimerais revenir sur un point — je vais donner une réponse à une des questions posées précédemment —, sur certains éléments, au sujet des taxes. Qu'est-ce que les contribuables veulent ou ne veulent pas au Canada par rapport à Radio-Canada?

Je ne sais pas sur quelle étude se base le sénateur Plett pour dire que les Canadiens ne veulent plus de Radio-Canada ou qu'ils trouvent que ça coûte trop cher. Il n'a pas dit qu'ils n'en veulent plus, mais peut-être qu'ils trouvent que ça coûte trop cher, soyons modéré.

On a fait faire des études, et je pourrai les déposer, elles ne sont peut-être pas récentes, elles datent de quelques années, dans lesquelles est énoncé combien coûtait Radio-Canada par Canadien et on leur avait même posé la question dans un sondage auprès de 1 000 personnes. C'est quand même un sondage important, les gens étaient prêts à payer 5 \$ de plus par année pour le maintien de Radio-Canada. Je ne sais pas ce à quoi il fait référence quand il dit : « Les gens ne veulent plus payer. »

Je pense que, oui, quand on va en élection un parti politique peut bien dire : « Ils étaient contents qu'on ait coupé dans Radio-Canada. » Mais est-ce qu'il y a eu une étude, un sondage, quelque chose qui le dit? J'aimerais avoir des éléments factuels ou allons directement puis faisons comme certains pays, posons des questions lors de l'élection : « Êtes-vous satisfait? Voulez-vous telle chose? »

Je ne sais pas, ce n'est pas dans notre culture au Canada de toute façon ce genre de procédé ou de consultation. Je pense que si on veut changer des choses par rapport à Radio-Canada parce que nous sommes très inquiets. Vous avez vu ce matin, dans *Le Devoir*, encore une annonce importante de coupures à Radio-Canada, 400 postes, qui devraient avoir lieu dans les prochains jours.

Ils vont être où ces postes-là? On ne le sait pas. Est-ce que ça va être dans les régions encore une fois? Je pense qu'on est en train de faire mourir Radio-Canada à petit feu et, si c'est le cas, pourrait-on au moins le savoir, qu'on nous le dise clairement au lieu de laisser perdurer le problème, ou posons des questions directement à la population canadienne : « En voulez-vous encore de Radio-Canada? »

Il y a un mandat, il y a une loi qui fait que Radio-Canada existe, est en vie, il faut revoir cette loi puis regarder qu'on a le devoir de maintenir Radio-Canada en place. Il y avait certaines raisons pour lesquelles Radio-Canada a été mise en place. Peut-être qu'il faut revoir ces raisons parce que peut-être que ce n'est plus les bonnes raisons. Je pense qu'il faut s'assurer de respecter le mandat de Radio-Canada et actuellement, ça devient de plus en plus difficile avec les budgets qui sont alloués à Radio-Canada.

The Chair: Senator Housakos, you have the floor.

Mr. Lortie: If I may, Mr. Chair, I want to come back to the issue of governance. Asking questions is your duty as senators because you are mandated to do so. As far as CBC's governance is concerned, we have the same questions on the direction that CBC/Radio-Canada is taking. This five-year plan only results in staffing cuts. Don't tell me we're trimming the fat. Don't tell me it's outdated. We want to know what the plan is. Where do we want to be in five years?

Listening to President Lacroix last week was certainly not reassuring. He didn't once talk about the people or the artists at the crown corporation. He didn't mention them once. He said, "We're selling the furniture, we're going to sell the buildings, we're going to sell the equipment, the technological equipment to get to 2020."

In 2017, there won't be any money left. This is a dark and endless downward spiral. Where will they be? We can't seem to get any answers about their business plan, if they have one. They may be able to present one to you at an in camera committee meeting, but they certainly don't have any answers for us.

It is the public broadcaster. It has an obligation to face public scrutiny on what it does. It is your duty to ask those questions and we will encourage you to do so. We are asking the same questions.

I want to come back to that issue, and the erosion of CBC/Radio-Canada because we are talking about the regions. To us, there cannot be just a commercial voice in the regions of Canada. Canadians' access to information or entertainment cannot be commercially-based only.

There needs to be balance and that is the CBC's role and mission. If we need to review the mission that was established before the Second World War, then let's do it, if that's the issue. In 2020, we want there to still be a national public broadcaster, paid for by Canadian taxpayers, that does its job and respects its mission and doesn't engage in crisis management, as it's currently doing on a daily basis. When we get up in the morning, we constantly see news of cuts and we have no idea where this is going.

Senator Housakos: Thank you, gentlemen, for being here and thank you for your very interesting speech today.

In your press release of June 26, 2014, your agency denounced CBC/Radio-Canada's new strategic plans saying that they open to door to dismantling and privatizing the corporation.

I would like to know whether there are any entities that you know of in Canada or abroad, that are prepared to buy CBC/Radio-Canada if the government decides tomorrow to privatize a corporation that is losing more than \$1 billion a year. I don't

Le président : Sénateur Housakos, la parole est à vous.

M. Lortie : J'aimerais revenir, si vous permettez, monsieur le président, sur la question de la gouvernance. Poser des questions, c'est votre devoir, comme sénateurs, parce que vous êtes mandatés pour le faire. En ce qui a trait à la gouvernance de Radio-Canada, nous nous posons les mêmes questions sur les enjeux de la direction que prend Radio-Canada/CBC. Ce plan quinquennal ne fait que livrer des coupures de personnel; qu'on ne nous dise pas qu'on coupe dans le gras, qu'on ne nous dise pas que c'est désuet, mais on aimerait savoir ce que l'on veut faire. Où veut-on être dans cinq ans?

Quand on écoutait le président Lacroix la semaine passée, nous n'étions certainement pas rassurés, jamais il n'a parlé de personnes, les artisans qui sont dans la société d'État, jamais il ne les a mentionnés. Il dit : « On vend des meubles, on va vendre des immeubles, on va vendre des équipements, des équipements de technologie pour être là en 2020. »

Alors, quand, en 2017, il n'y aura pas d'argent, il ne pourra pas, c'est une descente infernale. Où seront-ils? On n'est pas capable d'avoir des réponses, sur leur plan d'affaires, s'ils en ont un. Ils peuvent peut-être vous le livrer en comité à huis clos, je ne le sais pas, mais certainement ils ont des réponses à nous donner.

Il est diffuseur public, il a l'obligation d'être sur la patinoire et de faire l'objet d'un examen public par rapport à ce qu'il fait. C'est votre devoir de poser ces questions, et on va vous encourager à le faire. Nous-mêmes, nous posons les mêmes questions.

Sur cette question et sur l'affaiblissement de CBC/Radio-Canada, je reviens, parce qu'on parle des régions; pour nous, il ne peut pas y avoir qu'une voix commerciale dans les régions du Canada, il ne peut pas y avoir qu'une seule façon que les Canadiennes et Canadiens aient accès à une information, à un divertissement qui se fait sur la base commerciale seulement.

Il faut avoir un équilibre et c'est là le rôle et la mission de la CBC. S'il faut revoir la mission qui a été déterminée avant la Deuxième Guerre mondiale, faisons le travail, s'il s'agit de ça. Mais nous souhaitons qu'en 2020, il y ait encore un radiodiffuseur national public, payé avec les impôts des Canadiennes et des Canadiens, et qu'il fasse son travail et respecte sa mission, pas de la gestion de crise comme on le fait actuellement tous les jours. Au lever du matin, on voit constamment des nouvelles de coupures et on ne sait pas où on s'en va.

Le sénateur Housakos : Merci, messieurs, pour votre présence, et merci pour votre discours très intéressant aujourd'hui.

Dans votre communiqué de presse du 26 juin dernier, votre organisme a dénoncé les nouveaux plans stratégiques de CBC/Radio-Canada en disant qu'ils ouvrent la voie au démantèlement et à la privatisation de l'entreprise.

J'aimerais savoir s'il y a des entités que vous connaissez, au Canada ou ailleurs au monde, qui sont prêtes à acheter CBC/Radio-Canada si le gouvernement décide demain de privatiser une entreprise qui perd plus d'un milliard de dollars par année. Moi, je

know many in today's industry that are prepared to buy CBC/Radio-Canada. There are a number that may want us to shut down CBC/Radio-Canada, but that's another story. I don't know too many people who are prepared to invest \$1 billion a year in a company that loses year after year.

You have called for a moratorium on all the budget cuts and you are doing so again today. You are suggesting forming a parliamentary committee to study the future of CBC/Radio-Canada. We have been doing that for the past year.

I can assure you that what we've heard so far across the country, and I want to reaffirm what Senator Plett is saying, is that Canadian taxpayers do not have an appetite for spending even more money. Regardless which political party is in power in a few months, whether it is the Liberals or the Conservatives, taxpayers certainly cannot do any more than they are doing right now. What metrics are we using to confirm that? CBC's ratings are atrocious. I admit that Radio-Canada's ratings are a bit better. However, Radio-Canada's ad revenues are declining much quicker than the government's yearly subsidies are.

Over the past 10 years, the federal government has cut \$500 million from the federal subsidies to CBC/Radio-Canada, but the reduction in ad revenues over the past few months is much bigger than that. That worries us. The government invested more than \$15 billion over the past 15 years and ratings, in English Canada in particular, as I said, are atrocious.

I recently read a poll sent to my office by the Friends of the CBC, which says that 39 per cent of Canadians think that Peter Mansbridge is the best anchorman in Canada.

I believe that. It's possible, but in the meantime, Mr. Mansbridge's ratings on the *National*, in English Canada, represent less than 5 per cent of the population month after month. That is very worrisome. I heard your message loud and clear that the government has to provide more money.

Do you have any other proposals as to how we can save the future of CBC/Radio-Canada?

I can assure you that when the report is published in a few months it will be sent to the minister and the House of Commons. They will never agree to spending \$6 million or \$7 million more a year to continue receiving the service, given the results we have seen in the past four or five years.

n'en connais pas beaucoup dans l'industrie aujourd'hui qui sont prêts à acheter CBC/Radio-Canada. Il y en a plusieurs qui souhaitent peut-être qu'on ferme CBC/Radio-Canada; cela, c'est une autre histoire. Mais je ne connais pas beaucoup de gens qui sont prêts à investir un milliard de dollars par année dans une entreprise qui perd année après année.

Vous réclamez un moratoire sur toutes les compressions budgétaires et vous le faites aujourd'hui encore. Vous suggérez la mise en place d'une commission parlementaire pour étudier l'avenir de CBC/Radio-Canada. On est en train de faire cela depuis un an.

On peut vous assurer que ce qu'on a vu et entendu de partout au pays à ce jour, et je veux réaffirmer les perspectives du sénateur Plett, c'est que, vraiment, il n'y a pas d'appétit de la part des contribuables au Canada pour consacrer encore plus d'argent. Peu importe le parti politique qui serait au pouvoir dans quelques mois, que ce soit les libéraux ou les conservateurs, il est sûr et certain que les contribuables ne peuvent pas faire plus que ce qu'ils font présentement. Quels sont les baromètres que l'on utilise pour affirmer cela? C'est le fait que les cotes d'écoute de la CBC sont dans un état horrible. Les cotes d'écoute de Radio-Canada sont un peu plus grandes, je vous l'accorde. Cependant, les revenus publicitaires de Radio-Canada diminuent à un rythme beaucoup plus rapide que la réduction des fonds octroyés par le gouvernement sous la forme de subventions par année.

On a fait 500 millions de dollars de coupures au cours des 10 dernières années en ce qui a trait à la contribution fédérale, aux subventions fédérales à CBC/Radio-Canada, mais la réduction des revenus publicitaires, au cours des derniers mois, est beaucoup plus grande que cela. Pour nous, c'est inquiétant. Le gouvernement a investi plus de 15 milliards de dollars au cours des 15 dernières années et, les cotes d'écoute, en particulier au Canada anglais, comme je l'ai remarqué, sont horribles.

Récemment j'ai lu un sondage, qui a été envoyé à mon bureau par les Amis de la CBC, Friends of CBC, selon lequel 39 p. 100 des Canadiens trouvent que Peter Mansbridge est le meilleur chef d'antenne au Canada.

Je le crois, c'est possible, mais, en même temps, les cotes d'écoute de M. Mansbridge, au *National*, au Canada anglais, représentent moins de 5 p. 100 de la population, constamment, mois après mois. C'est très inquiétant. J'ai bien entendu votre message à savoir qu'il faut plus d'argent de la part du gouvernement.

Pouvez-vous nous proposer une idée à part celle-là, sur la façon dont on peut sauver l'avenir de CBC/Radio-Canada?

Je peux vous garantir que, quand on va publier le rapport dans quelques mois, on va l'envoyer au ministre, au Bureau du premier ministre et à la Chambre des communes. Ils ne seront jamais d'accord pour dépenser 6 ou 7 millions de dollars par année de plus pour continuer de recevoir le service, compte tenu du résultat qu'on a eu au cours des cinq, quatre dernières années.

It's a long question. I put a lot of things on the table, but I take it that you want the government to spend all kinds of money to fill the void left by the loss of "Hockey Night in Canada," by the loss of ad revenue that has been declining month after month for the past three or four years. Just forget it. The government can't come up with that kind of money or justify it to taxpayers.

I would like to know what your plan B and plan C are as to what we should do with this important corporation, which I believe has its place. However, we have to find that place and figure out how to pay for it.

Mr. Roger: Your question is very interesting, Senator Housakos. We always come back to the fundamental question. First, I would like to clarify something: indeed there are differences between French Canada and English Canada. It's true that the ratings are not very high on the English side. Things are definitely better on the French side and I think you know why.

Obviously, the English-Canadian population has access to a lot more programming during prime time on the U.S. networks in real time, whereas in Quebec, they are limited by the French language, so there is programming specific to Quebec.

This comes back to the relevance of CBC/Radio-Canada. Today I am taking part in your committee, but for almost 20 years I have attended many federal committees such as Canadian Heritage. I can't count the number of committee meetings where we discussed the relevance or future of CBC/Radio-Canada. We also addressed this issue at Joan Fraser's Senate committee, as I'm sure you remember. Every time, the recommendations were to do better and to support CBC/Radio-Canada, and that we had a national broadcaster, we had to wonder. I think the debate has to be on whether or not to have a public broadcaster. The BBC made that choice and exists in Great Britain.

If we want to question the existence of CBC/Radio-Canada, then we have to have a debate on that and soon. We have to have a real debate with all the players instead of just saying people no longer want it, or we get the feeling they don't want it, but we don't know why.

Talking about ratings is for the private sector. That was never supposed to be a major focus at CBC/Radio-Canada. CBC always wanted to do distinct programming. Unfortunately, because CBC/Radio-Canada's budgets have been hamstrung over the years, the corporation has had to resign itself to producing programming similar to private companies to seek ad revenue in order to be able to continue producing.

Take for example CBC radio, and the last trial period on Radio 2 and CBC Music, where they tried to include ads, but it didn't really work. Radio is quite unique at CBC. When

C'est une longue question, j'ai mis beaucoup de choses sur la table, mais je tiens pour acquis votre proposition que le gouvernement dépense tout l'argent qu'il faut pour remplir l'espace laissé ouvert par la perte de *Hockey Night in Canada*, par la perte des revenus publicitaires qui sont en train de diminuer mois après mois depuis trois, quatre ans. Oubliez ça, le gouvernement n'est pas capable de trouver ce montant d'argent, ni de le justifier aux contribuables.

J'aimerais connaître votre plan B et votre plan C à propos de ce que l'on doit faire avec cette société qui est importante, qui a une place, à mon avis; cependant, il faut trouver quelle est cette place et comment on peut la payer.

M. Roger : Votre question est vraiment très intéressante, sénateur Housakos. On revient toujours à la question fondamentale. Premièrement, je voudrais clarifier un point : oui, il y a des différences entre le Canada français et le Canada anglais. Les cotes d'écoute ne sont pas très élevées, il faut l'admettre, du côté du Canada anglais. C'est définitivement meilleur du côté francophone, et je pense que vous savez pourquoi.

Évidemment, la population canadienne-anglaise a accès à beaucoup de programmation aux heures de grande écoute des réseaux américains en temps réel alors qu'au Québec, les gens sont captifs de la langue française, alors il y a une programmation qui est particulière pour le Québec.

On revient à la question de la pertinence de Radio-Canada. Je participe aujourd'hui à votre comité, mais depuis tout près de 20 ans, j'ai été présent dans de nombreux comités au fédéral, par exemple, à Patrimoine canadien. Je ne compte pas le nombre de participations à différents comités où on discutait justement de la pertinence, de l'avenir de Radio-Canada, même le comité sénatorial de Mme Joan Fraser où on avait abordé cette question, je pense que vous vous en souvenez. Et à chaque fois, les recommandations étaient qu'il fallait faire mieux, qu'il fallait soutenir Radio-Canada, qu'on avait un télédiffuseur national, il fallait se questionner. Je trouve que le débat doit se faire au niveau de l'enjeu même du choix d'avoir un télédiffuseur public, la BBC a fait ce choix et existe en Grande-Bretagne.

Si on veut remettre en question Radio-Canada/CBC, il faut qu'on tienne un débat là-dessus et ça presse. Il faut faire un vrai débat et qu'on fasse intervenir les joueurs au lieu de dire : « Les gens n'en veulent plus, on sent qu'ils n'en veulent plus, mais on ne sait pas pourquoi. »

Parler des cotes d'écoute, c'est jouer le jeu du privé parce que ça n'a jamais été supposé être l'enjeu majeur à Radio-Canada. Radio-Canada a toujours voulu faire une programmation distincte. Malheureusement, parce que les budgets de Radio-Canada ont été handicapés au fil des ans, Radio-Canada a dû se résigner à faire une programmation qui ressemblait aux joueurs privés pour pouvoir aller chercher des revenus publicitaires afin d'être encore en mesure de continuer de produire.

Je prends l'exemple de la radio à Radio-Canada, n'eût été la dernière période d'essai avec Radio 2 et Espace Musique où on a tenté de mettre de la publicité, puis ça ne fonctionne pas vraiment.

Canadians are tuning into radio, they know where to find CBC because that's the only place where there are no ads. It's wonderful. It is something truly unique, but again, that's CBC.

I will talk about local stations because I know there's going to be a debate on the relevance of the national broadcaster, but perhaps not with us. I think it's so important to hear journalists, CBC reporters when they are abroad sending us reports such as the ones on the Ebola virus currently in Africa. Canadian journalists are currently on site, covering armed conflicts where Canada is involved. They are the eyes of Canada. These aren't reports we're buying from the BBC or a French journalist, but reports made by Canadians who travel there with our perspective, our culture and that is important. It does cost money for that, however.

I think democratic debate is alive and well on the CBC, which sets a sort of standard for other media types and that is really important. I'll come back to the fact that we definitely need to have a broader debate on the future of CBC, and not just say that we have to reduce spending and hope that CBC will survive. We have to ask ourselves what we really want to do with CBC/Radio-Canada.

Mr. Lortie: Senator Housakos, you ask a good question. Fundamentally, do we in Canada want a taxpayer-funded public broadcaster? That is the question — and what for?

Pierre touched on a lot of things. I would like to add, ratings aside, that as far as American television is concerned, I don't look at how the networks are funded. They are private networks such as ABC, and all that. PBS can't claim to have the same ratings as CBS and NBC, but when you watch PBS, you know what to expect: top-quality information and top-quality documentaries.

Look at "American Experience." It would be great to have a show of that quality in Canada on our history as Canadians. This adds to the quality of information, the quality of entertainment and the quality of the cultural product that is developed in the United States.

When you listen to American Public Radio it's the same thing. You turn on the radio, you're in the middle of Iowa, you find Public Radio and you immediately know that this is something different. There are no ads. It's not a show, a "Gong Show." It won't be a "Loft Story" about murders on a desert island. It's something else. It doesn't have 80 per cent market share, but it contributes to building a pluralistic society.

Mais la radio est très distincte à Radio-Canada. Les Canadiens et Canadiennes savent qu'en syntonisant un poste de radio, ils savent où le trouver parce que c'est le seul endroit où il n'y a pas de publicité. C'est magnifique, c'est quelque chose de vraiment particulier, mais encore une fois, c'est Radio-Canada.

Je vais déborder du local parce que je sais qu'il va y avoir un débat sur la pertinence nationale, mais pas avec nous peut-être, mais je trouve tellement important de pouvoir entendre les journalistes, les reporters de Radio-Canada quand ils sont à l'étranger, pour nous transmettre des reportages tels que ceux sur le virus Ebola actuellement en Afrique. Des journalistes canadiens sont sur place, ils couvrent les conflits armés où le Canada est impliqué. Ils sont les yeux, le regard du Canada, ce n'est pas des reportages qu'on achète d'un journaliste de la BBC ou d'un journaliste français, mais c'est fait avec les Canadiens et Canadiennes qui se déplacent là-bas avec notre regard à nous, notre culture et c'est important, mais ça coûte des sous pour faire ça, comme tel.

Je trouve que les débats démocratiques au pays se font très bien grâce, entre autres, à Radio-Canada, et il institue une forme de standard pour les autres joueurs dans les médias et c'est vraiment pertinent. J'en viens au fait qu'il faut faire un débat définitivement plus large sur l'avenir de Radio-Canada, pas uniquement un débat de dire : « Il faut réduire les dépenses puis on va espérer qu'ils vont être encore en vie. » Il faut peut-être se questionner sur ce qu'on veut vraiment faire avec Radio-Canada.

M. Lortie : Votre question, sénateur Housakos, est pertinente en disant : « Fondamentalement, voulons-nous au Canada un radiodiffuseur public financé par les contribuables? — c'est la question qui est fondamentale — et quelle est cette utilité-là? »

Pierre en a mentionné beaucoup de choses, j'aimerais ajouter que, malgré les cotes d'écoute, quand vous regardez la télévision américaine, je ne regarde pas le financement des réseaux, c'est des réseaux privés ABC et tous les autres. PBS ne peut pas prétendre avoir des cotes d'écoute de CBS et de NBC, mais quand vous écoutez PBS, vous savez ce que vous voulez : une qualité de l'information ou une qualité des documentaires.

Ceux et celles qui écoutent *American Experience*, si on avait ça au Canada, ce serait extraordinaire, sur notre histoire comme Canadiens et Canadiennes d'avoir cette qualité de produit, mais les gens qui vont là, ça rajoute à la qualité de l'information, la qualité du divertissement et la qualité du produit culturel qui est développé aux États-Unis.

Vous écoutez American Public Radio, c'est la même chose. Vous syntonisez, vous êtes dans le fin fond de l'Iowa, vous syntonisez Public Radio, vous savez tout de suite qu'il y a autre chose. Là, ce n'est pas de la publicité, ce ne sera pas un *show*, un *Gong Show*, ça ne sera pas un *Loft Story* sur une île déserte à se massacrer, c'est autre chose. Ce n'est pas 80 p. 100 d'auditeurs qui vont écouter ça, mais ça contribue à bâtir une société plurielle.

The same goes in Canada. You said that “The National” represents 5 per cent, but when I turn it on at 9 o’clock, I expect certain things from Peter Mansbridge and the program. I expect a quality that I won’t find on another network that is not public. The public broadcaster has this capacity to delve into the issues.

On the radio they have the time to do an in-depth analysis and we don’t get enough of that. Things are moving so quickly, we end up with superficiality, entertainment, “infotainment,” as they call it. There isn’t time to deliberate or take a step back because technology is polluting us and bombarding us with information and we are unable to analyze it all.

When you have a national broadcaster that doesn’t have to sell itself to survive, then that takes care of this problem. Of course we have our own politics and make our own choices. We don’t have to agree, but I think we have to be open about this debate. What do we want from this five-year plan and what type of broadcaster do we want? Let’s keep an open mind. Are we for or against?

Obviously, we are very much in favour of it. We are quite convinced. I see what’s happening and I always come back to the regions. When I travel to the regions in Canada or Quebec, I know I’m going to get high-quality information on the public stations.

But I pay the price. You’re absolutely right that this comes at a cost, when it comes to ratings. This is not “Entertainment Tonight.” These aren’t shows like “Loft Story,” but in the meantime, it is information, entertainment or cultural products that Canadians need to have and that is part of it, but, at what cost? That’s the question.

Senator Housakos: Just to clarify, I may ask tough questions, and there are many people who have come to the conclusion that I am anti-CBC, but far from it.

I think there is a place for Radio-Canada and for CBC, but we have to figure out what that place is, where it is, what the niche is for those corporations. I totally agree with you.

When we look at PBS, it has a very unique experience to that of the other American broadcasters. In the case of PBS, the money that goes to PBS comes from taxpayers, the public sectors, but the channel is 50 per cent self-funded. For every dollar that is devoted to PBS, there is a dollar that comes from the taxpayer, the federal government.

Currently, here, at CBC/Radio-Canada, that is not the case at all. For every ad dollar that is devoted to CBC/Radio-Canada, there are four or five dollars that come from the taxpayer. Now, the real debate here for us, the real question — and I want to

C’est la même chose au Canada. Vous disiez que *The National* représente 5 p. 100, mais moi, quand je le syntonise à 9 heures le soir, je m’attends à quelque chose de Peter Mansbridge et de l’émission; je m’attends à une qualité que je ne retrouverai pas sur aucun réseau qui n’est pas public, parce qu’ils ont cette capacité d’approfondir les sujets.

Quand on écoute les radios, ils ont le temps de faire de l’analyse en profondeur, c’est ça qui nous manque. Les choses vont tellement vite qu’on est dans le superficiel, le divertissement, l’*infotainment* comme on l’appelle, on n’a pas le temps de mesurer, d’avoir le recul parce que les technologies nous polluent et nous inondent, nous bombardent d’informations et on n’est pas capable de l’analyser.

Quand vous avez un radiodiffuseur national qui n’a pas à vendre, à se vendre tous les jours pour survivre, bien ça place ça. C’est sûr que c’est un choix politique, un choix de société. On peut ne pas être d’accord, mais je pense qu’on doit le faire à visière levée ce débat-là. Que voulons-nous encore, dans le cadre de ce plan quinquennal et quel type de radiodiffuseur? Faisons-le visière levée. Pour ou contre?

Nous, évidemment, on est très favorable, on est assez convaincu à ce niveau. Je regarde ce qui se passe puis je reviens toujours aux régions. Quand je me déplace en région au Canada ou au Québec, là où je sais que je vais avoir une information de qualité, ça va être sur les réseaux publics.

Mais je paie ce prix, il y a un prix à payer, vous avez tout à fait raison, sur les cotes d’écoute parce que ce n’est pas *Entertainment Tonight*, ce n’est pas des émissions comme *Loft Story*, mais en même temps c’est un type d’information, un type de divertissement ou de produits culturels que des Canadiens ont besoin d’avoir et ça fait partie de là. Maintenant, à quel prix? Ça, c’est la question.

Le sénateur Housakos : Simplement pour clarifier, je suis dur, peut-être, quand je pose des questions, et il y a beaucoup de personnes qui sont rendues à la conclusion que je suis anti-CBC, anti-Radio-Canada, mais c’est loin d’être le cas.

Je pense qu’il y a une place pour Radio-Canada et pour la CBC, mais il faut déterminer quelle est cette place, où elle se situe, quel est le créneau de ces sociétés; et je suis tout à fait d’accord avec vous.

Quand on regarde PBS, c’est une expérience très unique par rapport à tous les autres télédiffuseurs américains. Dans le cas de PBS, présentement, les contribuables et l’argent qui est consacré à PBS proviennent du secteur public, mais la chaîne est autofinancée à 50 p. 100. Pour chaque dollar qui est consacré à PBS, il y a un dollar qui provient du contribuable, du gouvernement fédéral.

Présentement, ici, à Radio-Canada/CBC, ce n’est pas le cas du tout. Pour chaque dollar de publicité qui est consacré à CBC/Radio-Canada, il y a quatre, cinq dollars qui proviennent du contribuable. Maintenant, le vrai débat, ici, pour nous, la vraie

come to a clear conclusion at the end of this exercise because currently all the witnesses who come here feel like their domain is the most important.

Earlier, we heard testimony from people who represent the anglophone minority community in Quebec. To them, CBC English was the end of the world. It was very important.

When we went to Saint-Boniface, Manitoba, we saw that Radio-Canada was the only game in town for Franco-Manitobans. It is crucial for them. We can't cut Radio-Canada there.

Other people are saying and you said it too, that the way the CBC's "The National" broadcasts the news is truly fantastic. It's the Cadillac. We have to keep it.

I agree. I watched "The National" yesterday. Their reporting of yesterday's events was very well done. I was very impressed and I tried to compare "The National" and "CTV News." I was impressed with all of Peter Mansbridge's reports, the level of detail. It was quite brilliant. I can't say that their production wasn't extraordinary, because it was quite good. I really don't understand why their ratings are so low.

That's what makes me come to conclusion that people just don't find it interesting and I am in the minority.

When we went to Radio-Canada in Quebec City one morning, I asked the station manager the following question, "How do you rank in the ratings?" He said, "We are second behind TVA."

That's not because they aren't innovative in their approach, or they didn't work hard and it's not because the taxpayer didn't contribute enough money. At the end of the day, we have to accept that it would be impossible to fund everything that CBC/Radio-Canada is doing right now.

I would like your point of view, if we were to identify two or three top priorities out of the current six or seven, what are they? What are the two lowest priorities on the list, without which CBC/Radio-Canada could survive? CBC/Radio-Canada is trying to do it all right now. It's trying to meet the needs of linguistic minorities across the country. It is trying to become the BBC of international news in Canada. It is trying to be all things to all people, but perhaps at the end of the day, we don't have enough money to do all that.

Mr. Roger: That is an excellent question, Senator Housakos. Indeed, it would be hard to define those priorities under CBC's mandate. No other broadcaster has that obligation, for example,

question — et je veux arriver à une conclusion précise à la fin de cet exercice, parce que, présentement, tous les témoins qui viennent ici ont une perspective selon laquelle leur domaine est le plus important.

Tantôt, on a entendu un témoignage de gens qui représentent la communauté anglophone minoritaire au Québec. Pour eux, la CBC English, c'était la fin du monde, c'était très important.

Lorsque nous sommes allés à Saint-Boniface, au Manitoba, pour le Franco-Manitobain, Radio-Canada, c'est « *the only game in town* », c'est primordial pour eux, on ne peut pas couper là.

Ensuite, il y a d'autres gens qui témoignent, et vous l'avez dit vous aussi, que *The National* à la CBC, sa façon de diffuser les nouvelles est vraiment fantastique, c'est la Cadillac, il faut garder cela.

Je suis d'accord. J'ai vu les reportages au *National* hier, les événements qui se sont déroulés à Ottawa hier, et c'était vraiment bien fait. J'étais très impressionné et j'ai essayé de voir la différence entre *The National* et *CTV News*, et j'ai été impressionné par tous les reportages de Peter Mansbridge, le niveau de détail, c'était vraiment brillant. Je ne peux pas dire que leur production n'est pas extraordinaire, car elle est très bonne, mais en même temps, je ne comprends pas pourquoi leurs cotes d'écoute sont si faibles.

C'est là que j'arrive à la conclusion que c'est parce que les gens ne trouvent pas ça intéressant, et que je suis dans la minorité.

Quand on a visité Radio-Canada, ici, à Québec, le matin, j'ai posé la question suivante au directeur de la station : « Où se situent vos cotes d'écoute? » Puis il a répondu : « Bien, nous sommes deuxièmes, derrière TVA ».

Mais, ce n'est pas parce qu'ils ne sont pas innovateurs dans leur approche, qu'ils n'ont pas travaillé fort, et ce n'est pas parce que le contribuable n'a pas contribué suffisamment d'argent. Ainsi, à la fin de l'exercice, il faut décider que ce serait impossible de financer tout ce que CBC/Radio-Canada fait présentement.

J'aimerais avoir votre point de vue, si on était obligé d'identifier deux, trois priorités sur les six ou sept qui existent présentement. Quelles sont les deux, trois meilleures priorités, quelles sont les deux priorités qui se situent le plus bas dans la liste sans lesquelles CBC/Radio-Canada pourrait tout de même survivre? Parce qu'elle fait tout présentement : elle essaie de répondre aux besoins des minorités linguistiques partout au pays, elle essaie de devenir la BBC des nouvelles internationales au Canada, elle a essayé d'être, comme je dis en anglais, *all things to all people*, mais, peut-être qu'à la fin de l'exercice, on n'a pas le moyen financier de faire tout cela.

M. Roger : C'est une excellente question, monsieur Housakos. Effectivement, ce serait difficile de définir les priorités parce qu'on se réfère au mandat de Radio-Canada et évidemment, il n'y a pas

of broadcasting in a number of Aboriginal languages, in northern Canada. Providing services in those locations is very expensive.

I would remind you that CBC has ended practically the entire transmission side of things. The shortwave transmission of Radio-Canada International, which was broadcast from Nova Scotia with short wave antennas, no longer exists. We have entered the modern world and now we have the Internet. Radio-Canada International still exists. It's just broadcast on the Internet now.

It's hard to say we'll just stick to the news and no entertainment. That would not satisfy the CBC's mandate. I think that comes back to the basic question. Let's look at CBC's mandate and figure out the priorities. Those priorities are already there and CBC is currently dealing with that. It is trying to fulfill its mandate and take into account, as I was saying that there are new platforms now, new technologies on which CBC must be present to reach a younger audience. The 18 to 24 age group is on mobile phones, tablets and less and less in front of traditional televisions or the radio, where older people are very much present. The older demographic makes up a big part of the Canadian population right now.

I want to briefly come back to one of your questions on funding as well because people need to know that the CRTC's funding data on CBC/Radio-Canada that I have been looking at for many years, that I follow regularly, have shown me that until a few years ago — you were talking about the past few months earlier, you said things seemed drastic — yes, things aren't going so well when it comes to ads, not just for the CBC, but for all the other media, the written press. I could go on about this for hours because there are a lot of problems in that regard. It is another major challenge. However, over the years, when there were cuts, CBC managed to recoup some of its revenue with ads. There are graphs to back that up, except for the past few years. I agree with you. You're right in that it seems harder to rely on ads. It's hard for everyone, including CBC.

Again, CBC was forced to turn to advertising because the government subsidies could not be sustained. The thing that is most disconcerting is last week's announcement by CBC president, Hubert Lacroix, who said that we are going to be selling our assets, as though we're going to buy groceries on credit. In a way, we're selling the assets to pay for content, programming, and not for the next 10 years, but just a few years

un autre télédiffuseur qui a cette obligation, par exemple, de diffuser dans plusieurs langues autochtones, dans le Nord du Canada et d'offrir des services dans ces endroits-là ça coûte très cher.

Je vous rappellerai, par exemple, que Radio-Canada a mis fin pratiquement à tout ce qui est transmission, ça n'existe plus, aux transmissions ondes courtes de Radio-Canada International qui diffusait à partir de la Nouvelle-Écosse avec des antennes à ondes courtes. On est rendu dans le monde moderne, et maintenant, c'est Internet. Ils ont encore Radio-Canada International, mais c'est diffusé sur Internet aujourd'hui.

Mais c'est difficile de dire : « On va faire juste de la nouvelle, pas du divertissement. » C'est parce qu'il faut voir le mandat de Radio-Canada. Moi, je pense que ça revient à la question de base, regardons le mandat de Radio-Canada à ce moment-là puis essayons de trouver les priorités. Mais elles sont là, ces priorités, puis c'est ce que fait Radio-Canada actuellement, elle essaie de remplir son mandat et de tenir compte, comme je le disais précédemment, du fait qu'il y a maintenant des nouvelles plateformes, des nouvelles technologies sur lesquelles Radio-Canada doit être présente pour rejoindre les jeunes, parce que les jeunes sont présents, les jeunes de 18 à 24 ans, ils sont présents sur les téléphones mobiles, sur les tablettes, mais ils le sont moins devant le téléviseur traditionnel ou la radio où sont encore très présents les gens plus âgés, par exemple, qui constituent une grande partie de la population canadienne, maintenant en termes démographiques.

Je reviens brièvement à une de vos questions sur le financement aussi parce que ce qu'il faut savoir que les données financières du CRTC que j'ai analysées depuis de nombreuses années sur Radio-Canada, que je suis régulièrement, m'ont démontré qu'à jusqu'à il y a quelques années — vous parliez des derniers mois tantôt, vous disiez que ça avait l'air dramatique —, oui, ça ne va pas bien dans le monde de la publicité, pas uniquement pour Radio-Canada, mais dans l'ensemble des autres médias, la presse écrite. Je pourrais vous en parler pendant des heures aussi parce qu'il y a beaucoup de problèmes à ce niveau, c'est un enjeu important encore une fois. Mais au fil des ans, Radio-Canada, quand il y avait des coupures, il y a eu des coupures, a réussi quand même à récupérer une partie des revenus avec la publicité et il y a des tableaux, où on peut très bien le voir, sauf dans les dernières années. Je vous rejoins, vous avez raison, où il semblerait que là, c'est plus difficile parce que la publicité, c'est dur pour tout le monde de ce temps-là et aussi pour Radio-Canada.

Et Radio-Canada, je vous rappelle qu'on l'a forcée à aller vers la publicité parce que les subsides gouvernementaux ne pouvaient plus suivre. Ce qui est le plus inquiétant, c'est l'annonce de M. le président, Hubert Lacroix, la semaine dernière, qui a dit que nous allons vendre les actifs, comme si on va acheter l'épicerie à crédit. Dans le sens, on vend les actifs pour payer le contenu, la programmation, mais on ne va pas la payer pour 10 ans à venir, il

to come. We're just buying time, but then what? We have to address the fundamental problem. I will give the floor to Jean. I think we wanted to follow up.

Mr. Lortie: I would add that, two years ago, when the CRTC renewed CBC/Radio-Canada's licences, we were at the CSN's public hearings in Gatineau and there is not a lot of life left in the current mandate. That comes back to your questions. We opened this debate on the mission. In the context of your work and the insight that will come out of your report, should we revisit the mission or not?

I wouldn't say that's a priority, but to me there are three areas we need to work on to have a national broadcaster in Canada: the issue of quality entertainment, and producing entertainment; produce programming as a crown corporation and quality information that reflects the regions of Quebec.

Think of mirrors and windows. The regions of Canada mirror each other and they are a window to Canada for the people in larger centres,

Coincidentally, I was watching CBC North this morning to gauge that very thing. No one can do that, know what's going on in the large communities in Canada's North, which is a strategic area, as your government likes to hammer home every summer saying that the North will become Canada's new frontier in the coming years.

If there were no CBC North, it would have to be created because all news about northern communities will emerge from there. That is part of our concern with respect to the regions.

We have to work around that. Today in 2014, when the global climate for media is difficult and where things are happening quickly, does the mandate of the CBC/Radio-Canada, which predates WWII — we are talking about the 1930s — need to be revisited?

What about the CBC/Radio-Canada's accountability, governance rules and the direction it wants to take as a corporation? In my opinion, these are all questions that all of us — the Senate committee, the House committee, members of civil society — must ask ourselves, and I believe they are pertinent questions.

Senator Housakos: I have another question. Have you noticed whether, in recent years, the number of people in that industry and in all the organizations, has declined? The CBC is cutting its staff; TVA, everyone, is cutting staff, their budgets, what they do. Have we lost a lot of people in this industry, such as journalists and people working in this field, to the United States?

va y en avoir juste pour quelques années. Après on va faire quoi, là, si on achète du temps, là? Il faut vraiment traiter le problème de fond. Je vais passer la parole à Jean, je pense qu'il voulait enchaîner.

M. Lortie : En complément, je rajouterais que évidemment quand le CRTC a renouvelé les licences de Radio-Canada, nous étions aux audiences publiques de la CSN il y a deux ans à Gatineau et le couloir est mince dans le mandat actuel. Donc, c'est-à-dire on revient à vos questions, on a ouvert ce débat sur la mission. Est-ce qu'on doit revisiter la mission ou pas, dans le cadre de vos travaux et des réflexions qui vont être suivies par votre rapport?

Je ne le mettrai pas en priorité, mais moi il y a trois chantiers sur lesquels on doit travailler pour avoir au Canada un radiodiffuseur national : la question du divertissement de qualité, c'est-à-dire une production de divertissement; faire de la production comme société d'État et une information de qualité qui reflète les régions du Québec.

Alors, miroir et fenêtre. Les régions du Canada sont le miroir l'une vers l'autre et en même temps pour les populations des grands centres, elles sont une fenêtre sur le Canada.

Par pur hasard ce matin, je regardais CBC North juste pour mesurer cet impact-là. Il n'y a personne qui peut faire ça, savoir ce qui se passe dans les grandes communautés du Nord canadien, qui sont un enjeu stratégique, votre gouvernement chaque été le martèle : le Grand Nord va devenir la frontière, la nouvelle frontière du Canada dans les prochaines années.

Et s'il n'y avait pas CBC North, il faudrait le créer, parce que c'est là où va se développer toute l'information des communautés nordiques. Cela, ça fait partie de notre préoccupation des régions.

Alors, il faut travailler autour de ça et cette mission de Radio-Canada, celle qui date de l'avant-guerre, on parle des années 1930, aujourd'hui en 2014, dans la conjoncture des difficultés des médias globalement, parce que ça va très vite, doit-on la revoir?

La reddition de comptes de Radio-Canada, les règles de gouvernance et où veut-elle se retrouver comme société? Ce sont toutes, à mon avis, des questions pertinentes qu'on doit tous se poser, comité sénatorial, comité de la Chambre ou les acteurs de la société civile, nous posons ces questions-là et elles sont, je pense, pertinentes.

Le sénateur Housakos : J'ai une autre question. Est-ce que vous avez remarqué si, au cours des dernières années, il y a eu une réduction des gens dans cette industrie-là, dans toutes les agences? Radio-Canada a réduit le nombre de ses employés, TVA, tout le monde est en train de réduire leur nombre d'employés, leur budget, leur façon de faire. Est-ce qu'on a perdu beaucoup de gens issus de cette industrie, qui sont partis pour les États-Unis, des journalistes, des gens qui ont travaillé dans ce domaine?

Mr. Roger: Yes, I can try to answer because we represent a majority of the journalists in Quebec. There are 1,800 journalists and we represent 1,500 in the industry, the print media, radio and television.

No, I do not believe so. Obviously, when people such as journalists lose their jobs — to answer your specific question about journalists — and there are no other opportunities in another area, they will sometimes go to work in public relations, for businesses in municipalities and cities, and they will do public relations work because they are communicators and journalists by training.

However, I would also like to elaborate on my answer to your question. There have not been that many cuts. For example, there have not really been any cuts at TVA because they also have a big organization and they did not really cut any people.

Senator Housakos: It is mostly happening in print media, the newspapers.

Mr. Roger: Yes, in the newspapers, because there is —

Senator Housakos: — such as The Canadian Press —

Mr. Roger: Yes, exactly.

Senator Housakos: — Postmedia —

Mr. Roger: Yes, there have been cuts at The Canadian Press, you are right. However, at the newspapers — I know this is not the subject here — what is happening is that the paper format is going to disappear in the next few years and new distribution platforms will be developed, such as La Presse+ for the iPad. This requires reviewing how the work of newsrooms is organized, but does not really affect the journalists. It is often the other workers, such as those who print or distribute the paper, who are affected. Journalists are always needed because they are the ones who get the news and analyse it, and they will always be needed, even at the CBC/Radio-Canada. I mean, they are the ones who make the news. We need journalists to go find the news, analyse it, then broadcast and present it.

The Chair: Mr. Roger, Mr. Lortie, Mr. Énault, thank you very much for being here. As I said at the very start, we apologize and we know you understand the present circumstances.

Mr. Lortie: Absolutely.

The Chair: I assure you that the evidence is recorded and that it will be shared with the senators. When we prepare our report, it will be the quality and not the number of participants that counts.

Mr. Housakos is my Deputy Chair, and I can assure you that you truly have been heard and that you will be heard by our colleagues thanks to the transcripts.

M. Roger : Oui, je peux tenter de répondre parce qu'on représente une grande partie des journalistes au Québec. Il y a 1 800 journalistes et nous en représentons 1 500 dans l'industrie, les médias écrits, radio, télé.

Non, je ne crois pas, évidemment quand les gens comme journalistes perdent leur emploi, par exemple, pour répondre précisément à votre question de journalistes, et qu'il n'y a pas d'autres possibilités dans un autre média, ils vont parfois aller travailler dans le domaine des relations publiques, pour des entreprises auprès de municipalités, de villes pour faire les relations publiques parce que ce sont des communicateurs, les journalistes de formation, comme telle.

Mais je voudrais répondre aussi à votre question de façon plus large. Il n'y a pas eu tant de coupures que ça, je prends l'exemple à TVA, il n'y en a pas vraiment eu parce qu'ils ont une grosse machine aussi, alors ils n'ont pas vraiment coupé de gens.

Le sénateur Housakos : C'est davantage dans la presse écrite, les journaux.

M. Roger : Oui, dans les journaux, parce qu'on vit...

Le sénateur Housakos : ... comme La Presse canadienne...

M. Roger : Oui, tout à fait.

Le sénateur Housakos : ... Postmedia...

M. Roger : Oui, il y en a eu à La Presse canadienne, vous avez raison, mais dans les journaux, je sais bien que ce n'est pas votre sujet ici, mais dans les journaux ce qui se passe c'est que c'est la disparition du papier qu'on va voir dans les prochaines années et le développement des nouvelles plateformes de diffusion, comme la Presse+ sur la tablette iPad et ça nécessite de revoir l'organisation du travail des salles de nouvelles, mais ça ne touche pas vraiment les journalistes, c'est souvent les autres types de travailleurs comme ceux qui imprimaient le journal ou le distribuaient. Mais on a toujours besoin des journalistes parce que c'est eux qui font la nouvelle, qui l'analysent, ça, on va toujours en avoir besoin; même à Radio-Canada. Je veux dire, c'est eux qui font la nouvelle, on a besoin de journalistes pour aller la chercher puis l'analyser puis la diffuser, la présenter.

Le président : Monsieur Roger, monsieur Lortie, monsieur Énault, merci beaucoup de votre présence. Comme je vous l'ai souligné au tout début, nous nous excusons, et vous comprenez les circonstances présentes.

M. Lortie : Absolument.

Le président : Je vous assure que le témoignage est enregistré et qu'il sera partagé avec les sénateurs. Au moment de la préparation de notre rapport, ce n'est pas la quantité de participants qui compte, mais bien la qualité.

M. Housakos est mon vice-président, et je peux vous assurer que vous avez été bien entendus et que vous allez être entendus par nos collègues grâce aux transcriptions.

The next witness is Mériol Lehmann, Chief Executive Officer of AVATAR. Before I give you the floor, Mr. Lehmann, I must tell you that, as you know and in light of yesterday's events, we have two options. We can suspend our hearings today and perhaps not have the opportunity to return to Quebec City to hear from people from different communities, or we can proceed. It is our preference to hear your testimony, as I mentioned earlier. Before the other group leaves, I would like to say that the testimony is part of the record of documents on which the study of the future of the CBC will be based. The study will be published in 2015 at the latest. Whether there are six senators or two senators present, you can rest assured that your comments will carry just as much weight. As I somewhat jokingly said, but it is not a joke, Senator Housakos is the Deputy Chair of the committee and I am the Chair, and you can count on the fact that if we take your testimony it is because we intend to give it the same weight as if there were six, seven or eight senators listening to you.

Mériol Lehmann, Chief Executive Officer, AVATAR: Thank you, Mr. Chair. Before I start, I would also like to thank you for inviting me. I am delighted to be participating in this democratic exercise. I hope I can make a valuable contribution. Naturally, I glanced at the list of witnesses and I see myself as somewhat of an outsider. However, at the same time, I think that I have some knowledge and concerns that can be helpful to this discussion.

To create some context, I would just like to point out that AVATAR is a media artists centre, and that I am also a member of the strategic committee of the Conseil québécois des arts médiatiques, and a member of the board of directors of the Independent Media Arts Alliance, which is the umbrella group for media arts centres in Canada.

That will help you understand the viewpoint I am presenting today.

There are obviously several ways of looking at this topic. The future of CBC/Radio-Canada is a very broad topic, and I absolutely do not expect to address all the issues. I chose to look at two points that I believe to be of the most concern. The first is the impact of the corporation on the economic development of culture and cultural development, primarily in Quebec, because that is the region of Canada I am most familiar with. The second point concerns the digital shift because, naturally, AVATAR is very involved in the digital world, and I am as well with many other organizations. In two weeks, I will be representing Quebec City at the Rencontres Champlain Montaigne sur la culture numérique in Bordeaux, France, and the issues of digitization and the digital evolution and revolution are subjects of particular interest to me.

Le prochain témoin est M. Mériol Lehmann, directeur général d'AVATAR. Avant de vous donner la parole, monsieur Lehmann, je dois vous dire, comme vous pouvez le constater, compte tenu des incidents d'hier, que nous avions deux options, soit celle de suspendre nos audiences aujourd'hui et de ne peut-être pas avoir l'occasion de revenir à Québec pour entendre les gens des différentes communautés, ou celle d'aller de l'avant. On a préféré prendre les témoignages, comme je l'ai souligné tout à l'heure. Avant que l'autre groupe ne nous quitte, je voudrais préciser que les témoignages font partie du registre des documents sur lesquels va être basée l'étude sur l'avenir de Radio-Canada, qui va être rendue publique plus tard en 2015. Qu'on soit six sénateurs ou qu'on soit deux sénateurs, prenez pour acquis que vos propos vont avoir la même importance. Comme je l'ai dit un peu à la blague, mais ce n'est pas tout à fait à la blague, le sénateur Housakos est vice-président du comité, je suis le président du comité, et il est sûr que si nous écoutons votre témoignage, c'est que nous avons l'intention de lui donner la même importance que si nous étions six, sept ou huit sénateurs pour vous écouter.

Mériol Lehmann, directeur général, AVATAR : Merci, monsieur le président. Avant de commencer, je voudrais aussi vous remercier pour cette invitation. Je suis ravi de participer à cet exercice démocratique. J'espère pouvoir y amener une contribution intéressante. Évidemment, j'ai regardé un peu la liste d'invités et je me vois un peu comme un *outsider*, mais en même temps je pense que j'ai certaines connaissances et préoccupations qui peuvent amener de l'eau au moulin.

Histoire de mettre les choses en contexte, je veux simplement vous rappeler que AVATAR est un centre d'artistes en arts médiatiques, que je fais également partie du comité d'orientation du Conseil québécois des arts médiatiques, et que je siège également sur le conseil d'administration de l'Alliance des arts médiatiques indépendants du Canada, qui regroupe l'ensemble des centres en art médiatique au Canada.

Cela vous permet de comprendre un peu le point de vue que je vais avoir aujourd'hui.

Évidemment, il y a plusieurs manières d'aborder toute cette question, la question de l'avenir de Radio-Canada/CBC est extrêmement large, je ne compte absolument pas adresser toutes les questions. J'ai choisi de regarder deux points que je pense plus préoccupants : un point qui est l'impact de Radio-Canada sur le développement économique de la culture et le développement culturel, principalement au Québec évidemment vu que c'est la région du Canada que je connais le mieux, et un deuxième point qui est au sujet du tournant numérique parce que, évidemment, AVATAR est très impliquée dans le numérique, j'y suis également à titre individuel dans beaucoup d'autres organisations. Je représenterai la Ville de Québec aux Rencontres Champlain Montaigne sur la culture numérique dans deux semaines à Bordeaux, en France, et le numérique, l'évolution et la révolution du numérique sont des questions qui m'interpellent particulièrement.

I will go directly to the first point, the impact that the CBC/Radio-Canada has on Quebec's cultural economic development. As you know, there are a great many studies showing that the cultural sector is a very profitable economic sector compared to other sectors. For example, it is a sector that generates a great deal of revenue and creates many jobs as well. In that regard, I will say that the cultural industry, and even beyond the industry, culture in very general terms also benefits tremendously from CBC/Radio-Canada, among others, in particular with regard to the visibility to be given to cultural stakeholders.

For example, only at CBC/Radio-Canada will you find book, theatre and visual arts reviews among others, and culture that goes a little bit beyond the entertainment culture that appeals to a very broad audience. The other media, except for small community or university media, for example, do not cover that.

Therefore, it is extremely important to the entire cultural world and it is something that is often forgotten. What I am trying to get across to you is a point of view that I do not often hear. For example, as the Chief Executive Officer of AVATAR, what I see, whether it is radio or television is that the CBC/Radio-Canada is the only electronic media that is going to cover the type of artists that we are going to produce and present. In other words, whether it is Radio-Canada's "Téléjournal" or a specialty program, the corporation is my direct contact with the public and it allows me to attract the public. That is obviously the case for the organization that I represent, but it is also the case for many organizations.

If I look at cultural coverage in Quebec City, the only such electronic media coverage worthy of that name is provided by Radio-Canada. I am not saying that organizations such as TVA or the other radio stations provide absolutely no coverage. However, their coverage is very generic, and they will cover a comic who already sells out shows. They will cover an artist who will fill the Colisée.

In Quebec's cultural ecology, this contribution by Radio-Canada is extremely important. I believe that we must consider this because we may not necessarily see a direct impact; the impact is much more subtle. For someone who does not work in organizations such as ours, it is hard to realize how important this is, how important it can be for visibility and how we reach the public, and how this also leads to — I am thinking of certain Radio-Canada broadcasts — debate about it being one of the only places where we can find quality reviews, and where there are people capable of advancing the debate about culture in Quebec in an intelligent, thoughtful and neutral manner.

We also have to remember that the other major player in Quebec culture in terms of the media is Québecor. It is no secret that there are many ties between its different platforms. In their daily programming, they are obviously going to promote their

Je vais directement aller au premier point, le premier point qui est l'impact de Radio-Canada sur le développement économique culturel du Québec. Vous n'êtes pas sans savoir, parce qu'il y a eu maintes et maintes études qui prouvent que le secteur de la culture est un secteur qui économiquement est un secteur qui est très profitable, comparativement à d'autres secteurs. Par exemple, c'est quand même un secteur qui génère beaucoup d'économie, beaucoup d'emplois aussi. Et là-dessus, je vous dirais que l'industrie culturelle, et au-delà de l'industrie, mais également la culture de manière très générale profite énormément du service offert par Radio-Canada, entre autres, notamment au niveau de la visibilité qu'on va donner aux acteurs culturels.

Par exemple, il n'y a aucune autre place qu'à Radio-Canada où on peut avoir des critiques de littérature, de théâtre, d'événements d'art visuel, et cetera, une culture qui va un peu plus loin que la culture du divertissement qui touche un très large public. Les autres médias, en dehors de petits médias communautaires ou de médias universitaires, et cetera, ne touchent pas à ça.

Et donc, pour l'ensemble du milieu culturel, c'est quelque chose d'extrêmement important et c'est quelque chose que souvent on oublie. Ce que j'essaie de vous amener, c'est un point de vue que je n'entends pas souvent, mais par exemple, pour moi, comme directeur général d'AVATAR, le seul média électronique, donc, c'est-à-dire, que ce soit la radio, la télévision qui va parler du type d'artistes qu'on va produire et diffuser, c'est Radio-Canada et ça veut dire que, que ce soit au *Téléjournal* ou dans le cadre d'émissions spécialisées, c'est mon contact direct avec le public, c'est celui qui me permet d'amener du public. Et c'est le cas pour évidemment l'organisation que je représente, mais c'est le cas pour énormément d'organisations.

Je regarde la couverture culturelle qui se fait dans la ville de Québec, la seule couverture digne de ce nom dans les médias électroniques c'est celle qui est faite par Radio-Canada. Je ne veux pas dire que des organisations comme TVA ou les autres radios ne couvrent pas du tout, mais vont les couvrir dans un sens très générique, on va couvrir un humoriste qui vend déjà des salles comblées. On va couvrir des artistes qui vont remplir le Colisée.

Et dans l'écologie culturelle québécoise, cet apport de Radio-Canada est extrêmement important et je pense qu'il faut en tenir compte parce que ce n'est pas un impact direct nécessairement qu'on peut voir, c'est un impact un peu plus diffus. On n'a pas l'impression de ça quand on ne travaille pas dans des organismes comme les nôtres à quel point ça a une importance, à quel point ça a une importance sur la visibilité qu'on peut avoir, sur notre manière de toucher le public et à quel point ça permet aussi, je pense par exemple à certaines émissions de radio à Radio-Canada, ça amène aussi au débat que c'est une des seules places où on a une critique de qualité, où on a des gens qui sont capables de faire évoluer le discours sur la culture au Québec de manière intelligente, posée et neutre.

Il faut se rappeler aussi que l'autre gros joueur dans la culture québécoise au niveau des médias est Québecor, et ce n'est un secret pour personne qu'il y a, mettons, beaucoup de liens entre leurs différentes plateformes. Et donc, évidemment on va mettre

own television programs, just as they will promote their own music artists, and so forth. Quebecor also controls music distribution through Archambault, Select and others.

Thus, there is a very big player that mainly looks after its own interests, which is normal in private enterprise, and I have nothing against that. However, Radio-Canada is a very important counterweight and provides much more equitable coverage for everyone and raises the tenor of the discussion.

I do not want to elaborate further because I know that I do not have much time and I am afraid I have already gone over my time. I would like to get to my second point, the digital world.

Recently, the CBC/Radio-Canada put a great deal of effort into developing its Web presence and it is extremely important to do that. You cannot ignore digital technology. If the CBC did not go digital, what would happen is that consumers would consume other content and mainly content that is not Canadian.

Therefore, I believe it is extremely important for the development of Canadian culture for the CBC to be present on the Web and all digital platforms.

However, I will say that I do not fully subscribe to what was said earlier about digital media being absolutely necessary to reach young people. I think we are really underestimating the power of radio. Radio is one of the media that is consumed the most. When people are in their cars on their way to and from work, they listen to the radio. Some people easily listen to two hours of radio a day. We should not underestimate that.

However, my concern about digital media has also been raised with respect to print media. When we look at what is happening, for example, with *La Presse+* and the disappearance in the medium term of print editions of *Le Soleil*, *Le Droit*, and other newspapers, there is a tendency to say: "Digital technology will be our saviour, we don't need the rest."

I consider digital access to be a problem even though I am completely immersed in digital technology, not just at work, but also in my personal life. I am a huge consumer of digital media. I am constantly on my tablet, laptop, iPad, and sometimes all three at once. However, the fact remains that, in the regions, the Internet is clearly inadequate, for example, even just for watching a television show, or the equivalent of Netflix.

If we take a look at the statistics, there are still almost 100,000 households in Ontario that are unable to obtain 5Mbps Internet access, which is the standard established by the Government of Canada for decent broadband.

de l'avant dans leur journée leurs émissions de télévision, de la même manière qu'on va mettre de l'avant leurs artistes musicaux, et cetera; on a le contrôle aussi de la distribution musicale via Archambault, via Select, et cetera.

Donc, on a un très gros joueur qui joue beaucoup pour lui, ce qui est normal dans un contexte d'entreprise privée et je n'ai pas à débattre de ça, mais Radio-Canada offre un très important contrepois et en fait une couverture beaucoup plus égale pour tout le monde et rehausse le niveau de la discussion.

Je ne veux pas aller plus loin que ça parce que je sais que j'ai peu de temps et j'ai peur déjà d'avoir dépassé. Je veux arriver sur mon deuxième point qui est le point du numérique.

On a vu récemment la Société Radio-Canada développer énormément tout l'aspect web et c'est extrêmement important de développer cet aspect-là. On ne peut pas passer à côté du numérique. Passer à côté du numérique, ça veut dire que si la Société Radio-Canada ne s'implique pas dans le numérique, ce qui va arriver, c'est que les consommateurs vont consommer d'autres contenus et principalement pas du contenu canadien.

Donc, ça pour moi c'est extrêmement important pour le développement de la culture canadienne que Radio-Canada soit présente sur le Web et sur toutes les plateformes numériques.

Maintenant, je m'inscris quand même un peu en porte à faux avec ce qui a été dit tantôt quand on a dit qu'on a absolument besoin du numérique pour toucher les jeunes, je pense qu'on sous-estime beaucoup la puissance de la radio. La radio, ça reste un des médiums les plus consommés. Les gens quand ils sont dans leur voiture pour aller et venir au travail, on écoute la radio, il y a des gens qui écoutent facilement deux heures de radio par jour. Il ne faudrait pas sous-estimer cela.

Mais le point qui m'inquiète avec le numérique, et c'est un point qui revient aussi avec les médias écrits, quand on regarde, par exemple, ce qui se passe avec *La Presse+* et la disparition à moyen terme des versions papier du *Soleil*, du *Droit*, et cetera, on voit qu'il y a quand même une tangente de dire : « Le numérique va être notre sauveur, on n'a plus besoin du reste. »

Et moi où j'ai un problème, c'est concernant l'accès au numérique et je suis complètement dans le numérique, non seulement par mon travail, mais aussi comme personne. Je consomme énormément de numérique, je suis constamment sur ma tablette, mon ordinateur portable, mon iPad, des fois les trois en même temps, mais il reste que, par exemple, en région, l'accès à Internet est nettement insuffisant pour avoir accès, par exemple, à quelque chose comme juste écouter une émission de télévision, l'équivalent de Netflix, par exemple.

Si on regarde les statistiques, en Ontario il y a actuellement encore près de 100 000 foyers qui n'atteignent pas une possibilité d'avoir du 5 megs par seconde, qui est le standard établi par le gouvernement du Canada pour avoir une bande passante potable.

We are talking about households in the regions. I can tell you that when I go to my parents' home 200 km north of here, there is an area where there is absolutely no Internet. Until last year, we had a 56k modem, now we have a dish. There is absolutely no way to listen to the radio or watch TV via the Internet.

Therefore, for a national broadcaster that is funded by Canadian taxpayers, there is the issue of access in the regions. In Nunavut, 100 per cent of the population currently does not have enough bandwidth. Therefore, that means that television and radio are still extremely important. We should not believe that digital media will allow us to do without these media.

The other point is that, besides the problem of the regions, there are the problems of financial resources and age. For example, we know very well that persons of a certain age are not as proficient with digital media, computers and so forth. There are also all the people in more difficult financial circumstances, the people who may not earn what is considered an average salary in our society, and who cannot necessarily afford to pay \$60, or \$70 for a high-speed connection.

For these people, radio and television continues to be a way for them to access information, news and entertainment. Even though, as I was saying, I believe that there has to be a shift to digital, the CBC/Radio-Canada tends to say, "We are going to transfer everything to digital, we are going to save money and that will let us reduce our current radio and television offerings." I believe that is really unfair to a significant proportion of Canadians, especially those in the regions and the most disadvantaged.

I think that I have dealt with my two points and I am available to answer your questions and take this even further, especially with regard to the impact of digital technology and the development of digital media. I can answer questions about that.

The Chair: First, we look for diversity, as we want to have witnesses from a variety of backgrounds. The witnesses who appeared before you represented unions, which have a direct interest in the CBC/Radio-Canada. We have also had all kinds of witnesses that represent its competitors. Thus, we want to hear from the ordinary citizen and the citizen who will be a partner in the future of the CBC/Radio-Canada because we are not looking at its past, or even its present. This is about the future of the CBC/Radio-Canada. What you have told us is somewhat different than what we heard previously because the shift to digital does sound like a solution to many problems. I can tell you that the deputy chair and I co-authored a report about a Canadian digital society, which did not have the scope that we would have liked, which stated that bandwidth must not be a basis for discrimination in

Et là, on parle des foyers en région et ça, je peux très bien vous le dire, quand je vais chez mes parents à 200 kilomètres au nord ici, il y a une zone où il n'y a absolument pas d'Internet. Jusqu'à l'année passée, on était avec du modem 56k, là on est avec une coupole. Il n'est absolument pas question d'écouter ni de la radio, ni de la télévision via Internet.

Donc, il y a cette question-là pour un diffuseur national qui est financé par l'impôt de l'ensemble des Canadiens, cette question d'accès dans les régions. Au Nunavut, actuellement il y a 100 p. 100 de la population qui n'a pas accès à une bande passante suffisante. Et donc, ça veut dire que la télévision et la radio sont encore des choses extrêmement importantes et il ne faudrait pas croire que le numérique va permettre qu'on puisse se passer de ça.

Et l'autre point aussi, c'est qu'au-delà du problème des régions, c'est un problème de ressources financières et aussi d'âge. Par exemple, on sait très bien que les personnes d'un certain âge maîtrisent nettement moins le numérique, les ordinateurs, et cetera, et il y a aussi toutes les personnes qui sont dans des situations financières plus difficiles, les personnes qui peuvent être en dehors du salaire moyen qu'on peut avoir dans la société, qui n'ont pas nécessairement accès à des fonds suffisants pour payer le 60 \$, 70 \$ que nécessite une connexion de vitesse.

Et donc pour ces personnes, leur manière d'accéder à de l'information et à du contenu informatif et à du divertissement reste encore la radio et la télévision et même si, comme je vous le dis, je pense qu'il faut que le virage numérique se fasse, la tendance qu'on voit du côté de la Société Radio-Canada est de dire : « On va tout transférer sur le numérique, on va sauver de l'argent et ça va nous permettre de réduire ce qu'on offre actuellement comme services du côté de la radio et de la télévision. » Pour moi, c'est quelque chose qui est nettement injuste envers une proportion importante de Canadiens, notamment ceux des régions et ceux plus défavorisés.

Sur ce, je pense que j'ai fait le tour de mes deux points, je suis disponible pour répondre à vos questions et aller plus loin autour de cette discussion, notamment en ce qui a trait aux impacts du numérique et au développement du numérique par rapport à l'industrie, c'est des choses sur lesquelles je peux répondre à vos questions.

Le président : Dans un premier temps, on cherche la diversification, d'avoir des témoins qui viennent de divers milieux. Les témoins qui étaient là avant vous étaient des syndiqués, qui ont un intérêt direct à Radio-Canada. On a eu toutes sortes de témoins qui sont des compétiteurs. Donc, on veut avoir du simple citoyen à un citoyen partenaire pour l'avenir de Radio-Canada parce qu'on n'est pas sur le passé de Radio-Canada, on n'est même pas sur le présent de Radio-Canada, on est sur l'avenir de Radio-Canada et ce que vous nous expliquez sort un peu de l'ordinaire de ce qu'on a entendu parce qu'effectivement, le numérique sonne comme étant la solution pour bien des problèmes. Je peux vous assurer que mon vice-président et moi avons co-signé un rapport il y a quelques années qui n'a pas eu autant d'envergure qu'on aurait aimé tous les deux,

the Great North, bandwidth must not be just about the profitability of companies that serve major centres, and that the Canadian government must use revenue generated by the sale of bandwidth to subsidize these services.

There have been improvements and hundreds of millions of dollars have been invested. A step has been taken in the right direction. I believe that a little bit more of the billions generated by the sale of traditional TV bandwidth could have been shared with northern communities. You are certainly talking to two people who support investing in bandwidth. We talked about that a few years ago in a joint report, and I do not believe that my colleague has changed his mind. I can certainly tell you that I have not changed mine.

Senator Housakos, you have the floor.

Senator Housakos: Thank you, Mr. Chair.

I heard what you said about how it is important for the CBC/Radio-Canada to protect and then advance Canadian culture and Quebec culture. However, broadcasters such as TVA or Canal V, for example, are also Quebec businesses. They are companies that must be considered as businesses that sell the Quebec cultural product.

Mr. Lehmann: Absolutely.

Senator Housakos: In your opinion, what is the major difference between the way Radio-Canada supports Quebec culture and what TVA does, for example?

Mr. Lehmann: Yes, you are quite right about that and the difference in my mind is quite simple. TVA, Canal V and all channels, even specialty channels, those that produce Quebec content, have a lot of Quebec content.

The main difference I see with respect to Radio-Canada is not the content created by the radio or television broadcaster, but the news programs, thus the public affairs programs where — I do not want to use the term “promoted” because Radio-Canada does not work that way, it is not into infomercials — Quebec and Canadian culture is promoted through book and movie reviews and by disseminating cultural news.

That is something that the other companies do not do very well. The main point is that the quality of Radio-Canada news is still exceptional, its coverage is broader and more neutral and the quality of journalism is superior to that of other stations.

sur une société numérique canadienne dans laquelle on disait que la bande passante ne doit pas être un facteur de discrimination dans le Grand Nord et que la bande passante ne doit pas se limiter uniquement à la rentabilité des compagnies qui peuvent servir les grands centres, mais que l'État canadien doit utiliser les revenus qui sont attribués par la vente de bandes passantes à subventionner des services.

Il y a eu des améliorations, il y a eu des centaines de millions de dollars d'investis. Il y a eu un pas dans la bonne direction. Je pense qu'avec les milliards qui ont été obtenus par la vente de bandes numériques de l'ancienne télévision, on aurait pu en partager un peu plus avec les communautés nordiques. Vous parlez certainement à deux personnes qui sont partisans de l'investissement dans la bande numérique. Nous avons parlé de cela dans un rapport conjoint il y a plusieurs années et je ne pense pas que mon collègue ait changé d'idée. Moi, je peux vous assurer que je n'ai pas changé d'idée.

Monsieur Housakos, la parole est à vous.

Le sénateur Housakos : Merci, monsieur le président.

J'ai entendu votre commentaire sur l'importance de Radio-Canada/CBC pour protéger puis avancer la culture canadienne, culture québécoise, mais les télédiffuseurs comme TVA ou Canal V, par exemple, sont aussi des entreprises québécoises, ce sont des entreprises qu'il faut considérer comme des entreprises qui vendent le produit culturel québécois.

M. Lehmann : Tout à fait.

Le sénateur Housakos : À votre avis, quelle est la grande différence entre la façon dont Radio-Canada appuie la culture québécoise et le travail que fait TVA, par exemple?

M. Lehmann : Oui, vous avez tout à fait raison sur cette notion-là et la différence pour moi est assez simple, c'est-à-dire tant TVA que V que toutes les stations, même dans les chaînes spécialisées, ceux qui produisent du contenu québécois, il y a beaucoup de contenu québécois.

La principale différence que je vois au niveau de Radio-Canada, ce n'est pas tant au niveau du contenu créé par le télédiffuseur ou le radiodiffuseur, mais c'est au niveau des émissions d'informations, donc des émissions d'affaires publiques où on fait — et je ne voudrais pas utiliser le mot « promotion » parce que Radio-Canada n'agit pas en ce sens, ce n'est pas de l'infopub — la promotion de la culture québécoise, canadienne en faisant des critiques de livres, en faisant des critiques de films, les nouvelles culturelles sont également quelque chose comme ça.

C'est quelque chose qui est très mal couvert par les autres sociétés. Le point qui est majeur là-dedans, c'est que la qualité de l'information à Radio-Canada est quand même exceptionnelle et qu'il y ait une couverture qui est beaucoup plus large, beaucoup plus neutre, un niveau de journalisme supérieur que ce qu'on va avoir sur d'autres stations.

My point is that it is not so much about Radio-Canada's production because I think there is not much of a difference. For me, a TVA television series and a Radio-Canada television series are about the same. However, Radio-Canada's public affairs programs and news coverage make a difference to the cultural world.

Senator Housakos: I am a Quebecer and I see the importance of and the important role played by Radio-Canada in Quebec life in French Canada. At the same time, as an anglophone, I have been watching the CBC and its approach for the past 30 years. In the case of the CBC, it is obvious that its ratings are dropping and that it is losing a substantial amount of revenue. The question I have asked many people to date is the following: Are we less Canadian in English Canada than we were 30 years ago? Because when we look at the ratings, the revenue, and English CBC's position compared to its competitors, there are many more English Canadians listening to Bell Media, Global, Sun Media, all of the CBC's other competitors. Does that mean that today, in 2014, in English Canada, we are less Canadian? Can we say that the CBC has not fulfilled its mandate of properly promoting Canadian culture?

Mr. Lehmann: In this matter, I think that there is an interesting question to which I will give two sub-answers. The first is in response to what you said about the difference between Société Radio-Canada and the CBC, which resurfaces regularly. It is a fact, one noted by all parties, that Société Radio-Canada has a very different impact and that the people of Quebec have a much stronger attachment to Société Radio-Canada than what English Canadians may have to the CBC.

In my opinion, that is very difficult to explain. However, there is one thing I would like to point out. I am a Quebecer who is very attached to Société Radio-Canada and when I see that it is impacted by the problems at the CBC, I swear that it affects me. I am not saying that we should separate these two companies as that makes no sense. However, there are questions that should be asked. Why? Because the CBC is not doing well and has low ratings. Société Radio-Canada, here, has excellent ratings, for both radio and television, and yet it is impacted by the CBC's performance and has its budget cut.

I believe that you are in a much better position than I am to find the answers, but that is something I wanted to raise.

With regard to the CBC as compared to other stations, I do not think it is about being more or less Canadian depending on whether we tune in to the CBC. Global is still a Canadian TV station. However, one thing is very clear and discernable on television and radio and is evident in all forms of culture that exist. The French fact ensures that Quebec has a distinct culture

Donc, mon point il n'est pas tant au niveau de la production que Radio-Canada va avoir, parce que ça, je pense que ça s'équivalait. Une télésérie à TVA versus une télésérie à Radio-Canada, pour moi, c'est sensiblement du pareil au même, mais c'est vraiment dans les émissions d'affaires publiques et dans la couverture de l'information que Radio-Canada fait une différence pour le milieu culturel.

Le sénateur Housakos : Je suis Québécois, je vois l'importance et le rôle important que Radio-Canada joue dans la vie québécoise, dans le Canada français. En même temps, je regarde, comme anglophone, la CBC et sa façon de faire, et depuis 30 ans, dans le cas de la CBC, c'est clair et net qu'elle est en train de perdre ses cotes d'écoute, elle perd un revenu important. Et la question que j'ai posée à plusieurs personnes jusqu'à maintenant, est-ce qu'on est moins Canadien au Canada anglais qu'on l'était 30 ans auparavant? Parce que quand on regarde les cotes d'écoute, on regarde le revenu, on regarde où la CBC English est présentement par rapport à ses compétiteurs, il y a beaucoup plus de Canadiens anglais qui écoutent Bell Media, Global, Sun Media, tous les autres compétiteurs de la CBC. Est-ce que ça veut dire qu'aujourd'hui, en 2014, dans le Canada anglais, on est moins Canadiens? Est-ce qu'on peut dire que la CBC n'a pas rempli le mandat de faire la promotion de la culture canadienne comme il faut?

M. Lehmann : Dans le cadre de cette question, je trouve qu'il y a une question intéressante qui m'amène à deux sous-réponses. La première sous-réponse est à votre question selon laquelle cette différence entre la Société Radio-Canada et la CBC refait régulièrement surface. Effectivement, c'est un fait, donc tout le monde le constate de part et d'autre, la Société Radio-Canada a un impact très différent et les gens au Québec ont un attachement beaucoup plus fort à la SRC que ce que peuvent avoir les Canadiens anglais à la CBC.

Les explications de cela, à mon avis, vont être assez difficiles à cerner. Il y a une chose quand même que j'aimerais souligner, c'est que comme Québécois très attaché à la SRC, quand je vois que la Société Radio-Canada subit les contrecoups des mauvais coups de la CBC, j'avoue que ça m'affecte. Je n'en viens pas à l'idée qu'il faudrait scinder ces deux compagnies, ça n'a aucun sens, mais ça reste qu'il y a quand même des questions qui se posent. Pourquoi? Parce que la CBC va mal et n'a pas de cotes d'écoute, la Société Radio-Canada, ici, qui a d'excellentes cotes d'écoute, tant au niveau de la radio que de la télé, doit subir ces contrecoups-là et subir des compressions budgétaires.

Évidemment, je pense que vous êtes probablement beaucoup plus habilités que moi autour de cette table à y trouver des réponses, mais c'est quelque chose que je veux soulever.

Pour ce qui est de la CBC par rapport aux autres stations, je ne pense pas que c'est une question d'être plus ou moins Canadien que d'écouter la CBC, c'est-à-dire que Global reste une station de télévision canadienne. Par contre, il y a une chose qui est très claire et actuellement, on peut le voir avec la télévision, la radio, mais on le voit dans toutes les formes de cultures qui existent, le

that is very strong. For example, we have singers who have a very high profile in Quebec and who, in the rest of the world, are unknown.

Major Canadian artists, take Bryan Adams for example, are just as popular in Canada as they are in the United States. We do not like Bryan Adams more because we are Canadian, we like Bryan Adams because of his rock music.

Although I do not want to introduce bias, there is always the problem of American culture, which is obviously very strong. When we have, for example, companies such as HBO, which produces quality television series, it is not unusual that an English Canadian would perhaps be more interested in watching an HBO series than a series produced in Canada. This is about financial means but, it is also about cultures that are much more similar. If we take Nickelback and a similar U.S. group, why would Nickelback be more Canadian? However, Daniel Bélanger and any American artist are very different. There is the difference of language and culture. That also happens in film, and in many other things. Perhaps that explains our attachment to Radio-Canada. We must also not forget that the quality of certain television series produced by Radio-Canada is exceptional.

When you look at what is happening in fictional programming, for example, in France, versus the quality of a Quebec show such as "19-2," Société Radio-Canada is well out in front for francophones. Even if we had additional French television stations besides TV5, I do not think that Quebecers would watch television series from France because the quality of Radio-Canada programs is a notch above.

In the case of the CBC, the situation is altogether different. There are major players like HBO, for example, and I am talking just about television series. The news is another story.

The lure of CNN for global news compared to a continuous news channel like Sun News, for example; so, measures have been put in place. Have we found a solution to that? I'm not sure we have a solution. I would love for English Canadians to be patriotic and watch CBC all the time, so that it could be a successful station and so it does not affect La Société Radio-Canada. Unfortunately, it's just not that simple.

One answer to that, however, is at the local content level. We were talking about digital television earlier, for example. With digital, borders no longer matter. We can look at the website from just about anywhere, you will tell me. Some content can be blocked, but my response is that it isn't too hard at all to gain access to unblocked content. Someone who watches Canadian

fait français fait que le Québec ait une culture distincte qui est très forte. Par exemple, on a ici des chanteurs qui sont très importants au Québec et qui, dans le reste du monde, ne veulent absolument rien dire.

Les artistes canadiens très importants, on peut prendre, par exemple, Brian Adams, il est aussi important au Canada qu'aux États-Unis, on n'aime pas plus Brian Adams parce qu'on est Canadien, on aime Brian Adams parce que son type de musique, c'est du rock.

Et il y a toujours ce problème, je ne voudrais pas amener un préjugé là-dessus, mais je constate quand même qu'évidemment la culture américaine est une culture extrêmement forte. Quand on regarde, par exemple, des entreprises comme HBO qui produit cette qualité-là de séries télévisées, c'est normal qu'une personne canadienne-anglaise soit peut-être plus intéressée à écouter une série à HBO qu'une série produite au Canada. Il y a une question de moyens aussi, mais il y a une question que ce sont des cultures beaucoup plus proches. Entre Nickelback et un groupe équivalent aux États-Unis, pourquoi Nickelback serait plus canadien? Tandis qu'entre, par exemple, Daniel Bélanger et n'importe quel artiste américain, là, il y a une différence majeure, il y a la différence de la langue, de la culture. Et on retrouve ça dans le cinéma, on retrouve ça dans beaucoup d'autres choses. Cela explique peut-être notre attachement à Radio-Canada. Il ne faut pas oublier aussi que la qualité de certaines séries de télévision produites par Radio-Canada est exceptionnelle.

Quand vous regardez au niveau de la fiction ce qui se produit, par exemple, en France, versus la qualité d'une série comme *19-2*, ici, la Société Radio-Canada a une grosse longueur d'avance pour le francophone. Même si on avait des télévisions francophones qui diffusaient, en dehors de TV5, je ne pense pas que les Québécois écouterait des téléseries françaises, parce que la qualité de Radio-Canada est un pas au-dessus.

Alors, dans le cas de la CBC, c'est autre chose. On a de gros joueurs comme HBO, par exemple, et je vous parle juste des séries, mais on peut prendre les nouvelles aussi, c'est une autre chose.

L'attrait de CNN sur des nouvelles mondiales par rapport à un canal de nouvelles en continue comme Sun News, par exemple; il y a donc des moyens qui sont mis en place. Est-ce qu'on a une solution à ça? Je ne suis pas sûr qu'on ait une solution. Et j'aimerais que les Canadiens anglais soient patriotes et écoutent massivement la CBC pour que ce soit une station qui ait du succès et que ça n'affecte pas la Société Radio-Canada. Malheureusement, ce n'est pas aussi simple que ça.

Une réponse à ça, par contre, est au niveau du contenu local. Quand on parlait du numérique, par exemple, avec le numérique, les frontières n'ont plus d'importance. On peut regarder le site web d'à peu près n'importe où, vous allez me dire. Il y a du contenu qui peut être barré, mais je vous dirais que ça ne prend pas de gros efforts pour avoir accès à du contenu débarré.

Netflix can gain access to American Netflix without too much difficulty, and we have to remember that. Digital locks and other deterrents will not change people's viewing habits.

Then again, I like watching Radio-Canada or CBC because I want local content, because I want to know what's happening in Canada, because I want to see Quebec artists, because I want to watch television programs produced here. With this approach to the Web, I think we need to keep that in mind. We shouldn't be trying to compete with American productions on the same playing field; we really have to develop this identity in terms of local content, particularly in terms of news content, where we actually have something. I have been talking about Radio-Canada a lot, but let's look at CBC's coverage of yesterday's events; the coverage was fantastic. Many sources, both on social media and in the digital world, were saying that Canadian media coverage was better than American media coverage. These are things that we can play with in order to possibly increase ratings.

Senator Housakos: Thank you, Mr. Lehmann.

Mr. Lehmann: My pleasure.

The Chair: Thank you. As I said, it is very important that you understand that just because we are few in numbers doesn't mean this evidence isn't just as important.

I want to take this opportunity to emphasize that, because our next witness just entered the room and we are going to ask him to go next. Mr. Thibodeau, please join us. If you like, you can even sit together, if you don't mind.

Claude Thibodeau, President, Productions Claude Thibodeau Inc.: Hello.

The Chair: As I explained earlier, Mr. Thibodeau, before you arrived, we had two options after everything that happened yesterday: either cancel our hearing or go ahead with a smaller number of participants.

My name is Dennis Dawson, chair of the committee. This is Senator Housakos, deputy chair of the transport and communications committee.

We didn't know if we'd be able to hold our hearing. Some other senators had to leave, but we didn't know if our senators would be able to attend. They were in lockdown until a certain point, until 10 p.m. last night, in Ottawa. Being from Quebec City and knowing that the Senate Committee on Transport and Communications rarely sits in Quebec City, I decided, with the support of the deputy chair and members of the steering committee, to go ahead. There will be fewer senators in attendance, but the evidence will have the same value with respect to the transcriptions. We thought it was important to come to this region.

Quelqu'un qui écoute Netflix Canada n'a pas besoin de faire de gros efforts pour avoir accès à Netflix USA, et ça, c'est une chose dont il faut être conscient. Ce n'est pas avec des verrous qui soient numériques ou de quelque autre manière qu'on va changer la consommation des gens.

Par contre, moi, je veux écouter Radio-Canada ou la CBC, parce que je veux du contenu local, parce que je veux qu'on m'informe de ce qui se passe au Canada, parce que je veux voir des artistes québécois, parce que je veux des téléseries produites ici. Je pense que dans cette approche du Web, il faut garder ça en tête. Il ne faut pas essayer de faire compétition à la production américaine sur le même terrain, il faut vraiment développer cette spécificité-là au niveau du contenu local, notamment au niveau du contenu de l'information où on a quelque chose, quand même. Je vous parle beaucoup plus de Radio-Canada, mais je regarde la couverture que la CBC a faite des événements d'hier; c'était une couverture qui était exemplaire. Il est ressorti, même sur les médias sociaux et dans le monde numérique, que la couverture des médias canadiens a été supérieure à la couverture des médias américains. Ce sont des choses sur lesquelles on peut jouer pour avoir des cotes d'écoute intéressantes.

Le sénateur Housakos : Merci, monsieur Lehmann.

M. Lehmann : Ça fait plaisir.

Le président : Merci, comme je vous l'ai dit, c'est très important que vous compreniez que ce n'est pas parce qu'on n'est pas nombreux que le témoignage n'a pas la même importance.

J'en profite pour le dire plus fort, parce que le prochain témoin est entré dans la salle et on va lui demander de passer en avant. Monsieur Thibodeau, si vous voulez vous joindre à nous. Si vous voulez, vous pouvez même rester ensemble tous les deux, si ça ne vous dérange pas.

Claude Thibodeau, président, Productions Claude Thibodeau inc. : Bonjour.

Le président : J'avais expliqué, monsieur Thibodeau, avant votre arrivée que, à cause des incidents d'hier, nous avons deux options : soit d'annuler nos audiences ou de les faire avec un groupe plus restreint.

Je me présente, Dennis Dawson, président du Comité; le sénateur Housakos est le vice-président du Comité des transports et des communications.

Nous ne savions pas si nous pouvions tenir une audience; d'autres sénateurs ont dû nous quitter, mais nous ne savions pas si nos sénateurs pouvaient être présents. Ils ont été pris en otage jusqu'à un certain point, jusqu'à 10 h, hier soir, à Ottawa. Étant de Québec et sachant que des comités sénatoriaux sur les transports et les communications siègent rarement à Québec, j'ai décidé, avec la collaboration de mon vice-président et des membres du comité directeur, d'aller de l'avant. Nous aurons une présence numérique moins grande de sénateurs, mais le témoignage aura la même valeur en ce qui concerne les transcriptions. Nous croyions que de venir en région était une étape importante pour nous.

We are continuing our tour; next week we go to Toronto and Montreal. We've already been to Halifax, Saint-Boniface, Edmonton and Yellowknife. We decided to go ahead because, as I said, the quality of the presentation, the analysis of the presentation, is the same, and I'm not sure I could have convinced my colleagues to give the transport committee another chance to come here to hear from witnesses.

Mr. Thibodeau is president of Productions Claude Thibodeau Inc. I have known Mr. Thibodeau for a long time; he has been fighting important battles in the field of radio in Quebec for about 30 years, and I think his testimony here today will resonate beyond the Quebec City region.

I want to emphasize again that we are not looking at the CBC/Radio-Canada of the past or the present; what we really want to talk about is the future of CBC/Radio-Canada in a rapidly changing technological environment, and in the case of Mr. Thibodeau, in an environment where the Broadcasting Act has not been modified since 1991 and perhaps needs to be re-examined.

Mr. Thibodeau, you have the floor.

Mr. Thibodeau: Thank you very much, Mr. Chair. Fortunately, both national capitals weren't disrupted at the same time. So, that is what —

The Chair: But they both have been in the span of 30 years.

Mr. Thibodeau: Yes, that's right; that's what allows your visit here today. So, thank you very much for inviting me to deliver a short presentation.

I looked into your procedures in terms of how you carry out your deliberations, so I will try to conform to them as much as possible.

For the benefit of those who don't know me, as Senator Dawson said, indeed, I worked as a media professional for about 40 years. I am now retired, but I was drawn into some epic battles with the CRTC in the 1980s. I think they were all successfully resolved for all parties involved, fortunately.

I don't want to bore you, but my career path has included working in AM radio, for those who remember what that is, FM radio. I also worked in the private sector. Furthermore, I even had the opportunity to work for Radio-Canada for a few years, here in Quebec City, and after that, to get some experience in television in the private sector, with TVA and Global, as well as a short period in management as editor and president of *Le Soleil* newspaper, under the leadership of a distinguished Canadian citizen, Mr. Black, who, I hope, has been released from prison.

Nous continuons notre route, nous allons à Toronto la semaine prochaine et à Montréal. Nous sommes allés à Halifax, à Saint-Boniface, à Edmonton et à Yellowknife. Nous avons décidé d'aller de l'avant, parce que, comme je vous le dis, la qualité de la présentation, l'analyse de la présentation est la même, et je ne suis pas sûr que j'aurais pu convaincre mes collègues de donner une deuxième chance au Comité des transports de venir ici et d'entendre des témoins.

Monsieur Thibodeau est président de Productions Claude Thibodeau inc. Je connais monsieur Thibodeau depuis longtemps; il a fait des batailles importantes dans le domaine de la radio au Québec depuis environ 30 ans, et je pense qu'il va nous apporter un témoignage qui va résonner au-delà de la région de Québec.

Comme nous le soulignons, nous ne nous penchons pas sur Radio-Canada du passé, ni sur Radio-Canada du présent; ce qui nous intéresse, c'est l'avenir de Radio-Canada dans un environnement technologique qui change et, dans le cas de monsieur Thibodeau, dans un environnement où la Loi sur la télédiffusion n'a pas été modifiée depuis 1991, et mérite peut-être d'être réexaminée.

Monsieur Thibodeau, la parole est à vous.

M. Thibodeau : Bien, merci beaucoup, monsieur le sénateur. Heureusement, les deux capitales nationales n'ont pas été perturbées en même temps. Alors, c'est ce qui...

Le président : Mais elles l'ont été de la même façon à 30 ans d'intervalle!

M. Thibodeau : Oui, c'est ça, c'est ce qui permettait votre passage ici aujourd'hui. Alors, merci beaucoup, merci de m'avoir invité à faire une courte présentation devant vous.

Je me suis documenté, bien sûr, sur la forme dans laquelle vous voulez faire vos débats, alors, je vais m'y conformer, de la façon la plus stricte possible.

Au bénéfice de vos collègues qui me connaissent un peu moins, je suis, effectivement, comme monsieur Dawson l'a dit, un professionnel des médias depuis une quarantaine d'années, maintenant retraité, amené malgré lui dans certaines batailles épiques avec le CRTC dans les années 80, qui se sont heureusement bien résolues pour toutes les parties impliquées, je crois.

D'autre part, je ne veux pas vous ennuyer, mais mon parcours a été tel que j'ai eu la chance de faire de la radio AM, pour ceux qui se souviennent de ce que c'était, de la radio FM, j'ai aussi travaillé dans le secteur privé. En outre, j'ai aussi eu l'opportunité de travailler pour Radio-Canada pendant quelques années, ici même, à Québec, et par la suite, de faire successivement l'expérience de la télévision au privé, chez TVA et Global, et également une courte période à la direction comme éditeur et président du journal *Le Soleil*, sous la direction d'un émérite citoyen canadien, monsieur Black, qui est, j'espère, sorti de prison depuis.

My professional circumstances gave me the opportunity to travel throughout Quebec and Canada, and to take part in many industry committees, such as the Canadian Association of Broadcasters and the BBM executive committee.

I'm not telling you all of this to boast, but simply to make sure you understand that the comments and clarifications I am about to make are inspired by my extensive practical experience and by the many opportunities I've had to rub shoulders with my English Canadian colleagues in both radio and television, as well as the music industry, which was a real eye-opener for me because, clearly, the realities facing our anglophone colleagues and how they deal with them are very different, as the person who spoke before me said, from what we are up against here in Quebec.

To briefly go through the notes I had prepared in advance, if there is one thing that has really struck me over all these years about how CBC/Radio-Canada operates, it is by far the institutional approach it takes.

Of course, if we look at the context in which CBC/Radio-Canada was created, the context in which it was built to serve the Canadian community, it was soon established by successive governments as an institution. Over the years, I have been surprised to see just how little its self-perception has changed and how, in some ways, it has become so rigid and inflexible in how it thinks, making it almost impossible for it to adapt to Canada's different realities and wide-ranging geometry. Instead, it tends to prefer a one-size-fits-all approach, as the Japanese like to say.

It is also in my nature to qualify my words here today, based on what I see as CBC/Radio-Canada programming, not necessarily how it is managed and how much it costs, but what it chooses to offer and the strategic choices it makes, which, in my opinion, in some cases deserve praise and in other cases should be criticized.

I listen to the radio a lot, and I cannot help but draw a comparison, this year for example, between a great Canadian broadcaster you must have known, Peter Gzowski, the late Peter Gzowski, and the profile of the program he hosted at the time, his national radio forum, *Morningside*. If I compare another program that is also very interesting called *Q*, which is broadcast by CBC Radio and is brilliantly hosted by Jian Ghomeshi, I cannot help but notice a clear difference between a time when CBC Radio celebrated what I would call "Canadianness" and the fact that today, radio that is much more — how can I say this? — contemporary and international, like what Mr. Ghomeshi does, as he seeks out guests and subjects that will titillate Canadian listeners from a pool of interesting subjects that are very international.

Alors, les circonstances professionnelles que j'ai eu l'occasion de traverser m'ont amené à voyager partout au Québec et au Canada, et à participer à de nombreux comités industriels, comme la Canadian Association of Broadcasters et le Comité exécutif de BBM.

Alors, j'évoque tout ça, non pas pour me bomber le torse, mais simplement pour que vous compreniez que les commentaires que je vais faire et les nuances que je vais apporter sont inspirés de plusieurs expériences pratiques et, également, d'un bon nombre d'opportunités de me frotter à des collègues canadiens-anglais, autant dans le domaine de la radio que de la télévision que dans l'industrie de la musique, ce qui a été un éveil pour moi puisque, clairement, la façon de faire et les réalités de nos collègues anglophones sont loin, comme mon prédécesseur le disait, d'être les mêmes que celles auxquelles on se heurte ici, au Québec.

Pour faire succinctement à travers les quelques notes que j'avais préparées, s'il y a une chose qui m'a frappé au cours de toutes ces années, sur la façon de fonctionner de Radio-Canada, c'est éminemment son approche institutionnelle.

Évidemment, Radio-Canada, quand on regarde le contexte dans lequel elle est née, le contexte dans lequel elle nous a été amenée pour servir la communauté canadienne, elle a rapidement été positionnée par les gouvernements comme étant une institution. J'ai été, à travers les années, étonné de constater jusqu'à quel point cette perception qu'elle a d'elle-même n'a pas changé et jusqu'à quel point, à certains égards, cela sclérose la façon dont elle réfléchit et la façon dont elle pourrait vouloir s'adapter à des réalités distinctes et à géométrie variable à travers le Canada, alors qu'on a plutôt tendance à choisir une formule « mur à mur » ou *one size fits all*, comme disent les Japonais.

Je suis aussi une personne qui va nuancer ses propos, ici, aujourd'hui, en vertu de ce que j'appellerai l'offre de Radio-Canada, non pas nécessairement la façon dont cela se gère et combien elle coûte, mais ce qu'elle choisit d'offrir et les choix stratégiques qu'elle choisit de faire et qui, à mon avis, à certains égards, doivent être acclamés, et à d'autres égards, critiqués.

Je suis un grand consommateur de radio et je ne peux pas m'empêcher, cette année par exemple, de faire un parallèle entre un grand *broadcaster* canadien que vous avez sans doute connu, Peter Gzowski, le regretté Peter Gzowski, et le profil de l'émission qu'il animait à l'époque où il avait sa tribune nationale, *Morningside*. Si je compare à une émission par ailleurs tout aussi intéressante qui s'appelle *Q* et qui est diffusée par CBC Radio, qui est animée par Jian Ghomeshi de façon brillante, je ne peux pas m'empêcher d'y voir une évidente différence entre l'époque où la radio de CBC célébrait ce que j'appellerais le « canadienat » et le fait qu'aujourd'hui, une radio beaucoup plus — comment dirais-je? — contemporaine et internationale comme celle que fait monsieur Ghomeshi cherche beaucoup plus ses invités, ses sujets pour titiller les auditeurs canadiens auprès d'un bassin de sujets d'intérêt qui sont très internationaux.

So when I hear Jian Ghomeshi having an interesting conversation with an American musician, of course I can appreciate the quality of what he does, but I realize that we are a far cry from what Gzowski, for instance, and his contemporaries established as CBC/Radio-Canada's mission.

It is also clear that CBC television is hardly asserting itself in the global market of the rest of Canada. The market shares are rather anemic, unfortunately; we are talking about between 5 and 9 per cent. I am therefore not surprised that so many people across Canada, especially CBC officials, are currently wondering about what direction CBC/Radio-Canada should take in these circumstances.

Let's do a quick comparison of Radio-Canada radio and television in French-speaking Canada. SRC Radio is doing generally quite well in Montreal, where it is quite successful in terms of both reputation and ratings.

It boasts pretty good results at its main regional stations throughout Quebec, with results that have actually gone up over the past few years. That is definitely my analysis, in favour of increasing local content in the programming of the respective stations in the various territories that it serves across Quebec.

Furthermore, offpeak and weekend radio programming at Radio-Canada stations across Quebec's vast territory has really diminished.

Over the past two years, and I know this is true across Quebec, they have been relying more and more on volunteers, believe it or not, to participate in Radio-Canada programs, not only as occasional guests, but even on a regular basis. It is quite surprising, and even embarrassing. Not that these people are not producing quality radio, but that CBC/Radio-Canada has been reduced to that is a little surprising.

It is clear, however, when you look at the behaviour of listeners in Quebec vis-à-vis Radio-Canada programming that many people seem to regard Radio-Canada and the radio it is currently producing in Quebec as some kind of refuge from the ambient mediocrity in the rest of the media whose quality of language, quality of words, has deteriorated dramatically.

Therefore, if for no other reason than to celebrate this reality, I applaud the Radio-Canada artists who are holding the fort in most cases to maintain quality standards that are quite evident and are definitely appreciated.

I have also noted — and I will try to be quick here — that Radio-Canada radio has adopted an accounting logic in how it has carried out its activities across Quebec over the past few years.

Alors, quand j'entends Jian Ghomeshi avoir une conversation intéressante avec un musicien américain, évidemment, je suis capable d'apprécier la qualité de ce qu'il fait, mais je constate qu'on est à des kilomètres de ce que Gzowski, par exemple, et ses contemporains érigeaient comme mission pour CBC/Radio-Canada.

Je constate aussi que la télévision de CBC peine à s'affirmer dans le marché global du reste du Canada. Là, les parts de marché sont assez anémiques, malheureusement, et on parle de 5 à 9 p. 100. Alors, je ne suis pas surpris que plein de gens à travers le Canada, à l'heure actuelle, au niveau des autorités, s'interrogent sur la bonne direction à donner à Radio-Canada dans des circonstances comme celles-là.

Faisons rapidement une comparaison avec la performance de la radio et de la télévision de Radio-Canada, ici, au Canada français. La SRC Radio va généralement très bien, à Montréal, où elle connaît un énorme succès d'estime et de cote d'écoute.

Elle a des résultats qui sont, par ailleurs, assez bons dans les principales stations régionales à travers le Québec, des résultats qui se sont accrus depuis quelques années. Certainement, c'est mon analyse, à la faveur de l'augmentation du poids local dans la programmation de ses stations respectives dans les différents territoires qu'elles desservent ici au Québec.

Par ailleurs, l'offre de radio hors pointe et sur fin de semaine, dans les stations de Radio-Canada, à travers le vaste territoire du Québec, s'est véritablement, vous me pardonneriez l'expression québécoise, ratatinée.

On a assisté depuis deux ans, et je le sais, dans tout le territoire québécois, à du recours de plus en plus accentué, croyez-le ou non, à des bénévoles pour participer aux émissions de Radio-Canada, non pas comme invités sporadiques, mais bien de façon régulière. C'est assez étonnant, pour ne pas dire gênant. Non pas que ces gens-là ne font pas de la radio de qualité, mais qu'on en soit réduit à cela, ça m'étonne un peu.

D'autre part, il est clair, quand on regarde le comportement des auditoires au Québec vis-à-vis l'offre de Radio-Canada, que beaucoup de gens semblent percevoir Radio-Canada et la radio qu'elle produit à l'heure actuelle au Québec, comme une espèce de refuge contre une espèce de médiocrité ambiante dans le reste des médias dont la qualité de la langue, dont la qualité des propos s'est radicalisée, s'est beaucoup détériorée.

Alors, ne serait-ce que pour célébrer cette réalité-là, je lève mon chapeau aux artisans de la radio de Radio-Canada qui tiennent le fort dans une majorité de cas pour maintenir des standards de qualité qu'on est capable de constater et, certainement, d'apprécier.

Je constate aussi — et j'essaie de me ramasser rapidement — qu'on a beaucoup appliqué une certaine logique comptable dans la façon dont la radio de Radio-Canada mène ses activités à

I question that strategy, if you are wondering about how Radio-Canada could make certain strategic choices in the coming years.

What I mean by “accounting logic” is that, when you are new to working in the radio and television industry, you quickly meet an old hand who has been around a long time and who tells you, “young man, there are two ways to do radio and television: you either make radio and television mirrors, or you make radio and television windows.” When you ask about this, you are told: “It’s easy: a radio mirror or a television mirror is when programming reflects the realities of from the region and it shows them who they are. A television window or radio window is when you take a team in a given city, such as Quebec City, and they are asked to produce a show there that is not necessarily representative of Quebec City and that is intended for the entire market.”

An example of this kind of show would be Radio-Canada’s television program “La Semaine verte,” which is produced in Quebec City but is destined for a much bigger market in which the viewers may not always identify with the values and standards that are purely local.

This concept has gotten a bit twisted over the years. It makes me smile to think that, two years ago, when Radio-Canada television endorsed the principle of and licence for “Les Dragons,” or “Dragon’s Den,” it benefited from some special circumstances, some legislative attempts to focus on local production, to bring production of “Les Dragons” to Quebec City in a makeshift studio — a good one, I should mention — in a public place in Quebec City. The claim was that it was a local production and thus they could take advantage of some tax and other provisions that are provided for this type of production.

When I tell you that the corporation’s mission has sometimes been a bit warped in order to comply with accounting logic, with some opinions or with some licenses that are granted in accordance with legislative attempts, I think this is an example.

I think that many of Radio-Canada’s regional radio stations have lost a lot of range of service over the past few years, because there is a limit to what the administrators can repeat, when they tell us that their budget is being cut, that their budget is being reduced, and that this will not affect the services that the population will receive. I would be the first to say that this is not true.

Furthermore, I cannot help but notice, sadly, that one of the most critical columnists for the *National Post* said a few years ago, “Radio-Canada is too expensive. We should allow it to stop broadcasting two days a week to save money. The airwaves would go silent for two days and we would see whether a lot of people

travers le Québec depuis quelques années. Je la questionne, si vous êtes à vous interroger sur la façon dont Radio-Canada pourrait vouloir faire certains choix stratégiques dans les prochaines années.

Ce que je veux dire par « logique comptable », c’est que, quand vous travaillez dans l’industrie de la radio et de la télévision, vous rencontrez rapidement, quand vous êtes nouveau, un vieux singe qui est dans la bâtisse depuis longtemps et qui vous dit : « Jeune homme, il y a deux façons de faire de la radio et de la télévision : on fait de la radio et de la télévision miroir ou on fait de la radio et de la télévision fenêtre. » Quand vous exprimez votre curiosité, on vous dit : « C’est simple, de la télévision miroir ou de la radio miroir, c’est celle qui montre aux gens de la région d’où elle émane leur réalité à eux et qui leur montre à eux ce qu’ils sont. La télévision fenêtre ou la radio fenêtre, c’est celle où on prend une équipe dans une ville donnée, comme Québec, par exemple, et on lui demande de faire émaner, depuis Québec, une émission qui n’est pas nécessairement représentative de Québec et qui est destinée à l’ensemble du marché. »

Alors, un exemple typique de ce genre d’émission, par exemple, serait *La Semaine verte* à la télévision de Radio-Canada, produite à Québec, mais destinée à un plus vaste marché où on ne reconnaît pas nécessairement toujours des valeurs et des critères qui sont purement locaux.

Au fil des ans, on a un peu travesti ce concept-là. Ça m’a fait sourire de constater, il y a deux ans, que, lorsque Radio-Canada télévision a souscrit au principe ou à la licence de l’émission *Les Dragons*, ou *Dragons’ Den*, elle a profité de certaines particularités, des attentes législatives à son endroit quant à la notion de faire de la production locale, pour amener à Québec la production de l’émission *Les Dragons* dans un studio de fortune qui a été improvisé — bien fait, cependant —, dans un endroit public à Québec, en alléguant qu’il s’agissait là d’une production locale et en se prévalant de certaines des dispositions fiscales et autres, qui sont assorties à ce genre de production.

Alors, quand je vous dis qu’on pervertit un peu parfois la mission de l’entreprise en se pliant à certaines logiques comptables et à certaines vues de l’esprit ou certaines licences qu’on s’attribue par rapport aux attentes législatives, c’en est un exemple, je crois.

Je pense qu’on a éliminé beaucoup de plages de desserte à la radio de Radio-Canada dans les stations régionales depuis plusieurs années, parce qu’il y a une limite à ce que les administrateurs peuvent répéter, lorsqu’ils nous disent qu’on coupe leur budget, qu’on compresse leur budget, et que cela n’affectera pas les services que la population va percevoir. Je serais le premier à dire que ce n’est pas vrai.

Par ailleurs, je suis obligé de constater, avec tristesse, ce qu’un des chroniqueurs les plus cinglants du *National Post*, qui avait fait sienne la théorie suivante, il y a quelques années, avait dit : « Radio-Canada nous coûte trop cher, on devrait lui permettre de cesser de diffuser deux jours par semaine pour faire des

start calling in to ask what happened to Radio-Canada. People from CBC/Radio-Canada would never do something like that because they know that the phone would not ring.”

I am not saying that I agree with this, but in some ways you can see that at regional stations, Radio-Canada’s programming has declined in many respects, and I think that, unfortunately, listeners have decided to live with it.

SRC television works very well in Quebec. My predecessor quite rightly pointed this out. SRC does a really good job of exporting content from Montreal. Only Télé-Québec produces more from Montreal, and it collects taxes to provide services across Quebec, but does not produce anything outside of Montreal. Did I mention that? Nothing outside of Montreal.

At least Radio-Canada maintains some production centres in certain markets, but obviously television programming is primarily Montreal-centred. If we accept CBC/Radio-Canada’s logic of splitting the Canadian territory into various sub-regions, including the Atlantic, French-speaking Quebec, Ontario, the Prairies and the West Coast, it would not be shocking to hear that television viewers in Vancouver, for example, would unfortunately be very disappointed if they were told that their daily news would come from Toronto and that the news would reflect Toronto’s realities. It would immediately become clear that this is not a good programming strategy.

In Quebec, Montreal is often chosen as the source for programming. The people there are excellent artists who do good work, but they deprive certain regions of a window or a mirror, to get back to what I mentioned earlier, something that I think is a bit lacking. If there is one thing that I want to impress upon the committee, it is my recommendation that the committee be cautious of any attempts on the part of some senior managers at Radio-Canada to damage, set quotas for or streamline activities in the regions.

In conclusion, I especially want to point out that as a result of my practical experience over the two years in which I had the privilege of working for Radio-Canada, I observed that in many ways, production costs at Radio-Canada are not always managed based on optimal criteria.

I can give quick two examples. I have clear memories of doing a promotional tour in the Quebec region with a Radio-Canada executive who brought along his press secretary to every activity. I would obviously tease him and say, “Are you bringing your press secretary in case you have to give a quick comment on Radio-Canada’s drop on the TSX in Toronto?”

économies. Qu’il y ait donc une espèce de silence à l’antenne pendant deux jours et on verra bien si les gens vont massivement se mettre à téléphoner pour demander où est passée Radio-Canada. Jamais les gens de CBC et de Radio-Canada n’oseront faire une chose pareille, parce qu’on sait très bien que le téléphone ne sonnerait pas. »

Je ne dis pas que je fais mienne sa philosophie, mais, à certains égards, on peut constater que, dans les stations régionales, Radio-Canada a atrophié son offre à bien des égards, et je crois que les auditeurs, malheureusement, ont résolu de s’en accommoder.

SRC télévision fonctionne très bien au Québec; mon prédécesseur l’a fait remarquer à juste titre. C’est un triomphe, cependant, de l’exportation des contenus montréalais où ils ne sont supplantés en cette matière que par Télé-Québec, qui collecte des taxes pour offrir ses services à travers tout le Québec, mais qui ne produit rien à l’extérieur de Montréal. Est-ce que je l’ai dit? Rien, à l’extérieur de Montréal.

Alors, Radio-Canada, au moins, à certains égards pour la production, maintient des postes de production dans certains marchés, mais, évidemment, éminemment, la télévision, c’est un rayonnement très montréalais. Si on accepte la logique de Radio-Canada qui est celle de partager le territoire canadien en nombreuses sous-régions, l’Atlantique, le Québec francophone, l’Ontario, les Prairies et la côte Ouest, on ne s’étonnerait pas que des téléspectateurs, par exemple, de Vancouver soient malheureusement très déçus si on leur disait que chaque jour leurs bulletins de nouvelles locaux vont leur provenir de Toronto, et qu’ils vont refléter la logique de Toronto. Il serait logique immédiatement de constater que ce ne serait pas une bonne stratégie de programmation.

Au Québec, par ailleurs, souvent, on choisit de privilégier Montréal comme étant la source. Ce sont des artisans de qualité qui font du bon travail, mais qui privent certaines régions d’une fenêtre ou d’un miroir, pour revenir à l’expression que j’élaborais tout à l’heure et qui, à mon avis manque un peu. Si j’avais une exhortation à faire au comité, ce serait de lui recommander d’être très prudent quant à toute manoeuvre que certaines instances directionnelles à Radio-Canada pourraient vouloir mettre de l’avant pour atrophier, contingenter, rationaliser l’activité dans les régions.

D’autant plus que, en terminant, je ferai remarquer que mon expérience pratique pendant la période de deux ans où j’ai eu le privilège de travailler à Radio-Canada m’a amené à constater qu’à plusieurs égards, la gestion des coûts de revient à Radio-Canada n’est pas toujours faite en vertu de critères optimaux.

Il me suffit de donner deux exemples que vous allez rapidement comprendre. Je me souviens très bien d’avoir fait une tournée promotionnelle dans la région de Québec avec un cadre supérieur de Radio-Canada qui traînait avec lui, dans toutes ses activités, son attaché de presse. Alors, évidemment, je le taquinais et je lui disais : « Est-ce que tu amènes ton attaché de presse au cas où tu serais obligé de commenter rapidement la baisse du titre de Radio-Canada sur le TSX à Toronto? »

He did not appreciate my comment, but that is a prime example of how Radio-Canada often manages itself as an institution.

Another example is something that I find rather shocking — it is a practical example of what goes on, and I will leave it at that. The oldest among us will remember that in 1993-94, television networks in the modern world suddenly had access to a new tool when microwave trucks became available.

Microwave trucks were short-wave transmission trucks that would enable a television station to get close and provide live coverage of the start of a riot or demonstration and to instantly broadcast images of the scene that were of relatively good quality.

At the time, all broadcasters in North America and Europe were looking to shock viewers and give them an up-close look at what is going on that very minute, as we saw yesterday on Parliament Hill in Ottawa.

The use of these tools quickly became something that was required and was never questioned. However, the costs associated with the daily management of these types of tools are constantly increasing. This includes the costs of a dedicated team to run the trucks and the priorities of editorial decisions of whether or not to use these technical tools to cover stories.

The way of doing things became distorted, in a way, because suddenly there was a tool that had not been available before, and accountants on the inside never questioned or challenged the logic of automatically using these types of tools.

I will conclude by saying that when you see Radio-Canada in Quebec City, for example, cutting back on its locally produced weekend programming, but never questioning the decision to provide over-the-top coverage with the help of these toys or technological tools, a wise old owl like me starts to question things, when I look at the product and the way it is produced, and knowing how much it costs.

The Chair: Thank you, Mr. Thibodeau. I am not listening to the translation, but I would like to know how “*vieux snoreau*” was translated.

Mr. Thibodeau: I do not know.

The Chair: I will listen to it again.

Il n’aimait pas mon commentaire, mais, quand je vous dis que Radio-Canada se gère souvent comme une institution, c’en est un exemple probant.

Un autre exemple que je donnerais est une chose que je trouve un peu étonnante — c’est de la cuisine, c’est du pratico-pratique, et je m’arrêterai là-dessus. Les plus vieux parmi nous se souviendront qu’en 1993-94, les réseaux de télévision ont soudainement été dotés d’un nouvel outil partout à travers les civilisations avancées, c’était l’arrivée de ce qu’on appelait dans le domaine les camions micro-ondes.

Les camions micro-ondes étaient des camions de transmission à rayonnement court, qui permettaient, par exemple, à une station de télévision d’aller couvrir en direct un début d’émeute ou une manifestation à quatre coins de rue et, spontanément, de mettre en ondes les images qui en provenaient avec une qualité relativement bonne.

Alors, à l’époque, tous les télédiffuseurs de l’Amérique du Nord et de l’Europe cherchaient à faire de la télévision, j’allais dire, de proximité et de choc, la télévision qui nous montre immédiatement ce qui est en train d’arriver, comme on a pu le voir sur la Colline du Parlement à Ottawa, hier.

Ainsi, le déploiement de ces outils-là est rapidement devenu une espèce de passage obligé de choses qu’on ne questionne jamais. Or, les coûts associés à la gestion quotidienne de ce genre d’outils sont constamment croissants, y compris les équipes qu’on doit y dédier, et les priorités de choix éditoriaux auxquelles on doit s’astreindre, qu’on puisse ou non les couvrir avec ce genre de moyens techniques.

Il y a donc eu une espèce de perversion de la façon de faire, parce que, soudainement, on disposait d’un outil qu’on n’avait pas auparavant, et les comptables ne semblaient pas, à l’interne, remettre en question ou mettre au défi ce genre de logique, qui est de reconduire de façon automatique ce type d’utilisation.

Alors, je conclurai en disant que, quand vous voyez Radio-Canada à Québec, par exemple, atrophier son offre d’émissions de fin de semaine produites localement, mais ne jamais remettre en question la flamboyance de ses couvertures à l’aide de certains de ces jouets ou de ces outils technologiques, c’est le genre de choses qui peut porter un vieux « snoreau » comme moi à penser que, parfois, certains choix sont discutables, quand je regarde le produit et la façon dont on le fabrique, et connaissant les coûts de revient.

Le président : Merci, monsieur Thibodeau. Je n’écoute pas la traduction, mais j’aimerais savoir de quelle façon ils ont traduit « vieux snoreau »!

M. Thibodeau : Je l’ignore.

Le président : Je vais le réécouter.

I agree with what you are saying about mobile units. It is not always a good idea to do the weather from Place D'Youville when Radio-Canada is across the street. It is true that they are playing with toys when they do the weather on Myrand Avenue with a truck outside, when the studio is in the same area.

You mentioned Télé-Québec, and I think you are the first person to mention it since we started our meetings. With Télé-Québec, the new station UNIS — the Canadian subsidiary of TV5 — TV5 and Radio-Canada, would there not be a much more rational use of Canadian and Quebec taxpayers' money instead of having these four services that are currently offered? Would there not be a way to save money or come up with a strategy for these people to work together instead of competing for the francophone market?

Mr. Thibodeau: Are you specifically talking about Radio-Canada and Télé-Québec?

The Chair: I am talking about Radio-Canada, Télé-Québec, UNIS and TV5. Does the francophone market in Canada have the means to support four subsidized tools like that? I did not mention the private sector, which has its own resources, but would taxpayers not be better served if that money or those services were shared?

Mr. Thibodeau: The short answer to your question is yes and no. The long answer to your question is that, in my opinion, there have been several milestones in the evolution of radio and television regulations over the years.

A very important turning point came at the beginning of the 1980s, when the legislator and the CRTC were wondering about the relevance of improving television programming in two ways in Canada, by allowing for the arrival of new networks. In some places in Quebec, people will remember the Pouliot family, which obtained Télévision Quatre Saisons at the time, and at the beginning of the 1980s, from 1982 to 1985, we saw the arrival of a slew of new specialized channels, such as MusiquePlus. You are as familiar with them as I am, and the offer programming in this sector has only continued to grow.

At the time, the legislator thought two things. First, that we had to protect ourselves by offering a Canadian version of all new services that the American market proposed on its side of the border to prevent these American stations from stealing viewers in Quebec, and especially in English-speaking Canada. Every time there was something new south of the border, its French- or English-Canadian equivalent was produced.

Let us look at a well-known example. In 1981, the specialized music video channel MTV arrived in the United States. Two years later, I believe, a licence was issued to Moses Znaimer to create

Je suis d'accord avec vous en ce qui concerne les unités mobiles; présenter la température à partir de la Place D'Youville quand Radio-Canada est de l'autre côté de la rue, ce n'est pas toujours une bonne idée. Faire la météo sur l'avenue Myrand avec un camion à l'extérieur quand le studio est dans le même périmètre, il est vrai que ça permet une utilisation des jouets.

Mais vous avez parlé de Télé-Québec, et je pense que vous êtes la première personne qui en parle depuis qu'on a commencé les audiences. Le raisonnement lié à l'existence de Télé-Québec, de la nouvelle chaîne UNIS, la filiale canadienne de TV5, et de TV5 et de Radio-Canada... N'y aurait-il pas une utilisation beaucoup plus rationnelle de l'argent des Canadiens et des Québécois plutôt que d'avoir ces quatre services-là qui sont maintenant offerts? N'y aurait-il pas une économie ou une stratégie de coexistence qui pourrait amener ces gens-là à travailler ensemble au lieu de se faire compétition pour un marché francophone?

M. Thibodeau : Vous parlez spécifiquement de Radio-Canada et de Télé-Québec?

Le président : C'est-à-dire, Radio-Canada, Télé-Québec, UNIS maintenant, et TV5, est-ce que le marché francophone au Canada a les moyens de se payer quatre outils subventionnés de cette nature-là? De plus, je laisse de côté le secteur privé, qui a ses outils, mais est-ce que les contribuables ne seraient pas mieux servis si ces argent-là ou ces services-là étaient partagés?

M. Thibodeau : Bien, la réponse à votre question, la réponse brève, c'est oui et non. La réponse un peu plus détaillée, à mon avis, c'est que, au Canada, il y a eu plusieurs jalons, en anglais on dit des *posts*, vous excuserez mon mauvais français, mais il y a eu des poteaux ou des jalons, des bornes dans l'évolution des réglementations de la radio et de la télévision à travers les âges.

Un moment charnière extrêmement important est survenu au début des années 1980 quand le législateur et le CRTC s'interrogeaient sur la pertinence d'augmenter l'offre de télévision de deux manières au Canada, soit en permettant l'arrivée de nouveaux réseaux. À certains endroits, au Québec, on se souviendra de la famille Pouliot qui avait obtenu Télévision Quatre Saisons à l'époque, et on avait assisté aussi, au début des années 1980, dans la période 1982 à 1985, à l'arrivée d'une flopée de nouveaux canaux spécialisés, comme MusiquePlus. Vous les connaissez aussi bien que moi, et l'offre de ce secteur d'activités n'a jamais cessé de s'accroître depuis.

Alors, le raisonnement qui prévalait à l'époque, c'est que le législateur pensait deux choses : la première, c'était qu'il fallait se protéger en offrant une version canadienne de tout nouveau service que le marché américain allait proposer de son côté de la frontière pour éviter que ces stations américaines viennent pirater l'écoute des Québécois, mais surtout des *Canadiens*. Alors, à chaque fois qu'il y avait une nouveauté au sud de la frontière, on créait son pendant au Canada français ou anglais.

Prenons un exemple bien connu, en 1981 est arrivé aux États-Unis le réseau MTV, cette chaîne spécialisée dans la diffusion des vidéos. Deux ans plus tard, je crois, on émettait la licence à Moses

MuchMusic in Toronto, and since this is Canada and we like to keep things even, a year later a licence was issued to MusiquePlus, which was created in 1985 if I am not mistaken.

I am using this example because it is indicative of the philosophy of improving television programming in Canada. They would look at the United States, the circumstances that led to the creation, launch and popularity of a service like MTV, and in Canada, people would say, “We need to immediately look at a similar service as quickly as possible. Let’s do it and let’s create MuchMusic and MusiquePlus.”

There were opposing logics behind the creation of these services. In short, in the United States, the music and recording industry was coping with the increasing costs of promoting new artists, and since it could no longer maintain sufficient profits to justify constantly launching new artists, it considered what it could do to control costs.

Someone had a brilliant idea: “We’ll create videos, films that go with the songs, and we’ll create television channels to broadcast them. That will help us control our promotional costs.”

People liked this model. All television stations in the major American markets started broadcasting videos and, as the phenomenon became extremely popular, people in the American music industry said, “We may have created something good. Maybe we should create a channel that we can control ourselves so that we could avoid the costly step of knocking on the doors of radio programmers across North America to tell them, ‘You should play the new track by X, Y, Z. It’s really good. Can I invite you out to eat so we can talk about it over a good steak?’”

All of that lobbying and promotion disappeared because American teenagers were coming home from school at 4 p.m., turning on the television and watching MTV. They were being bombarded with a massive number of videos. The station even had to decide whose music and videos it would not play.

When MTV was created, Canada thought it would be a good idea to create a similar offering in the form of MuchMusic but was dismayed to learn that no one was producing music videos for the popular singers in Canada because it was too expensive.

What did we do? We provided huge subsidies, of course. I am not disputing the fact that this was the appropriate course of action. I am just noting that subsidies were provided to support video production and hence the entire industry.

Znaimer pour MuchMusic, à Toronto et, bien sûr, comme on est au Canada et qu’on aime l’équivalence des choses, un an plus tard, on a donné une licence à MusiquePlus qui est née en 1985, si ma mémoire est bonne.

Alors, je m’attarde à cet exemple-là, parce qu’il est tout à fait indicatif de la philosophie d’augmentation de l’offre de la télévision au Canada, quand vous examinez, aux États-Unis, les circonstances qui ont amené la création, le lancement et la mise en popularité d’un service comme MTV et que vous regardez, au Canada, quelle était la logique qui prévalait lorsqu’on s’est dit : « Il faut immédiatement se pourvoir d’un service pareil et vite, faisons-le et faisons un MuchMusic et un MusiquePlus. »

Les logiques derrière le développement de ces services-là étaient diamétralement opposées. Aux États-Unis, pour faire ça simple, l’industrie de la promotion de la musique et du disque était confrontée à des coûts croissants pour vendre des nouveaux artistes et, n’arrivant plus à maintenir un modèle de rentabilité suffisamment intéressant pour justifier le lancement continu de nouveaux artistes, elle s’est dit : « Qu’est-ce qu’on pourrait faire pour contrôler nos coûts? »

Quelqu’un a eu la brillante idée de dire : « On va faire des vidéoclips, des films qui accompagnent les chansons et on va les donner aux stations de télévision pour qu’elles les diffusent. Ce faisant, on va contrôler nos coûts de promotion. »

Le modèle a plu, toutes les stations de télévision dans les grands marchés américains se sont mises à diffuser des vidéos et, devant l’immense popularité du phénomène, les gens de l’industrie de la musique aux États-Unis se sont dit : « On a peut-être créé quelque chose d’intéressant, on devrait peut-être créer un canal que nous contrôlerions nous-mêmes et qui nous affranchirait de l’obligation coûteuse d’aller constamment cogner aux portes de tous les programmeurs de stations de radio à travers l’Amérique du Nord et de leur dire : “Vous devriez jouer le nouveau disque de X, Y, Z, c’est très bon. Est-ce que je peux t’inviter au restaurant, on va en parler en dégustant un bon steak?” »

Alors, tout le lobby, la promotion, tout ça s’évanouissait, parce que tous les jeunes adolescents américains, lorsqu’ils arrivaient de l’école l’après-midi à 4 heures, ouvraient le téléviseur, écoutaient MTV et étaient subjugués par une offre massive de productions. Il fallait même se demander qui on n’allait pas jouer et qui on n’allait pas diffuser comme vidéos.

Au Canada, lorsqu’on a créé Much et MTV, on a pensé que c’était une bonne chose que d’offrir un pendant tout à fait similaire, mais on a découvert, avec consternation, que personne ne produisait des vidéos accompagnant les chansons des principaux artistes populaires au Canada, parce que ça coûtait trop cher.

Alors, qu’est-ce qu’on a fait? On a subventionné massivement, bien sûr — je ne conteste pas le fait que c’était opportun de le faire, mais je constate seulement qu’on l’a fait —, la production des vidéos et, partant, toute l’industrie.

When Canada adopts a model and a way of doing things, we often establish a service that is similar to one that is being offered in a competitor country because we are concerned that it may cross our borders. We do not do it in order to meet the same accounting standards.

To answer your question as to whether there will be economies of scale that will ensure that public television stations, such as TV Ontario, Télé-Québec and the CBC, work better together, no doubt there will be. I believe that to ask the question is to answer it.

However, since they are all institutions, they will fight hard to avoid handing over any responsibility for carrying out their mandate and they will also not be able to tolerate the economic reality that is completely different from ours any better than they were able to before.

The Chair: Did you have anything to add, Mr. Lehmann?

Mr. Lehmann: Yes, I would just like to take a brief moment to come back to two points that he made about digital technology. When he spoke about institutions, it really hit home because, if there is one thing we have learned about digital technology, it is that, in general, the institutions and the industry have a hard time keeping up with the very rapid changes it brings about.

Something about that resonates. When we talk about thinking about the future and that sort of thing, there is a conclusion that can be made with regard to digital technology if we look, for example, at the music industry, which refused to change with technology and thought it would be saved by iTunes. However, two weeks ago, we learned that iTunes dealt the industry a blow by giving away a U2 album.

What that means is that music is not worth anything anymore and that a move is now being made toward subscription services. However, we know what kind of effect subscription services have on copyright. The music industry is going to encounter another crisis that is even bigger than illegal downloading, but no one in the industry seems to see it coming.

I therefore think we need to consider the matter of institutions. Mr. Thibodeau spoke about centralization in Montreal. In my opinion, centralization leads to the adoption of a one-size-fits-all approach, where one location decides what is good for every location. We should be doing the opposite. Instead of centralizing, we should be moving forward with decentralized structures that are more flexible.

My second point — and I will keep this brief — is about the shift to digital and digital platforms. He mentioned Télé-Québec and the lack of production in the regions.

Donc, quand, au Canada, on adopte un modèle et une façon de faire, souvent on veut se pourvoir d'un service qui ressemble à celui qui nous inquiète chez un pays concurrent qui peut traverser nos frontières, mais on ne le fait pas pour répondre aux mêmes normes comptables.

Ainsi, pour répondre à votre question, est-ce qu'il y aurait une économie d'échelle à faire mieux travailler en synergie des télévisions publiques comme TV Ontario ou Télé-Québec, et Radio-Canada? Sans aucun doute, il y aurait des économies d'échelle, je pense que poser la question, c'est donner la réponse.

Cependant, comme ce sont toutes des institutions, elles vont résister farouchement à céder une partie de la responsabilité de l'exécution de leur mandat et elles ne s'astreindront pas plus qu'elles ne le faisaient préalablement à la réalité économique tout à fait différente qu'est la nôtre.

Le président : Voulez-vous ajouter quelque chose, monsieur Lehmann?

M. Lehmann : Oui, en fait, je voudrais juste prendre un très court temps pour rebondir sur deux éléments qu'il a amenés relativement au numérique. Quand il parle d'institutions, ça a vraiment frappé, parce que s'il y a une chose que le numérique nous a apprise, c'est que les institutions et l'industrie, de manière générale, vivent mal les changements très rapides que le numérique amène.

Il y a quelque chose à cet égard qui résonne. Quand on parle de réfléchir à l'avenir, et cetera, il y a une constatation qu'on peut faire au niveau du numérique, si on regarde, par exemple, l'industrie de la musique qui a refusé d'évoluer avec le numérique, qui a pensé qu'iTunes allait les sauver; or, on a eu le signal, il y a deux semaines, qu'iTunes venait de les enterrer en offrant l'album de U2.

Ce que cela veut dire, c'est que de la musique, ça ne vaut plus rien, et on s'en va maintenant vers les abonnements. Or les abonnements, on sait ce que ça rapporte en termes de droits d'auteur, et on va frapper une autre crise pour l'industrie de la musique, encore plus importante que celle du téléchargement illégal, mais on dirait que personne dans l'industrie n'est en train de le voir venir.

Donc, cette question-là d'institution, je pense qu'il y a lieu de s'y pencher. Quand M. Thibodeau parle de cette centralisation-là vers Montréal, pour moi, la centralisation amène justement ce genre de chose où on adopte la formule *one size fits all*, où on décide à une place ce qui est bon pour partout ailleurs, alors qu'on devrait plutôt faire l'inverse. On devrait, au lieu de centraliser, y aller avec des structures vraiment décentralisées qui ont plus de souplesse.

Mon deuxième point, qui va être très court, c'est quand on parle de virage numérique, de plateformes numériques; il a mentionné Télé-Québec et l'absence de production qui se fait dans les régions.

If you are looking for a good example of what should not be done when going digital, you need look no further than La Fabrique culturelle, which, in the beginning, had many partners who were very enthusiastic about participating in the project and about transforming much of the cultural industry. Later, we realized that the site was basically using a similar approach to YouTube, meaning that others were expected to create content that users could access for free.

This was very poorly received by the community, and I think it is a good example of what to avoid when going digital.

The idea of counting on others to create content affects the quality of the content and has a much more serious impact on production. It is an escape hatch for Télé-Québec but, in my opinion, it causes unease.

The Chair: Mr. Housakos.

Senator Housakos: Thank you.

Mr. Thibodeau, can you name three things that the CBC and Radio-Canada are doing really well?

Mr. Thibodeau: Three things? Yes, of course. Three things that Radio-Canada is doing really well —

Senator Housakos: That are among the best in the business. I do not want you to name things that are already being offered by competitors, but things are unique, that can only be found at Radio-Canada or the CBC and that do not exist elsewhere.

Mr. Thibodeau: Both SRC and CBC radio often make programming choices that do not make any sense from an economic perspective. No commercial broadcaster would make those choices because it would not be economical to do so.

Many of Radio-Canada's competitors in private radio and television networks have often criticized Radio-Canada for stepping on its competitors' turf or for using formats or approaches that are too close to those used by private broadcasters, which rely on advertising.

In that regard, Radio-Canada often demonstrates great independence, which is worth celebrating. That is something that I applaud.

One remarkable thing that Radio-Canada and the CBC both do is air a certain number of programs to showcase new faces and new talent, which allows Canadians to discover new people. I am not saying that this accounts for the majority of the programming, but both Radio-Canada and the CBC still do this.

Si vous voulez un bon exemple de ce que vous ne devriez pas faire avec un virage numérique, ce serait de regarder La Fabrique culturelle, qui a réussi, en ayant, au départ, beaucoup de partenaires qui étaient extrêmement enthousiastes de participer à ce projet, à faire revivre une grande partie de l'industrie du milieu culturel, parce qu'on s'est rendu compte que, dans le fond, l'approche qu'ils avaient utilisée était une approche similaire à YouTube, c'est-à-dire une approche où on s'attend à ce que les autres nous fabriquent du contenu pour qu'on puisse l'utiliser gratuitement.

Cela a été extrêmement mal reçu par le milieu, et je pense que c'est un bon exemple de choses à éviter quand on parle de virage numérique.

Alors, cette notion de compter sur les autres pour faire du contenu a non seulement un impact sur la qualité du contenu, mais elle a un impact aussi beaucoup plus grave sur la production. Effectivement, pour Télé-Québec, c'est une porte de sortie, mais, à mon avis, ça crée un malaise.

Le président : Monsieur Housakos.

Le sénateur Housakos : Merci.

Monsieur Thibodeau, pouvez-vous souligner pour nous trois choses que Radio-Canada fait très bien, et pouvez-vous souligner et identifier pour le Comité trois choses que la CBC fait très bien?

M. Thibodeau : Trois choses, oui, bien sûr. Alors, trois choses que Radio-Canada fait très bien...

Le sénateur Housakos : Qui figurent parmi les meilleures dans le marché dans ce domaine-là. Je ne veux pas non plus nommer des choses qui sont déjà offertes par d'autres compétiteurs, mais plutôt des choses qui sont distinctes, que l'on peut trouver uniquement chez Radio-Canada et à la CBC, qui n'existent pas ailleurs.

M. Thibodeau : À la radio de Radio-Canada et de la CBC, dans les deux cas, clairement, on met de l'avant souvent des choix de programmation qui ne font aucune logique économique, qu'aucun télédiffuseur commercial ne mettrait de l'avant, parce qu'il ne serait pas payant de le faire.

Alors, beaucoup de concurrents de Radio-Canada dans les réseaux privés, de radio et de télévision, ont souvent critiqué Radio-Canada, parce qu'elle s'aventure parfois dans les plates-bandes des concurrents ou qu'elle adopte des formats ou des façons de faire qui sont trop proches de ceux des diffuseurs privés, qui vivent de commandites.

À cet égard, Radio-Canada fait souvent preuve d'une grande indépendance qu'il faut célébrer. Ça, c'est une chose que j'applaudis.

Une chose que la télévision de Radio-Canada fait de façon remarquable aussi, autant à la télévision française qu'à la télévision anglophone, c'est de maintenir à l'antenne un certain nombre d'émissions où on nous présente des nouveaux venus, des nouveaux talents, et où on nous permet de découvrir l'émergence

I commend them for that because commercial broadcasters are always looking for someone or something that will provide them with instant commercial benefits, in other words, celebrities, or household names. Meanwhile, Radio-Canada and the CBC have both proven themselves to be television stations that take risks.

I am not sure if they air this sort of programming as much as they used to, but I believe they still air it and I urge them to continue to do so. That is two things that Radio-Canada does really well.

The third thing that Radio-Canada does really well and that, unfortunately, is becoming increasingly rare among private broadcasters is that it continues to be a staunch support of the use of correct, high-quality language, and it avoids using shock value to titillate the public.

If I had to name three things, those are the first ones that come to mind.

Senator Housakos: Are there two or three things that Radio-Canada and the CBC could do better, things that they are not doing well? If you could provide recommendations to the heritage minister and make suggestions to our committee about what should be included in our report, what improvements would you recommend be made as soon as possible?

Mr. Thibodeau: I think that more local and regional programs should be offered to local and regional audiences. The person who is responsible for accounting at any television or radio station, the financial director or head bean counter will always say that it does not make sense mathematically or financially to interrupt a network program in a certain region in order to broadcast a local program because it is redundant. The station is paying for content that is not being broadcast in region A because it is being substituted for another program, which may or may not cost a lot of money. If we listen to the heads of finance at the networks, then a one-size-fits-all approach will be taken everywhere in an attempt to achieve the lowest possible production cost for each hour of broadcasting. Ultimately, this is acceptable for a private broadcaster but, in my opinion, it is an unreasonable way for a public broadcaster to do things for two reasons: first, the public broadcaster does not have the same mandate as private broadcasters and so its goals should not always be the same. Second, the public broadcaster receives most — or all if we are talking about radio — of its funding from taxpayers.

It is therefore my opinion that Radio-Canada and the CBC must take advantage of every opportunity afforded to them to increase their local and regional radio and television programming.

de nouvelles personnes. Je ne vous dis pas qu'il s'agit de la majorité de la programmation, mais ils en font encore dans les deux cas, autant à la CBC qu'à Radio-Canada.

Alors, c'est un aspect que je célèbre, parce que les télédiffuseurs commerciaux sont toujours à la recherche de quelqu'un ou de quelque chose dont on pourra mesurer instantanément les retombées commerciales. Donc, des gens bien connus, des *household names*, comme on dit en français, alors que Radio-Canada s'est avérée à plusieurs égards, parfois, être une télévision, dans les deux langues, qui a accepté de prendre des risques.

J'ignore, cependant, si Radio-Canada le fait encore autant qu'elle l'a déjà fait, mais si elle le fait encore, ce que je crois, je l'exhorte à continuer de le faire. C'est une deuxième chose qu'elle fait très bien.

La troisième chose que Radio-Canada fait très bien et que, malheureusement, je dois constater comme étant une chose de plus en plus rare chez les diffuseurs privés, c'est, à plusieurs égards, de se faire encore le défenseur d'un langage de qualité et d'une langue correcte, et d'éviter les effets-chocs pour émousser l'auditoire.

Alors, si j'avais à souligner trois choses, les premières qui me viennent en tête sont celles-là.

Le sénateur Housakos : Est-ce qu'il y a deux ou trois choses qu'il peut faire mieux, qu'il ne fait pas bien dans le cas de la CBC et de Radio-Canada? Si vous pouviez conseiller la ministre du Patrimoine et suggérer à notre comité des éléments à mettre dans son rapport, quelles seraient les choses qu'il faut améliorer le plus vite possible?

M. Thibodeau : Moi, je crois qu'il faut accroître l'offre de produits locaux-régionaux, et les montrer aux auditoires locaux et régionaux. La personne qui est responsable de la comptabilité dans n'importe quelle station de télévision ou de radio, le directeur financier, le *bean counter* en chef va toujours vous dire que, lorsqu'on interrompt la diffusion d'une émission réseau dans une région en particulier pour y substituer une émission locale, ce n'est pas mathématiquement et financièrement logique, parce qu'on fait de la redondance. On paie pour un contenu dont on s'abstient de le diffuser dans la région A et on y substitue à coût faible ou élevé une autre émission. Alors, si on écoute les chefs financiers des réseaux, on va effectivement faire du « mur à mur » partout et on va maximiser la recherche du coût de revient le plus bas possible pour chaque heure de diffusion. À la limite, cela serait acceptable chez un diffuseur privé, mais c'est, à mon avis, une façon perverse de voir les choses si on est un diffuseur public, pour deux raisons : on a un mandat qui n'est pas le même que le diffuseur privé; nos cibles ne doivent pas toujours être les mêmes que le diffuseur privé, et on est foncièrement financé en grande partie et en totalité, si on parle de la radio, par les contribuables.

Ainsi, Radio-Canada, à mon avis, et la CBC doivent profiter de chaque opportunité qui leur est donnée pour augmenter l'offre locale et régionale de programmation en radio et en télévision.

Senator Housakos: Here is my last question. Do you think that it still makes sense for one company to manage both Radio-Canada and the CBC? Several witnesses said that it would be better if there were two separate budgets and two separate entities or corporations. You mentioned earlier that the reality in French Canada is very different from the reality in English Canada. Perhaps it is time to see whether it would make sense to create two administrations with two separate strategies to meet the demand.

Mr. Thibodeau: I would not discount that line of reasoning if the guidelines for implementing such an approach were adequate, known to all and rigorously applied. I would not take issue with such an approach.

The Chair: The board of directors is generally linguistically proportionate, which means it is made up of 12 honest Canadian citizens from across Canada and there may be two francophones from Quebec —

Mr. Thibodeau: Balanced.

The Chair: — and about 10 anglophones. The anglophones watch Canadian and American television, while 80 per cent of the television that Quebecers watch is produced by Quebecers. We are asking them to sit down and make a decision regarding the future. In my opinion, we should definitely think about the highest level of governance.

We are going to be hearing from the President of the CBC and the Chair of the Board of Directors because, as you know, the board of directors does not choose its own chair. The chair is appointed by the Prime Minister.

Mr. Thibodeau: You are right.

The Chair: Does that make sense from a governance perspective? I think that, in 2014, we certainly have the mandate, as a committee, to look into that issue, to determine whether that logic should be re-examined, not only with regard to the Broadcasting Act but also with regard to the proper management of available resources.

An example was given — and I think we will end here — by one of our witnesses who said that CBC/Radio-Canada's governance is like having a board of directors that governs the BBC and Radio France from Belgium. We are talking about two completely different worlds —

Mr. Thibodeau: Yes.

The Chair: . . . to the point where, how can we expect . . . Poor Mr. Lacroix. There are witnesses who listened to what he had to say, and I respect the efforts he has made to work under those conditions because he has to deal with two worlds. As you know, there are no English programs such as “*Tout le monde en parle*”

Le sénateur Housakos : Voici ma dernière question : est-ce que vous pensez qu'il soit encore logique qu'une compagnie gère les deux côtés en même temps, Radio-Canada et la CBC? Il y a plusieurs témoins qui ont exprimé l'idée qu'il serait préférable que l'on crée deux budgets distincts, deux entités, deux sociétés distinctes. Vous avez souligné, tantôt, que la réalité est tellement différente dans le Canada français que dans le Canada anglais; il est peut-être temps de voir s'il serait logique de créer deux administrations dotées de deux stratégies distinctes pour répondre à la demande.

M. Thibodeau : Je n'écarterais pas cette logique-là, si les balises qui en encadrent l'exécution sont adéquates, sont connues de tous et sont appliquées avec rigueur. Je ne pourrais pas m'inscrire en faux contre une idée comme celle-là.

Le président : Quand on a un conseil d'administration formé de 12 honnêtes citoyens canadiens venant de toutes les régions, avec une proportion normalement linguistique, ça veut dire qu'il y a deux francophones du Québec possiblement...

M. Thibodeau : Balancée.

Le président : ... puis une dizaine d'anglophones. Les anglophones écoutent la télévision américaine et canadienne; les Québécois écoutent la télévision et consomment 80 p. 100 de ce qu'ils produisent. On leur demande de s'asseoir à une table puis de prendre une décision concernant un avenir; pour moi, cela mérite certainement que nous nous penchions sur la gouvernance au plus haut niveau.

Nous allons d'ailleurs accueillir le président de Radio-Canada et le président du conseil d'administration de Radio-Canada, parce que, comme vous le savez, ce n'est pas le conseil d'administration de Radio-Canada qui choisit son président, c'est le premier ministre.

M. Thibodeau : Vous avez raison.

Le président : Encore là, en ce qui concerne la gouvernance, est-ce que c'est logique? Je pense qu'en 2014, nous avons certainement le mandat, à titre de comité, de nous interroger sur cette question, à savoir si cette logique-là devrait être réexaminée, pas seulement en fonction de la Loi sur la radiodiffusion, mais en fonction de la bonne gestion des ressources qui sont mises à disposition.

Un exemple nous a été donné — et je pense que nous allons terminer avec cela —, de la part de l'un de nos témoins, qui nous avait dit que la gouvernance de Radio-Canada, c'est comme avoir un conseil d'administration qui gouverne la BBC et Radio France, mais à partir de la Belgique. Il s'agit de deux mondes complètement séparés...

M. Thibodeau : Oui.

Le président : ... à tel point que, comment voulez-vous... Pauvre M. Lacroix, il y a des témoins qui sont allés l'écouter, et je respecte les efforts qu'il fait pour travailler dans ces conditions-là, car il doit faire face à deux mondes. Vous savez, des émissions comme *Tout le monde en parle*, au Canada en anglais, il n'y en a

in Canada. They do not exist and he just lost about \$100 million in advertising revenue from “Hockey Night in Canada.” This is not just about advertising revenue. “Hockey Night in Canada” allowed the CBC to advertise all of its other programs. While people watched hockey, they heard “Dragon’s Den” is going to be on tomorrow night —” It was a way to link to all of the other programs —

Mr. Thibodeau: Yes, but if I could —

The Chair: — and now — excuse me, I will end on this note — the corporation will be required to fill 350 hours of Saturday night programming when it completely loses its ties to hockey because it is the same world. When the decision was made, when Radio-Canada lost hockey, it was not the end of the world because it was not the most popular program. “La Petite Vie” was the most popular program at the time even though it was not the most profitable. Programs like “La Petite Vie” were two or three times more economical and much easier to produce.

So, they are not dead but the fact that “Hockey Night in Canada” will not be broadcast anymore is certainly more serious. It is the same board of directors that has to make this type of decision, and for me that is —

Mr. Thibodeau: Yes.

The Chair: — I find that complicated.

Mr. Thibodeau: You are right. Before I respond to the specific point that you made, I would like to say that, with regard to the example you gave of “Tout le monde en parle,” it is interesting to note that a program like that was first created, rose in popularity and became an enormous success in France. When we look at the make-up of the national mosaic in Europe — if I were looking at the European federation or the European community — France is a bit like a province that speaks French but is located near people who speak German or Flemish or some other language. This sense of community, the sense of being an island in an ocean of other things, is very present in France. I discovered this because I worked in France for a time and I consulted with clients there. This is also one of the characteristics of Quebec.

When you have a big show like “Tout le monde en parle” on Sunday night, you are talking to an extremely homogenous audience. All of the viewers are white, non-practising Catholics who like the missionary position. You know what I mean. The viewership is very homogenous. There is no other way to say it.

However, when you listen to SRC radio — I would like to come back to the example of Peter Gzowski. I really liked his program and listened to it for years. Gzowski made absolutely extraordinary efforts to try to reflect in all of his programming what was happening that morning in Alberta, for example, that would be of interest to other Canadians and that they would

pas, et il vient de perdre ses 100 quelques millions de revenus publicitaires liés à *Hockey Night in Canada*, et qui n’était pas seulement un revenu publicitaire. C’était aussi le point d’ancrage de toutes les autres émissions de Radio-Canada pendant que les gens écoutaient le hockey, où on entendait : « *Dragons’ Den is going to be on tomorrow night...* » C’était le point de référence pour les autres émissions...

M. Thibodeau : Oui, mais si je peux me permettre...

Le président : ... et maintenant — excusez-moi, et je termine là-dessus — ils vont être obligés de combler 350 heures de télédiffusion le samedi soir lorsqu’ils vont avoir perdu toutes leurs références avec le hockey. Car c’est le même monde. Quand ils ont pris la décision... quand Radio-Canada français a perdu le hockey, ce n’était pas la fin du monde, car ce n’était pas l’émission la plus écoutée. Dans ce temps-là, c’était *La Petite Vie*, et ce n’était pas l’émission la plus rentable. Les émissions comme *La Petite Vie*, entre autres, encore une fois, étaient deux, trois fois plus rentables et beaucoup plus faciles.

Donc, ils ne sont pas morts, mais l’effet du départ de *Hockey Night in Canada* est certainement plus grave. Ainsi, c’est le même conseil d’administration qui doit prendre ce genre de décisions, et pour moi, c’est...

M. Thibodeau : Oui.

Le président : ... je trouve ça compliqué.

M. Thibodeau : Vous avez raison. Avant de répondre spécifiquement au point que vous amenez, je dirais que dans le cadre de l’exemple que vous avez donné quand vous parlez de *Tout le monde en parle*, il est intéressant de constater qu’une émission comme *Tout le monde en parle* est née, a connu son émergence, a conforté sa popularité, et s’est avérée être un succès énorme d’abord en France. Or, lorsqu’on regarde la façon dont la mosaïque nationale est constituée en Europe, on constate que la France est une... si je regardais la Fédération européenne ou la Communauté européenne, la France est un peu comme une province qui, par ailleurs, parle français à côté de gens qui parlent allemand ou qui parlent flamand, ou peu importe. Alors, cette espèce de sens de la communauté d’être une île dans un océan d’autres choses est éminemment présent en France, pour avoir travaillé un peu en France et avoir fait des consultations avec des clients là-bas et l’avoir découvert. C’est aussi l’une des caractéristiques du Québec.

Alors, quand vous faites une grand-messe comme *Tout le monde en parle* le dimanche soir, vous parlez à une population qui est extrêmement homogène : tout le monde est blanc, catholique non pratiquant et en position du missionnaire. Vous savez ce que je veux dire, c’est très homogène, je ne peux pas le dire autrement.

Par contre, quand vous écoutez la radio de Radio-Canada, je reviens à l’exemple de Peter Gzowski que j’ai écouté pendant des années avec satisfaction et avec plaisir, Gzowski faisait des efforts absolument extraordinaires pour essayer d’incarner, dans chacune de ses émissions, ce qui, en l’occurrence, par exemple, pouvait provenir de l’Alberta, ce matin-là, et qui était d’intérêt et dans

relate to. However, it was extremely hard to do because, as you know, there are different regional realities all across Canada from the west of the Rockies, to the Prairies, Central Canada, Quebec and the Maritimes.

If the director or person sitting at the top of the pyramid at the CBC tries to adopt a one-size-fits-all approach or homogenous and uniform operational philosophy, it will not work in a bilingual Canada because of the two areas in which the two main official languages are concentrated. That person will have great difficulty trying to make that work in Canada because the reality of people in Victoria, British Columbia, is kilometres away from the reality of people in St. John's, Newfoundland.

So, yes, the answer to your question is that it is certainly appropriate to look into a two-headed system or something that would make it possible to better recognize and adapt the offer and approach in the area.

The Chair: If you ever have any more specific recommendations in that regard, we would be pleased to hear about them through our clerk.

Mr. Thibodeau: Mr. Chair, I do not have the same knowledge that my colleagues who are currently running the CBC have, and I would not presume to question their good management. I am sure that they are trying to do as much as they can under the circumstances.

The Chair: In that case, I would ask you to send your recommendations to us anonymously. I would be pleased not to name you as my source.

Mr. Thibodeau: I will do that.

The Chair: I would like to thank you once again. We apologize for the circumstances, but I think that the right thing to do was to move forward. As Molière said, you will be on the record. With that, I will adjourn the committee.

Mr. Lehmann: I would like to thank you for holding this meeting to hear what we had to say. You could have decided otherwise and we all would have understood, but I would like to thank you for making the effort to come to Quebec City.

(The committee adjourned.)

TORONTO, Monday, October 27, 2014

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9 a.m. to examine the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

Senator Dennis Dawson (Chair) in the chair.

lequel le reste des Canadiens allait possiblement se reconnaître. Cependant, il était diablement difficile d'y arriver, parce que, vous le savez, vous parcourez le Canada, il y a des réalités régionales à l'ouest des Rocheuses, les Prairies, le Centre du Canada, le Québec et les Maritimes.

Ainsi, lorsqu'une personne qui dirige, qui est sommet de la pyramide à Radio-Canada, essaie d'adopter l'approche *one size fits all* ou une philosophie opérationnelle qui serait homogène, uniforme, elle n'y arrivera pas dans un Canada bilingue en vertu des deux territoires où sont concentrées les deux principales langues officielles. Elle va y arriver avec difficulté dans l'ensemble du Canada, parce que la réalité des gens de Victoria, en Colombie-Britannique, est à des kilomètres de celle des gens de St. John's, à Terre-Neuve.

Alors, oui, la réponse à votre question, c'est certainement qu'il est opportun d'explorer une formule bicéphale ou quelque chose qui permettrait de mieux reconnaître et de mieux ajuster l'offre et les façons de faire au territoire.

Le président : Si jamais vous avez des recommandations plus précises à cet égard, nous serons heureux de les recevoir par l'intermédiaire de notre greffier.

M. Thibodeau : Monsieur, je n'ai pas la science de mes collègues qui dirigent Radio-Canada à l'heure actuelle, et je ne voudrais pas me substituer à leur bonne gestion. Je suis sûr qu'ils essaient de faire le maximum selon les circonstances.

Le président : Je vais vous demander, dans ce cas-là, de nous les transmettre anonymement, puis il me fera plaisir de ne pas vous nommer comme source!

M. Thibodeau : Je ferai cela!

Le président : Encore une fois, je vous remercie. Nous nous excusons des circonstances, mais je pense que la décision à prendre, c'était d'aller de l'avant. Vous allez être, comme disait Molière, « on the record ». Et j'ajourne la séance.

M. Lehmann : Je voulais quand même vous remercier d'avoir tenu cette journée, de pouvoir nous écouter. Vous auriez pu prendre une décision inverse et on aurait tout à fait compris, mais je vous remercie d'avoir fait l'effort d'être présents à Québec.

(La séance est levée.)

TORONTO, le lundi 27 octobre 2014

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 heures, pour étudier les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Le sénateur Dennis Dawson (président) occupe le fauteuil.

[English]

The Chair: Honourable senators, today we continue our study into the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

Our first witnesses from Rogers Media Inc. are Keith Pelley, President of the Media Business Unit, and Susan Wheeler, Vice-President of Regulatory Affairs.

We try to start on time to respect broadcasting traditions.

Keith Pelley, President, Media Business Unit, Rogers Media Inc.: Good morning. It is a beautiful Monday morning here in the wonderful city of Toronto as we get ready for election day, which is exciting. Thanks for the opportunity to talk today about Omni.

First, before I discuss Omni I will just give you a little bit of background of what is transpiring right now in the conventional business since you are going through a tremendous amount of research.

I have been in this position for four years as the president of Rogers Media. The structural change that we have seen in the advertising market is unparalleled. Over time usually the advertising has been very cyclical where it has gone down, i.e. in 2005, and then it comes back up; then it goes down and comes back up.

This is now a full structural change in the actual broadcasting industry as advertisers now move more and more dollars to digital platforms. There is just a plethora of opportunities for them to spend their dollars.

When I look at our competitors now I don't look at the likes of CTV and Global first. I look at the fact that we are now competing on a world stage and that our competitors are that of Google, Facebook, Amazon, Netflix, Yahoo and Apple. Those are the competitors that we are now playing with.

From a pure conventional advertising perspective, if you have seen what has transpired even over the last couple of months, in the last couple of years advertising has been significantly reduced. In fact in our conventional broadcasting we have gone from advertising of \$802 million in 2011 to this year at somewhere around \$680 million to \$690 million. That is a drop of \$110 million in advertising just on our television networks.

You perhaps read that Bell last week lowered their e-bill expectations by \$45 million, which is significant, and again they contributed that to advertising.

You may have seen what happened late last week when Chorus announced their quarterly results, and again the advertising was forefront. Some of the announcements that have come from the

[Traduction]

Le président : Honorables sénateurs, nous poursuivons aujourd'hui notre étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Nos témoins de Rogers Media Inc. sont Keith Pelley, président de Segment Média, et Susan Wheeler, vice-présidente, Affaires réglementaires.

Nous essayons de commencer à l'heure prévue pour respecter les traditions du domaine de la radiodiffusion.

Keith Pelley, président, segment Média, Rogers Media Inc. : Bonjour, c'est un beau lundi matin dans la merveilleuse ville de Toronto, et nous nous préparons pour cette journée d'élections, ce qui est électrisant. Merci de nous offrir l'occasion de parler d'Omni.

Avant de vous parler d'Omni, je vais vous parler un peu de ce qui se passe dans le secteur de la publicité ordinaire, étant donné que vous faites énormément de recherche.

J'occupe le poste de président de Rogers Media depuis quatre ans. Le changement structurel dont nous avons été témoins dans le marché de la publicité est sans précédent. Ce marché est habituellement très cyclique, et il y a eu un ralentissement en 2005, par exemple, puis une reprise, et c'est toujours comme ça.

Mais le changement en cours dans le secteur de la radiodiffusion est un changement structurel complet, les annonceurs investissant de plus en plus d'argent dans les plateformes numériques. Elles leur offrent une multitude de façons de dépenser leur argent.

Aujourd'hui, lorsque je regarde ce qui se passe chez nos concurrents, je ne commence pas par CTV et Global. Je constate que nous sommes en concurrence avec le reste du monde et que nos compétiteurs sont Google, Facebook, Amazon, Netflix, Yahoo et Apple. Voilà les entreprises avec lesquelles nous sommes en concurrence aujourd'hui.

Pour ce qui est de la publicité ordinaire, elle a beaucoup diminué au cours des deux ou trois dernières années, et elle continue de diminuer, si vous avez vu ce qui s'est passé au cours des derniers mois. De fait, dans notre secteur de la radiodiffusion ordinaire, la somme consacrée à la publicité est passée de 802 millions en 2011 à 680 ou 690 millions à l'heure actuelle. Il y a donc eu une diminution de 110 millions de dollars pour nos réseaux de télévision seulement.

Vous avez peut-être lu la semaine dernière que Bell a réduit ses prévisions concernant la facturation électronique de 45 millions de dollars, diminution importante que l'entreprise attribue là aussi à la publicité.

Vous avez vu ce qui s'est passé à la fin de la semaine dernière, lorsque Corus a publié ses résultats trimestriels, et, là aussi, la publicité était à l'avant-plan. Certaines des annonces qui ont été

actual agencies over the last couple of weeks really characterize what type of challenge that we are into. The last one was Microsoft that announced its \$2.5 billion worldwide advertising from a television perspective was going to be dropped by 38 per cent.

Other decisions by ZenithOptimedia and Omnicom has really solidified the fact that the traditional legacy media businesses have never been threatened more than they are right now, and we are witnessing it.

From a conventional perspective the challenge with conventional is obviously you only have one revenue source, separate from the U.S. where they have multiple revenue sources: (a) they have retrans and (b) they have the ability to actually own a studio and produce content and sell that internationally, which we don't here in Canada based on the terms of trade. We are really handcuffed as far as a conventional broadcaster when you only have one revenue source and that revenue source is in serious, serious decline.

When you look at Omni, and I will bring it back to Omni, with the conventional broadcasting business as challenged as it is, the biggest of all those would be Omni because it is the weakest of all the conventional broadcasters. Its advertising revenue when I talked about advertising has gone from \$80 million in 2011 to \$24 million this year with a prediction of \$16 million next year. Even the government has dropped their advertising commitment for Omni from \$14 million in 2011 to \$8 million this year, which is \$6 million.

Omni started in 1979. At that particular time it was a great niche network. Now it is not nearly niche enough. It was interesting because I was at TSN in 1984 when we launched the sports network and people were saying that a sports network, a 24-hour sports network, was way too niche. Now people are saying it might not be niche enough.

Omni has survived over the years on the success of the U.S. programming. That has actually generated the significant amount of revenue so the strip programming that was commonplace at Omni like "The Simpsons" and the shows like "Married with Children" back then drove the revenue which supported and funded the rest of the network.

Unfortunately those are now commonplace on many different SVOD services or many difficult networks so the actual strip programming, and that is what it is called, has really dried up. Again the advertising has been the critical component of that.

Now you are looking at a very challenged environment for Omni. We have arduous conditions of licence where there are 20 different languages that we have to produce. Unfortunately and fortunately for the consumer as well there are so many

faites par les agences de publicité en tant que telles au cours des deux ou trois dernières semaines définissent vraiment le type de problème auquel nous faisons face. La dernière annonce était celle de Microsoft, qui a annoncé que son budget mondial pour la publicité à la télévision, qui est actuellement de 2,5 milliards de dollars, allait être réduit de 38 p. 100.

Les décisions prises par ZenithOptimedia et Omnicom sont vraiment venues confirmer le fait que les médias qui fonctionnent selon l'ancien modèle sont plus menacés que jamais, ce dont nous sommes témoins.

Le problème auquel sont confrontés les radiodiffuseurs ordinaires, c'est évidemment qu'ils n'ont qu'une seule source de revenus, contrairement aux radiodiffuseurs américains, qui eux en ont plusieurs, puisque a) ils ont des possibilités de recyclage et b) ils peuvent être propriétaires d'un studio, produire du contenu et le vendre à l'échelle internationale, ce que nous ne pouvons pas faire au Canada, vu les modalités des échanges commerciaux. Les radiodiffuseurs ordinaires comme nous ont vraiment les mains liées, car ils n'ont qu'une source de revenus et qu'elle est vraiment en chute libre.

Je vais maintenant en revenir à Omni et vous dire que c'est ce radiodiffuseur qui est le plus durement touché par les difficultés dans le secteur, car c'est le moins solide. Ses revenus publicitaires sont passés de 80 millions de dollars en 2011 à 24 millions de dollars cette année, et les revenus prévus pour l'an prochain sont de 16 millions de dollars. Même le gouvernement a réduit la somme qu'il s'était engagé à dépenser en publicité auprès d'Omni, cette somme étant passée de 14 millions de dollars en 2011 à 8 millions de dollars cette année, pour une baisse de 6 millions de dollars.

Omni a été créé en 1979. À l'époque, c'était un excellent réseau spécialisé. Aujourd'hui, il est loin d'être assez spécialisé. Ce qui s'est passé est intéressant, car je travaillais à TSN au moment où ce réseau a été créé, et les gens disaient qu'un réseau diffusant du sport 24 heures sur 24 était un réseau beaucoup trop spécialisé. Aujourd'hui, les gens disent qu'il n'est peut-être plus assez spécialisé.

Omni a survécu pendant un certain nombre d'années grâce au succès de ses émissions américaines. Les émissions créneaux étaient diffusées couramment par Omni à l'époque, et certaines, comme *Les Simpson* et *Mariés, deux enfants* généraient les revenus nécessaires pour subventionner le reste du réseau.

Malheureusement, ces émissions sont aujourd'hui offertes couramment par de nombreux services de vidéo à la demande par abonnement et réseaux complexes, ce qui fait que les émissions créneaux — c'est comme ça qu'on les appelle — ne sont vraiment plus une bonne source de revenus. Encore là, la publicité a été l'élément crucial.

Aujourd'hui, le contexte dans lequel évolue Omni est très difficile. Les conditions de licence sont complexes, car nous devons produire des émissions dans 20 langues différentes. Malheureusement pour Omni, mais heureusement pour les

opportunities for them to get their ethnic programming that didn't exist in the last 15 or 20 years. Rogers itself carries 126 channels dedicated to ethnic programming; Bell carries 136. Again, these didn't exist so many years ago, as well as how many opportunities there are to get programming over the top. When you come in now from a different country it is very easy for you to get your homeland newscast, your homeland information all via the over-the-top services or in fact through one of the cable providers.

Omni is definitely not niche enough. We have to broadcast 20 different ethnic languages and it is simply not viable. We produce newscasts in Cantonese, Mandarin, Punjabi and Italian on a daily basis, and all of those newscasts are losing money cash in, cash out.

When I look at the ethnic over-the-air services and I look at the G20 countries, I think 15 of the ethnic over-the-air services are state-owned. We went back to the CRTC because our licence renewal was in April, and we put forward a number of suggestions and recommendations to the CRTC of how we could try to make Omni more viable. Most of those, if not all of them, of significant importance were declined. We have spoken to the Progressive Conservative Party. We have spoken to the Liberal caucus. We have spoken to the NDP. We have spoken to the CRTC and we now have the opportunity to speak to you.

This is a real challenge. We really have to determine what we are going to do with Omni going forward. I really don't see it as a viable service right now, and I think the government has to decide if they want to continue with an over-the-air ethnic broadcasting channel.

Really, that is where we are. It is that part of the heritage of this country. We have had significant commitment to multicultural programming. We would like to continue with it but at same time we are a profit company and have responsibility to shareholders. As it is right now Omni is seriously threatened.

It is just an informal conversation that I would love to have and hear your opinions and your thoughts, but that is the overview of what is facing Omni right now.

The Chair: Thank you very much.

Susan Wheeler, Vice-President, Regulatory Affairs Media, Rogers Media Inc.: We are happy to answer any questions you might have.

The Chair: I have Senator Plett first on my list.

Senator Plett: Thank you for being here this morning.

consommateurs, ils peuvent aujourd'hui regarder de nombreuses émissions ethniques qui n'existaient pas il y a 15 ou 20 ans. Rogers a 126 chaînes consacrées à la programmation ethnique; Bell, 136. Encore là, il s'agit de choses qui n'existaient pas il y a un certain nombre d'années, pas plus que les nombreuses façons qui existent aujourd'hui d'accéder à la programmation par contournement. Les gens qui viennent d'un autre pays peuvent aujourd'hui très facilement suivre les actualités de leur pays d'origine grâce à tous les services par contournement qui existent ou même par l'intermédiaire de l'un des câblodistributeurs.

Omni n'est clairement pas assez spécialisé. Il faut que nous diffusions des émissions dans 20 langues différentes, et ce n'est tout simplement pas viable. Nous produisons des bulletins d'actualité en cantonais, en mandarin, en pendjabi et en italien chaque jour, et tous ces bulletins d'actualité nous font perdre de l'argent sur toute la ligne.

Je crois que 15 des services de radiodiffusion hertzienne qui diffusent des émissions ethniques dans les pays du G20 sont des sociétés d'État. Nous sommes retournés devant le CRTC, parce que le renouvellement de notre licence se faisait en avril, et nous lui avons présenté un certain nombre de suggestions et de recommandations sur la façon de rendre Omni plus viable. Le CRTC a rejeté la plupart des recommandations d'une certaine envergure, voire toutes. Nous nous sommes adressés au Parti progressiste conservateur, aux libéraux et au NPD. Nous avons discuté avec les gens du CRTC, et maintenant, nous avons l'occasion de discuter avec vous.

La situation est vraiment complexe. Nous devons déterminer ce que nous allons faire d'Omni. Je ne pense pas que ce soit un service viable à l'heure actuelle, et je crois que le gouvernement devra décider s'il souhaite maintenir une chaîne de radiodiffusion hertzienne offrant une programmation ethnique.

Nous en sommes vraiment rendus là. Omni fait partie du patrimoine du pays. Nous nous étions donné pour mission d'offrir une importante programmation multiculturelle. Nous aimerions poursuivre cette mission, mais, en même temps, nous sommes une entreprise à but lucratif, et nous avons des obligations envers nos actionnaires. À l'heure actuelle, Omni est gravement menacé.

Ce que j'aimerais beaucoup, c'est que nous ayons une conversation officieuse et que vous me fassiez part de vos opinions et de vos idées, mais voilà un survol de la situation dans laquelle Omni se trouve à l'heure actuelle.

Le président : Merci beaucoup.

Susan Wheeler, vice-présidente, Affaires réglementaires-Média, Rogers Media Inc. : Nous répondrons à toutes vos questions avec plaisir.

Le président : Le sénateur Plett est premier sur ma liste.

Le sénateur Plett : Merci de vous joindre à nous ce matin.

Mr. Pelley, you said that your competitors were not the CTVs and the Globals of the world and so on and so forth. In your opinion, and obviously this is opinion because you are not working with CBC, who would CBC's competitors be if yours aren't the CBCs and the CTVs? Who would CBC be competing with?

Mr. Pelley: Let's say that they were not our first competitors in CTV and Global. They used to be our primary competitors. Everybody would think you are competing with CTV and Global first. Now when you are talking about advertising the biggest competitors we have are the likes of Google, and when you look at the actual programming the biggest competitor we have on the non-sports side would be Netflix.

From CBC's perspective I can't comment on what they would feel their biggest competitor is but I would say anybody that is acquiring content right now and is taking advertising dollars out of the system would be their competitor. I think that certainly is the likes of the Googles, the Facebooks and so forth.

Senator Plett: When you talk about advertising, and most of your presentation is at least related around advertising, how much advertising would Rogers need to sell to make "Hockey Night in Canada" a viable deal for them?

Mr. Pelley: I think it is not separate. The NHL deal is not simply an advertising deal.

Senator Plett: It is not simply an advertising deal, but obviously you said at the end of your remarks that you were obligated to your shareholders.

Mr. Pelley: Absolutely.

Senator Plett: Clearly you need to make a case, so when Rogers made the deal for the NHL they knew what they needed to do to make that case.

Mr. Pelley: Absolutely, but what I was saying, Senator Plett, is that the NHL is not predicated and the success of the NHL is not predicated on an advertising body. It is a very elaborate deal with the National Hockey League that brings many different revenue sources into the mix, and advertising is but one of those revenue sources.

Hence when I talked about Omni or Conventional they have one revenue source. Our NHL deal has many revenue sources, i.e. Game Centre Live, the centre ice package and the online package. We actually represent the NHL.com. There is subscription revenue. There is advertising revenue. There is a plethora of opportunities to make the NHL package viable.

As well when I look at the NHL we are in week three of 12-year deal, so it would be premature to actually start to look at and analyze the success or lack thereof of the NHL deal at this

Monsieur Pelley, vous avez dit entre autres choses que les CTV et Global de ce monde ne sont pas vos concurrents. Selon vous — et je vous demande simplement votre opinion, bien sûr, puisque vous ne travaillez pas à la CBC —, qui sont les concurrents de la CBC si les vôtres ne sont pas les CBC et les CTV de ce monde? Avec qui CBC est-elle en concurrence?

M. Pelley : Disons que CTV et Global ne sont pas nos principaux concurrents. Ils l'étaient avant. Tout le monde penserait que les principaux concurrents sont CTV et Global. Mais pour ce qui est de la publicité, nos plus importants concurrents sont des entreprises comme Google, et pour ce qui est des émissions en tant que telles, notre principal concurrent en dehors des émissions de sport, c'est Netflix.

Je ne peux pas vous dire à qui les gens de la CBC estiment livrer concurrence au premier chef, mais je dirais que quiconque acquiert du contenu et détourne du système de l'argent consacré à la publicité fait partie de la concurrence. Je pense qu'il s'agit assurément d'entreprises comme Google et Facebook, entre autres.

Le sénateur Plett : Lorsque vous parlez de publicité — et la majeure partie de ce que vous avez dit concernait la publicité ou à tout le moins y était liée —, quelle quantité de publicité faudra-t-il que Rogers vende pour rentabiliser l'émission *Hockey Night in Canada*?

M. Pelley : Il ne s'agit pas d'une émission à part. Le contrat avec la LNH n'est pas un simple contrat de publicité.

Le sénateur Plett : Ce n'est pas un simple contrat de publicité, mais vous avez dit à la fin de votre exposé que vous avez évidemment des obligations envers vos actionnaires.

M. Pelley : Assurément.

Le sénateur Plett : La rentabilité doit simplement être établie, alors, quand Rogers a signé le contrat avec la LNH, c'était en sachant ce qu'il fallait faire pour que ce soit rentable.

M. Pelley : Assurément, mais ce que je disais, sénateur Plett, c'est que le succès des émissions de la LNH ne dépend pas de la publicité. Le contrat avec la Ligue nationale de hockey est très élaboré, et il fait intervenir de multiples sources de revenus, la publicité n'étant qu'une de ces sources.

C'est pour ça que j'ai insisté sur le fait qu'Omni et les autres radiodiffuseurs ordinaires n'ont qu'une seule source de revenus. Notre contrat avec la LNH comporte plusieurs sources de revenus, soit Game Centre Live, l'ensemble Centre Ice et le contenu en ligne. C'est nous qui gérons le site NHL.com. Il y a des revenus d'abonnement. Il y a des revenus de publicité. Il y a toutes sortes de possibilités pour rendre le contrat avec la LNH rentable.

Par ailleurs, pour ce qui est de la LNH, nous en sommes à la troisième semaine d'un contrat de 12 ans, alors il serait prématuré de commencer à examiner et à analyser le degré de succès du

particular time. What I did talk about was premier content and premium content, and that is what the National Hockey League provides us.

Senator Plett: Are your figures public? If I ask you point-blank how much advertising did you sell in the first year of the 12-year package, would you be able to tell us?

Mr. Pelley: If the CRTC requests that then we would be able to submit that.

Senator Plett: But not if I request it.

Mr. Pelley: We are not finished yet. I can tell you right now if in fact the Toronto Maple Leafs make it to the finals, a 30-second commercial is worth about \$100,000. If the Calgary Flames make it to the Stanley Cup final that 30-second spot is worth about \$50,000.

Senator Plett: I think there are a lot of people here who would say we will give you a million dollars if the Toronto Maple Leafs make it to the finals.

Mr. Pelley: We will accept that, gladly.

Senator Plett: I am from Winnipeg and I am hoping that the Jets do a little better this year. They did win yesterday.

You talked about making a number of requests to the CRTC and they basically declined all of your significant requests. Could you tell us what some of those significant requests were?

Ms. Wheeler: I would be happy to do that. The majority of our requests surrounded scheduling flexibility. Right now Omni has blocked time periods within its prime time schedule where it has to air a certain type of programming, whether it is third language or whether it is ethnic origin or Canadian content.

Given that appointment viewing is not as important as it once was in terms of people aren't necessarily gathering around the television at a set time anymore—there is a lot more on-demand viewing; there is a lot more multi-platform viewing—we asked for some greater flexibility in prime time to be able to put on some programming that will drive better audiences, things like “Hockey Night in Canada” in Punjabi and other things like that.

Those we saw as potential revenue drivers that would help us sustain some of the in-house programming that we are doing such as the third language newscast. The feeling was that type of flexibility would remove our requirement to have a consistent programming for ethnic audiences throughout the week, and the CRTC declined to grant those.

contrat avec la LNH à ce moment-ci. Ce dont j'ai parlé, par contre, c'est de contenu de premier ordre et de première qualité, et c'est ce que la Ligue nationale de hockey nous fournit.

Le sénateur Plett : Est-ce que vos chiffres sont publiés? Si je vous demande de but en blanc quelles sont vos ventes de publicité pour la première année du contrat de 12 ans, êtes-vous autorisé à nous le dire?

M. Pelley : Si le CRTC nous le demandait, nous serions en mesure de fournir cette information.

Le sénateur Plett : Mais pas si c'est moi qui vous le demande.

M. Pelley : L'année n'est pas encore terminée. Je peux vous dire dès maintenant que, si les Maple Leafs de Toronto se rendent en finale des séries éliminatoires, un message publicitaire de 30 secondes coûtera environ 100 000 \$. Si ce sont les Flames de Calgary qui se rendent en finale de la Coupe Stanley, un message de 30 secondes coûtera environ 50 000 \$.

Le sénateur Plett : Je pense que beaucoup de gens ici présents vous diront que nous sommes prêts à vous donner 1 million de dollars si les Maple Leafs de Toronto se rendent en finale.

M. Pelley : Nous recevrons cette somme avec joie.

Le sénateur Plett : Je viens de Winnipeg, et j'espère que les Jets s'en tireront un peu mieux cette année. Ils ont gagné hier, en tout cas.

Vous avez dit avoir demandé un certain nombre de choses au CRTC, qui vous a essentiellement refusé tout ce que vous demandiez d'important. Pouvez-vous nous donner des exemples de choses importantes que vous aviez demandées?

Mme Wheeler : Avec plaisir. La majeure partie de ce que nous demandions avait trait à la marge de manœuvre dans la constitution de la grille horaire. En ce moment, Omni a l'obligation de diffuser certains types d'émissions pendant des périodes réservées aux heures de grande écoute, qu'il s'agisse d'émissions dans une langue autre que l'anglais ou le français ou d'émissions à contenu ethnique ou canadien.

Comme l'écoute à des heures fixes n'est pas aussi importante qu'avant, puisque les gens ne se réunissent plus nécessairement autour de la télévision à une heure donnée — il y a beaucoup plus d'écoute à la demande qu'avant; il y a beaucoup plus d'écoute sur de multiples plates-formes —, nous avons demandé une plus grande marge de manœuvre pour les heures de grande écoute afin de pouvoir diffuser des émissions qui attireront plus de gens, des émissions comme *Hockey Night in Canada* en pendjabi, entre autres.

Nous envisagions des émissions de ce genre comme étant des sources de revenus potentielles qui pourraient nous aider à conserver notre programmation interne, par exemple les bulletins de nouvelles dans une troisième langue. Le CRTC a vu là une façon de supprimer notre obligation de diffuser des émissions ethniques pendant toute la semaine, et il a refusé de nous accorder la marge de manœuvre que nous lui demandions.

The other request that we made was to reduce the number of languages and ethnic communities we serve from 20 to 15. Our research tells us that the majority of people are going to single language services. They are not going to multi-language services. We know that is part of our mandate so we weren't trying to back away from that. We were just simply trying to focus the orientation of our programming a bit more, and we were denied that flexibility as well.

Senator Munson: Thank you for being here, Keith.

Our order of reference is about the CBC. We have heard about Omni and the serious problems you have. What is your view just in the general question of where the CBC is at with the slashing of funding, the issues surrounding the CBC and its very survival? Do you think in this world that you are talking about that your competition is all these digital platforms? Where does the CBC fit in this platform now?

Mr. Pelley: First and foremost I would commend Hubert Lacroix on the strategy to move digitally. He articulated the strategy of a mobile and a digital philosophy moving forward. If in fact you don't adapt such a strategy and you remain as a linear broadcaster and don't look at it as creating content in a multi-platform environment then I think it is going to be very challenging.

As far as CBC goes I know that if we had not created a partnership with the CBC they would not be broadcasting "Hockey Night in Canada." There is no question that the sports rights have gone through the roof. You saw what happened last week with TNT, ESPN and ABC with the NBA which somewhat tripled their rights. It went with a \$9 billion deal or a \$24 billion deal over nine years, which is tripling their rights.

I think the National Hockey League was important to have on CBC and from just watching it this weekend, what that did was provide great promotion for "This Hour has 22 Minutes," great promotion for the Rick Mercer show, and some of the other programs that are coming up on CBC. I think CBC's mandate will be to continue to produce high quality Canadian programming but producing it on multiple channels and I think that Mr. Lacroix is developing the strategy.

Senator Munson: But you are profit driven. The CBC in this day and age is not really profit driven but it needs advertising to survive. There is an issue called content that has to be on all of these platforms.

L'autre chose que nous avons sollicitée, c'était une réduction du nombre de langues et de communautés ethniques à qui nous offrons nos services, qui passerait de 20 à 15. D'après nos recherches, la majorité des gens privilégient les services unilingues. Ils ne privilégient pas les services multilingues. Nous savons que cela fait partie de notre mandat, et nous ne cherchons pas à être libérés de cette obligation. Nous cherchons simplement à donner une orientation plus précise à nos émissions, et cette possibilité nous est refusée aussi.

Le sénateur Munson : Merci d'être venu, Keith.

Notre ordre de renvoi concerne Radio-Canada. Nous avons entendu parler d'Omni et des problèmes graves auxquels vous faites face. Quel est votre point de vue sur la question générale de la situation de Radio-Canada dans le contexte de la réduction du financement, des problèmes auxquels la société d'État fait face et de sa survie même? Croyez-vous que, dans le monde que vous évoquez, vos concurrents sont toutes ces plates-formes numériques? Quelle place Radio-Canada occupe-t-elle dans cette plate-forme à l'heure actuelle?

M. Pelley : D'abord et avant tout, je féliciterais Hubert Lacroix d'avoir élaboré une stratégie de transition vers une plate-forme numérique. Il a formulé une stratégie d'avenir tournée vers les plates-formes mobiles et numériques. Les radiodiffuseurs qui continuent de voir les choses de façon linéaire et qui n'envisagent pas leur rôle comme étant un rôle de création de contenu sur de multiples plates-formes vont avoir beaucoup de difficulté, je crois.

Pour ce qui est de CBC, je sais en tout cas que, si nous n'avions pas conclu un partenariat avec CBC, elle ne diffuserait pas l'émission *Hockey Night in Canada*. Il ne fait aucun doute que les droits liés aux sports ont explosé. Vous avez vu ce qui s'est passé la semaine dernière dans le cas de TNT, d'ESPN et d'ABC avec la NBA, qui a à peu près fait tripler leurs droits. La NBA a conclu un contrat de 9 milliards de dollars ou de 24 milliards de dollars sur neuf ans, c'est-à-dire que les droits ont triplé.

Je crois qu'il était important de diffuser les matchs de la Ligue nationale de hockey à CBC, et, si vous avez regardé CBC en fin de semaine dernière seulement, vous avez pu constater que nous avons fait de l'excellente promotion pour *This Hour has 22 Minutes*, de l'excellente promotion pour l'émission de Rick Mercer et pour d'autres émissions qui s'en viennent à la CBC. Je pense que le mandat de la CBC va être de continuer à produire des émissions canadiennes de grande qualité, mais sur de multiples chaînes, et je crois que M. Lacroix est en train d'élaborer la stratégie nécessaire.

Le sénateur Munson : Mais l'organisation que vous dirigez est à but lucratif. Actuellement, Radio-Canada n'a pas vraiment à faire des profits, mais elle a besoin de la publicité pour survivre. Il y a un problème qui tient au fait que le contenu doit se retrouver sur toutes ces plates-formes.

Do you see CBC playing any role since you said it is a serious problem that on all these ethnic programs and all these channels for you to survive may be very difficult, at least on Omni, while the rest is a lot of gravy? There is TSN1, TSN2, TSN3, TSN 4 and 5. Do you see anything for the CBC?

Mr. Pelley: A lot of those have the same type of programming.

Senator Munson: But do you see another aspect of the CBC that could take up some of that ethnic programming and having another avenue of content programming? We are living in this vast age of, as you say, digital media and things are moving fast and people are thinking fast but I don't know if they are understanding fast in terms of content that is out there. One thing the CBC has done over a long period of time traditionally is provided Canadian content and interesting content to the public.

I grant it having worked at CTV it is not the same, but a lot of the networks look the same. Can CBC survive in this present environment with good content that may come from ethnic programming and that may come from Canadian-produced content?

Mr. Pelley: It is interesting because I think good content and good brands are going to sustain over time. In going through the "Let's Talk TV" hearing there was a lot of discussion regarding pick and pay and so forth. At the end of the day in a pick and pay world I think the broadcaster that is producing the most compelling content available on multiple platforms will be successful. I think CBC has been very successful over the years in terms of giving Canadians good quality Canadian programming that is not available anywhere else. I think that programming now moving to multiple platforms will give them an opportunity to monetize it in ways they haven't done before, and that is the strategy Mr. Lacroix is following.

Senator Munson: I have one other question and thank you for that. You talked about all of this advertising revenue that Senator Plett was talking about, the millions. I put down some figures here. It is amazing. We are living in a pretty strong economy, a reasonably strong economy. Where is all that money going that has disappeared? Are the advertisers not advertising anymore? Are they not spending that much anymore? What has happened with that?

Mr. Pelley: They are spending it. They are not spending it with traditional media businesses anymore. We have a publishing division and publishing is down 14 per cent. You read what happened with the *National Post* last week. There is just such an opportunity for advertisers to look at so many different ways.

When you think about the "Donnie and Marie Show" which used to have a 60 share, it was the only place to buy. One of the broadcast legends, Rick Brace, used to say — it was a great

Est-ce que vous pensez que Radio-Canada pourrait avoir un rôle à jouer, étant donné que vous avez dit que la survie de toutes ces émissions ethniques et de toutes ces chaînes pourrait être très difficile, à tout le moins celle d'Omni, alors que tout le reste est facile? Il y a TSN 1, TSN 2, TSN3, TSN 4 et 5. Est-ce qu'il y a un rôle quelconque à jouer pour Radio-Canada?

M. Pelley : Toutes ces chaînes diffusent le même type d'émissions.

Le sénateur Munson : Mais voyez-vous une autre possibilité pour Radio-Canada, c'est-à-dire reprendre une partie de cette programmation ethnique et avoir un autre volet de programmation? Aujourd'hui, les médias numériques, comme vous dites, sont très répandus, et les choses vont vite, les gens pensent vite, mais je ne sais pas s'ils comprennent vite pour ce qui est du contenu qui existe. Une chose que Radio-Canada fait depuis longtemps, c'est d'offrir du contenu canadien et du contenu intéressant au public.

Je vous accorde, pour avoir travaillé à CTV, que ce n'est pas la même chose, mais beaucoup de réseaux se ressemblent. Est-ce que Radio-Canada peut survivre dans le contexte actuel en ayant un bon contenu pouvant prendre la forme d'émissions ethniques et de contenu produit au Canada?

M. Pelley : Ce que vous dites est intéressant, car je crois que le bon contenu et les bonnes marques vont résister à l'épreuve du temps. J'ai feuilleté la transcription des audiences « Parlons télé », et les gens ont beaucoup parlé de la télévision à la carte et de choses de ce genre. Au bout du compte, dans un monde de télévision à la carte, je pense que le radiodiffuseur qui produit le contenu le plus attrayant et qui le rend accessible sur de multiples plates-formes triomphera. J'estime que Radio-Canada a réussi depuis de nombreuses années à offrir aux Canadiens une programmation canadienne de bonne qualité qu'ils ne retrouvent pas ailleurs. Je pense que la transition de cette programmation vers de multiples plates-formes va être l'occasion pour Radio-Canada de tirer profit du contenu qu'elle offre de nouvelles manières, et c'est la stratégie que M. Lacroix applique.

Le sénateur Munson : Merci de votre réponse. J'ai une dernière question. Vous avez parlé de tous ces revenus publicitaires qu'évoquait le sénateur Plett, les millions de dollars consacrés à la publicité. J'ai noté quelques chiffres. C'est incroyable. L'économie est assez forte en ce moment. Où est allé tout cet argent qui a disparu? Les annonceurs n'ont-ils plus de publicité à diffuser? Ne dépensent-ils plus autant d'argent? Qu'est-ce qui s'est passé?

M. Pelley : Ils dépensent l'argent, mais ils ne le dépensent plus auprès des médias ordinaires. Nous avons une division d'édition, et l'édition est en baisse de 14 p. 100. Vous avez lu ce qui s'est passé au *National Post* la semaine dernière. Les annonceurs ont tellement de choix maintenant.

Si on repense à l'émission *Donnie et Marie*, qui avait à l'époque une part de 60 p. 100, c'était la seule émission pendant laquelle acheter de la publicité. Rick Brace, qui est une légende de la

quote—that nobody ever got fired for buying “Hockey Night in Canada.” I would say now from an agency perspective that nobody would ever get fired for buying Google.

Where they are going, Senator Munson, is beyond the traditional legacy businesses. The transition to digital is significant, and the likes of when you used to go down to meet all the agencies, it would be either Global, CTV or City.

Now right behind us are the likes of Facebook, Google and Yahoo that didn't exist. These are real players taking significant dollars out of the marketplace. The overall market is not shrinking. It is actually expanding. It is just that the traditional businesses are being threatened.

Senator Unger: Thank you for your presentations. You mentioned in your comments that you had two different requests for the CRTC and they declined both requests. Did they really understand what your needs are?

Mr. Pelley: I think they understood them very well. Susan and I met with the Chair probably close to a year ago and outlined the challenges that we are having with Omni and how the industry has changed so dramatically.

I think the CRTC was definitely made aware of the challenges and certainly I believe that we articulated our requests very well.

Ms. Wheeler: Just to clarify, too, we did have more than two requests. I guess those were the two that we saw as the largest revenue opportunities for the station.

Senator Unger: You also said that single language services are what people are moving to. How will that play out in your present situation with Omni and all of the channels that you cover?

Mr. Pelley: I think it is safe to say that Omni's future is definitely up in the air. As I said, the challenge of the opportunity for people to get content from their country is significant. As well the way the millennials, the younger generation of 18 to 34, are coming into our country and are acclimatizing is completely different.

Our research shows that they speak their native tongue in the home and they speak English out of home. Most of their content they view now is in English and if they want content from their homeland they can find that over the top in a very easy way. It is very simple if you want to go online and find content from your own country or you can subscribe to one of the other channels, as opposed to when you look at Omni and it has 20 different languages that it has to broadcast. What exactly is which language on? When is the Portuguese show on? It is far easier

radiodiffusion, disait brillamment que personne n'avait jamais été congédié pour avoir acheté de la publicité pendant l'émission *Hockey Night in Canada*. Aujourd'hui, je dirais que personne ne sera jamais renvoyé d'une agence de publicité pour avoir acheté de la publicité auprès de Google.

Ce que les annonceurs font, sénateur Munson, c'est qu'ils font affaire avec d'autres entreprises que celles qui suivent l'ancien modèle. La transition vers le numérique est marquée, et, avant, toute la publicité était diffusée à Global, CTV ou City.

Aujourd'hui, elle est diffusée par des entreprises comme Facebook, Google et Yahoo, qui n'existaient pas auparavant. Ce sont eux les vrais joueurs qui accaparent des sommes importantes sur le marché. Le marché dans son ensemble n'est pas en contraction. Il est en expansion, en fait. C'est simplement que les entreprises fondées sur l'ancien modèle sont menacées.

La sénatrice Unger : Merci de vos exposés. Vous avez mentionné tout à l'heure que vous avez adressé deux demandes différentes aux représentants du CRTC et qu'ils les ont rejetées toutes les deux. Ont-ils bien compris vos besoins?

M. Pelley : Je pense qu'ils les ont très bien compris. Susan et moi avons rencontré le président du CRTC il y a près d'un an, peut-être, et nous lui avons expliqué les difficultés avec lesquelles Omni est aux prises et les changements spectaculaires qui sont survenus au sein de l'industrie.

Je pense que le CRTC a assurément été mis au courant des difficultés, et, chose certaine, j'estime que nous avons très bien formulé nos demandes.

Mme Wheeler : J'ajouterais simplement que nous en avons présenté plus que deux. Disons que les deux dont nous avons parlé étaient celles pour lesquelles nous envisagions les possibilités de revenu les plus importantes pour la station.

La sénatrice Unger : Vous avez dit aussi que les gens utilisent de plus en plus des services unilingues. Quelles vont être les conséquences de cela, vu la situation actuelle d'Omni et le grand nombre de chaînes que vous offrez?

M. Pelley : Je pense qu'on peut dire sans craindre de se tromper que l'avenir d'Omni est incertain. Comme je le disais, le problème que crée la possibilité pour les gens d'accéder à du contenu provenant de leur pays d'origine est important. En outre, la façon dont les enfants du millénaire, la jeune génération des 18 à 34 ans, s'acclimatent à notre pays est complètement différente de celle des générations précédentes.

Selon nos recherches, ils parlent leur langue maternelle à la maison et l'anglais à l'extérieur. La majeure partie du contenu qu'ils regardent est en anglais, et s'ils veulent du contenu provenant de leur pays d'origine, ils peuvent le trouver très facilement en utilisant un service par contournement. Il est très simple d'aller en ligne si on veut et de trouver du contenu provenant de son pays d'origine, ou encore de s'abonner à l'une des autres chaînes, plutôt que de regarder Omni, qui doit diffuser des émissions dans 20 langues différentes. À quel moment

just to go online. People now want to watch what they want, when they want and how they want, especially the millennial generation. Like I said, I don't believe Omni is now niche enough.

Senator Unger: How are your reporters coping with all of this? Do you have them out selling advertising as well as doing their other jobs? They would be impacted, I would think.

Mr. Pelley: There is no question. Unfortunately we have had to make like a number of other traditional media businesses significant cuts over the last couple of years. The question now is, again, that we produce four newscasts in four different languages. I think everyone who works on those newscasts is worried about the future of Omni as they see the revenue continuing to decline.

Senator Housakos: At some point Omni was a very profitable operation. At what point did that decline begin? Are you at a point now where your losses are just too significant or when do you think you will get to that point?

Mr. Pelley: I think the big turning point was in 2012 when we started to see the real structural advertising change. As in any business when you go from \$80 million in ad revenue to a predicted \$16 million next year, that is more than significant.

I think, senator, what you do at first in any business, and that is what we have done in Omni, is that you cut costs. Then there becomes a point where you can't cut any more costs. We are getting very close to that point where unfortunately the U.S. programming which was highly profitable ten years ago isn't now. We have stripped off the U.S. programming on Omni as much as we possibly can and tried to minimize the losses. If it continues to erode, and I am not sure exactly when that would happen—it is in serious trouble.

Senator Housakos: For ethnic TV are your ratings monitored the same way as you would English and French television? How do you do your BBMs?

Mr. Pelley: It is a massive challenge.

Ms. Wheeler: Yes. Obviously Omni is subject to the same currency measurement systems as all traditional mainstream broadcasters. As a result BBM or Numeris, as it is now called, has sample audiences that they use to base the currency. We believe, and it has been well established, those samples are significantly underrepresented when it comes to ethnic communities. It is not really capturing the full extent of the audiences that are watching.

exactement les émissions dans une langue donnée passent-elles? Quand l'émission en portugais passe-t-elle? Il est beaucoup plus facile d'aller sur Internet. Les gens veulent regarder ce qu'ils veulent, quand ils veulent et comme ils veulent, surtout des gens de la génération du millénaire. Comme je le disais, je pense qu'Omni n'est plus assez spécialisé.

La sénatrice Unger : Comment vos journalistes composent-ils avec tout cela? Leur demandez-vous de vendre de la publicité en même temps qu'ils s'acquittent de toutes leurs autres tâches? Cette situation doit avoir des répercussions sur eux, j'imagine.

M. Pelley : Cela ne fait aucun doute. Malheureusement, comme de nombreux autres médias ordinaires, nous avons dû procéder à des compressions importantes au cours des dernières années. Le problème, encore une fois, c'est que nous produisons quatre bulletins de nouvelles en quatre langues différentes. Je pense que tous les gens qui participent à l'élaboration de ces bulletins de nouvelles craignent pour l'avenir d'Omni lorsqu'ils voient que les revenus continuent de diminuer.

Le sénateur Housakos : Omni a déjà été très rentable. Quand est-ce que les revenus ont commencé à diminuer? Est-ce que vos pertes sont déjà trop importantes? Sinon, à quel moment pensez-vous qu'elles le deviendront?

M. Pelley : Je pense que le moment charnière, c'était en 2012, lorsque nous avons commencé à voir le vrai changement structurel se produire dans la publicité. Passer de revenus publicitaires de 80 millions de dollars à des revenus prévus de 16 millions de dollars pour l'an prochain n'est négligeable pour aucune entreprise.

Monsieur le sénateur, ce que toutes les entreprises commencent par faire, je crois, c'est de réduire les coûts, et c'est ce que nous avons fait. Puis il vient un moment où on ne peut plus le faire. Nous arrivons malheureusement au moment où les émissions américaines, qui étaient très rentables il y a 10 ans, ne le sont plus. Nous avons dégraissé la programmation américaine d'Omni le plus possible en tentant de réduire les pertes au minimum. Si elle continue de s'éroder — et je ne sais pas exactement quand cela se produira —, elle est vraiment menacée.

Le sénateur Housakos : Pour la télévision ethnique, est-ce que vos cotes d'écoute sont déterminées de la même façon que pour la télévision en anglais et en français? Comment faites-vous vos sondages BBM?

M. Pelley : C'est extrêmement difficile.

Mme Wheeler : Oui. Évidemment, Omni est soumis aux mêmes systèmes de mesure de l'écoute que tous les grands radiodiffuseurs. Ainsi, BBM ou Numeris, qui est le nouveau nom, utilise des échantillons de l'auditoire pour établir l'écoute. Nous croyons que les communautés ethniques sont fortement sous-représentées dans ces échantillons, ce qu'on a bien démontré. Les échantillons ne prennent pas la pleine mesure des auditoires réels.

However we can talk until we are blue in the face. The advertisers will say that more people are actually watching than what the measurement systems are showing, but at the end of the day they need to put their money where they are assured there are audiences. It takes more than just our word for it.

There are different new developments coming up. There is the box technology that we can use to demonstrate to advertisers. That is an ongoing market or a developing market and there is a number of policy and privacy issues that need to be resolved before those can actually really be used as a form of selling advertising, but it is unclear whether that market will develop in time enough to be able to help services like Omni.

Senator Housakos: On your \$20 million of revenue, how much of that will come in from Rogers head office kind of thing, national advertisers that are across-the-board advertisers? What percentage of the advertising comes in from community-specific advertising?

Mr. Pelley: It will be about \$12 million nationally and about \$6 million for next year locally.

Senator Housakos: Another very significant drop I assume is local community advertising for any specific planning.

Mr. Pelley: Sure. Radio right now is holding its own and even for small businesses there are a lot of opportunities. Everyone wants to spend some of their money on search optimization. Nobody does a business plan without that. Again, that wasn't available some time ago.

Senator Housakos: I appreciate all that information as a backdrop to the next question I have. Historically around the globe broadcasting was always linked and intertwined to culture. There was always this view that whatever comes across on TV and on radio was considered culture. To go back to the specifics of the CBC, many, many years ago we determined that the government be given a mandate in order to promote and protect Canadian content, Canadian culture, against that big elephant to the south, which was understandable and is still understandable.

But right now I think the big challenge to protecting and promoting communications of culture has nothing to do now with the big powerful elephant to the south. It has to do with the fact that communication barriers have gone down and we live in a fluid, global communication environment.

Mr. Pelley: You are competing globally, yes.

Senator Housakos: I listened to your testimony. My mom who was an immigrant to this country from Greece in the 1950s historically had listened to local Greek radio every Sunday, and she would listen to her local Greek channel in Montreal. Now she is listening to two Greek channels being fed in overseas.

Cependant, nous pouvons nous égosiller là-dessus, il reste que, même si les annonceurs diront que le nombre de personnes qui regardent une émission est plus élevé que ce qu'indiquent les systèmes de mesure, au bout du compte, ils doivent investir là où ils sont sûrs qu'il y a un public. Notre parole ne suffit pas à ce chapitre.

Diverses choses nouvelles s'en viennent. Il y a la technologie du guichet, que nous pourrions utiliser pour prouver ce que nous avançons aux annonceurs. C'est un marché en développement, et un certain nombre de problèmes liés aux politiques et au respect de la vie privée doivent être réglés avant que cette technologie puisse vraiment être utilisée pour vendre de la publicité, mais on ne sait pas très bien si le marché va se développer assez rapidement pour pouvoir être utile à des services comme Omni.

Le sénateur Housakos : Au sujet de vos revenus de 20 millions de dollars, quelle proportion de cette somme viendra du siège social de Rogers, disons, d'annonceurs nationaux qui annoncent partout? Quelle proportion de la publicité est communautaire?

M. Pelley : Ce sera environ 12 millions de dollars à l'échelle nationale et environ 6 millions de dollars localement l'an prochain.

Le sénateur Housakos : Je présume qu'une autre diminution très importante, c'est celle de la publicité communautaire pour toute planification précise.

M. Pelley : Certainement. Actuellement, la radio se maintient, et il y a beaucoup de possibilités même pour les petites entreprises. Tout le monde veut consacrer une partie de son argent à l'optimisation des moteurs de recherche. Personne ne rédige de plan d'affaires sans cela. Encore là, c'est quelque chose qui n'existait pas il y a quelque temps.

Le sénateur Housakos : Je suis content que vous nous parliez de tout cela, car c'est un bon contexte pour ma prochaine question. Avant, la radiodiffusion était toujours liée à la culture et en faisait partie, partout dans le monde. On considérait toujours que ce qui passait à la télévision et à la radio faisait partie de la culture. Pour en revenir à Radio-Canada, il y a de très nombreuses années de cela, nous avons décidé de confier au gouvernement le mandat de promouvoir et de protéger le contenu canadien, la culture canadienne, contre notre imposant voisin du Sud, ce qui était compréhensible à l'époque et est encore sensé aujourd'hui.

Aujourd'hui, cependant, je crois que le grand défi de la protection et de la promotion de la culture n'a plus rien à voir avec notre puissant voisin. Il tient plutôt au fait que les obstacles à la communication n'existent plus et que nous vivons dans un monde de communication fluide et mondiale.

M. Pelley : La concurrence est mondiale, oui.

Le sénateur Housakos : J'ai écouté votre témoignage. Ma mère est arrivée de la Grèce dans les années 1950 et, avant, elle écoutait la radio grecque locale tous les dimanches, et c'était une station grecque de Montréal. Maintenant, elle écoute deux stations grecques d'outre-mer.

Mr. Pelley: Sure.

Senator Housakos: It has got to the point now where I go over to the house and visit her sometimes and those channels have set up segmented hours where Greek broadcasting of Canadian news is being done. They are actually adopting their broadcasting to their clientele overseas. They want to watch their shows and listen to that language and they will feed them Canadian news in Greek, which I found remarkable.

I am looking at this and I am trying to determine: what is a newscast? Is it Greek content or is it Canadian content in Greek? This is really going to be a big challenge for the government to determine how to deal with this. My question going forward is: At the end of the day how do we combat the fact that people decide where they go with their eyeballs these days and their ears, and advertisers are chasing those eyeballs and those ears?

That is a challenge for you guys. You are in the business of making money. We are trying to evaluate the future of the CBC, and the CBC right now has two challenges. They are losing eyeballs. They are losing ears. They are losing revenue. The question fundamentally that we ask as a government is: Do we continue to tax the people whose eyeballs and ears are going elsewhere? Do we keep taking their money out of their pocket and putting it in that institution?

That is a very broad question. I would like an answer to it.

Mr. Pelley: That is a decision. As far as the CBC and what the government decides to do would be something I would leave to your capable hands after your full analysis. All I know is that think we have an announcement again tomorrow with the CBC.

We continue to work closely with them. We have now done two pro quos in the last year with the CBC on Canadian content. Again it comes back to my original comment. I look at CBC at this particular time as a partner, not as a competitor. Ten years ago you would have looked at them as a competitor. They were the ones taking advertising. You were battling for advertising dollars. You were battling for ratings. Ratings are nothing more than a form of currency.

We have announced that we are launching an SVOD service called "Show me." Who are we doing that with? Shaw. It is interesting that the traditional legacy businesses are now working closely together to combat and to compete against the over-the-top services that obviously are not regulated at this time in the marketplace. I would say "at this time: in a relatively loud voice.

M. Pelley : Voilà.

Le sénateur Housakos : Je lui rends visite parfois, et c'en est rendu au point où ces chaînes diffusent des actualités canadiennes en grec à certaines heures particulières. Elles adaptent leur programmation en fonction de leur clientèle d'outre-mer. Les gens veulent regarder leurs émissions et écouter leur langue, et les chaînes en question leur offrent des actualités canadiennes en grec, ce que je trouve remarquable.

Je me demande ce qui constitue un bulletin de nouvelles? S'agit-il de contenu grec ou de contenu canadien présenté en grec? Le gouvernement va avoir beaucoup de difficulté à décider de la manière dont il s'attaquera au problème. Ma question concernant l'avenir est la suivante : au bout du compte, comment pouvons-nous réagir au fait que les gens choisissent ce qu'ils regardent, et que les annonceurs essaient de trouver ce qu'ils vont regarder et ce qu'ils vont écouter?

C'est un défi pour vous. Votre objectif, c'est la rentabilité. Nous essayons d'envisager l'avenir de Radio-Canada, et, à l'heure actuelle, la société d'État fait face à deux problèmes. Elle perd des téléspectateurs. Elle perd des auditeurs. Elle perd des revenus. La question fondamentale que nous posons à titre de représentants du gouvernement est la suivante : devons-nous continuer de taxer les gens s'ils écoutent et regardent autre chose? Devons-nous continuer de prendre de l'argent dans leurs poches pour subventionner Radio-Canada?

C'est une question très vaste. J'aimerais avoir une réponse.

M. Pelley : C'est une décision qui doit être prise. Pour ce qui est de ce que le gouvernement décidera de faire de Radio-Canada, je m'en remettrais à vous pour prendre une décision éclairée après avoir effectué une analyse approfondie. Tout ce que je sais, c'est que Radio-Canada va faire encore une annonce demain.

Nous continuons de collaborer étroitement avec Radio-Canada. Nous lui avons fourni du contenu canadien sans contrepartie à deux reprises au cours de la dernière année. Je reviens encore une fois à ce que j'ai dit au début. À ce moment-ci, je vois Radio-Canada comme un partenaire, et non comme un concurrent. Il y a 10 ans, on aurait considéré la société d'État comme étant un concurrent. C'était elle qui accaparait la publicité. On se battait pour les revenus publicitaires. On se battait pour les cotes d'écoute. Ces cotes d'écoute ne sont pas autre chose qu'une monnaie d'échange.

Nous avons annoncé le lancement d'un service de vidéo à la demande par abonnement qui s'appelle Show me. Avec qui le lançons-nous? Avec Shaw. Il est intéressant de voir que les entreprises structurées selon l'ancien modèle travaillent maintenant plus étroitement ensemble pour livrer concurrence aux services par contournement, qui, évidemment, ne sont pas encore réglementés sur le marché. J'insisterais assez fortement sur les mots « pas encore ».

Senator Eggleton: Good morning. You mentioned that advertising is as big a pot as it has been but that it is spread over more platforms now. When the CBC lost “Hockey Night in Canada” it lost a fair bit of revenue.

It is a question mark as to the revenue they have now, and particularly I am thinking of the main station as opposed to the news world station or whatever it is called. It costs a bit of money to chase that advertising. Is it worth it, I wonder. Of course the private sector organizations have in the past complained about the competition coming from a public broadcaster, a subsidized public broadcaster.

Is it something that should be considered, that the CBC should get away from advertising? They haven’t had advertising traditionally on radio, although that may be changing. Should they get out of the advertising business?

Mr. Pelley: Again it is very difficult for me to comment on that without understanding all facets of CBC’s business. I know that they still have a very robust advertising department and again after tomorrow’s announcement they wouldn’t be able to announce what they are announcing tomorrow and provide to Canadians without having advertising.

It is tough for me to comment on whether they should or should not be in the advertising market, but in their current model of producing programming that is really designed to satisfy Canadians and draw ratings as I said ratings are a form of currency. If they are producing shows that draw significant ratings across multiple platforms then monetizing it through advertising will be the key focus for them.

Senator Eggleton: I think Senator Housakos said there are less eyeballs now on the CBC. Why do you think that is?

Mr. Pelley: I just think competition. I think competition overall. I don’t even know what year it was or where that came from but as I said back in the 1970s and 1980s it was very easy to garner large audiences because there were only four or five different stations. I look at a lot of it through the eyes of my 11-year-old boy who doesn’t watch linear television. The concept of his sitting and watching an NHL game on a Saturday night with me and watching all three hours would be unheard of. He might watch the first period or something as opposed to when we were 11 that was the only option we had. There was no such thing as Sony PlayStations, Xboxes and online games.

I think it is nothing more than the whole thing in terms of eyeballs is competition. Just think about how many specialty networks there are out there now compared to what there were ten years ago.

Le sénateur Eggleton : Bonjour. Vous avez mentionné que les revenus publicitaires sont plus importants que jamais, mais qu’ils sont maintenant répartis sur un plus grand nombre de plates-formes. Lorsque CBC a perdu l’émission *Hockey Night in Canada*, elle a perdu passablement de revenus.

Cela soulève une question par rapport au revenu dont elle dispose actuellement, et je pense plutôt à la chaîne principale qu’à la chaîne News World, si c’est comme ça qu’on l’appelle. Obtenir cette publicité a coûté pas mal d’argent. Je me demande si cela vaut la peine. Évidemment, le secteur privé s’est déjà plaint de la concurrence venant d’un radiodiffuseur public subventionné.

Devrait-on envisager la possibilité que Radio-Canada délaisse la publicité? La société d’État n’a jamais diffusé de publicité à la radio, mais c’est peut-être en train de changer. Devrait-elle se retirer du marché de la publicité?

M. Pelley : Encore une fois, il est très difficile pour moi de dire quelque chose là-dessus sans comprendre tous les aspects des affaires de Radio-Canada. Je sais que son service de la publicité est encore très important et qu’elle ne pourrait pas faire l’annonce qu’elle va faire demain s’il n’y avait pas de publicité.

Il est difficile pour moi de vous dire si Radio-Canada devrait être présente dans le marché de la publicité ou non, mais dans le contexte de son modèle actuel de production d’émissions qui sont vraiment conçues pour plaire aux Canadiens et obtenir de bonnes cotes d’écoute... comme je le disais, les cotes d’écoute sont une monnaie d’échange. Si elle produit des émissions qui obtiennent de bonnes cotes d’écoute sur plusieurs plates-formes, elle se concentrera sur leur rentabilisation au moyen de la publicité.

Le sénateur Eggleton : Je pense que le sénateur Housakos a dit que Radio-Canada avait moins de téléspectateurs qu’avant. Pourquoi en est-il ainsi selon vous?

M. Pelley : Je pense que c’est simplement une question de concurrence. Je ne sais même pas en quelle année et d’où la concurrence est venue, mais, comme je le disais, dans les années 1970 et 1980, il était très facile d’attirer un vaste auditoire, puisqu’il n’y avait que quatre ou cinq postes différents. J’envisage la situation en grande partie du point de vue de mon fils de 11 ans, qui ne regarde pas la télévision de façon linéaire. Pour lui, l’idée de s’asseoir avec moi un samedi soir pour regarder un match de la LNH au complet lui est tout à fait étrangère. Il se peut qu’il regarde la première période, disons, alors que, lorsque nous avions 11 ans, c’était la seule possibilité qui s’offrait à nous. Il n’y avait pas de PlayStation, de Xbox et de jeux en ligne.

Je pense que tout cela tient à la concurrence. Il n’y a qu’à penser à tous les réseaux spécialisés qui existent aujourd’hui, comparativement à ce qui existait il y a 10 ans.

Senator Eggleton: So more choices of entertainment not only just on visual platforms but I guess entertainment in general.

Mr. Pelley: Sure. You have probably not heard of Dude Perfect or Brodie Smith but Brodie Smith is a Frisbee trick artist. When he does a new video he posts it on YouTube. His last one I think had seven million impressions. It is amazing how you can get your content and how people are consuming content now. It has nothing to do with the quality of programming, although the only thing that is going to matter going forward is how strong and compelling that programming is to multiple demographics.

Senator Eggleton: How important is it to continue having a public broadcaster, a public broadcasting system in this country? Perhaps Senator Housakos doesn't think the entertainment industry from the United States is still quite as big and powerful. I think it very much is. We were trying to tell our Canadian stories. How important is it to continue to have a public broadcaster?

Mr. Pelley: I think it is very important but again that is not for me to comment on. That is for you and the government to decide but I think the CBC does a terrific job in bringing Canadians together in many different ways.

The Olympics is an example where it left CBC for a couple years in 2010 and 2012 and now is back at the CBC. There is no question the way that the CBC embraces Canadian stories is something that traditional private broadcasters don't do with the same vengeance.

Senator Housakos: I have a supplementary question to Senator Eggleton's question which I think was really right on the money. I just want to raise it in a different way. In the last decade consistently the CBC's ratings have gone down, especially the CBC's English ratings.

Mr. Pelley: Now I am convinced this has nothing to do with Omni.

Senator Housakos: No, but it has to do with the industry and you have a really clear understanding of the industry. Your opinion is as important as anybody else's, and probably more so because of your background and experience. The ratings are down; the revenue was down. The point I was trying to make before is that the United States is not less important as a cultural power in the world. What I am saying is that it is not the only person intruding on us.

As ratings went down and revenue went down in the CBC over the last decade, are we any less Canadian today than we were ten years ago from your perspective as somebody in the broadcasting industry?

Le sénateur Eggleton : Il y a tellement plus de choix de divertissement qu'avant, non seulement sur les plates-formes visuelles, mais sur les plates-formes de divertissement général, disons.

M. Pelley : Voilà. Vous n'avez probablement jamais entendu parler de Dude Perfect ni de Brodie Smith, mais Brodie Smith est un virtuose du frisbee. Lorsqu'il fait une nouvelle vidéo, il l'affiche sur YouTube. Je pense que son dernier vidéo a été vu 7 millions de fois. Les façons d'accéder au contenu et celles dont les gens consomment le contenu aujourd'hui sont incroyables. Cela n'a rien à voir avec la qualité des émissions, quoique la seule chose qui comptera à l'avenir, c'est la force et l'attrait des émissions pour de multiples tranches de la population.

Le sénateur Eggleton : À quel point est-il important qu'il continue d'y avoir un radiodiffuseur public, un réseau de radiodiffusion public au pays? Le sénateur Housakos ne pense peut-être pas que l'industrie du divertissement des États-Unis est aussi importante et puissante qu'avant, mais je pense qu'elle l'est. Nous essayons de raconter nos histoires canadiennes. À quel point est-il important qu'il continue d'y avoir un radiodiffuseur public?

M. Pelley : Je pense que c'est très important, mais, encore là, ce n'est pas à moi d'en parler. C'est à vous et au gouvernement de décider, mais je pense pour ma part que Radio-Canada fait de l'excellent travail pour ce qui est d'établir des liens entre les Canadiens de nombreuses façons différentes.

Prenons l'exemple des Jeux olympiques, qui ont été diffusés ailleurs qu'à Radio-Canada en 2010 et en 2012, mais qui sont maintenant de retour sur cette chaîne. Il ne fait aucun doute que les radiodiffuseurs privés ne racontent pas les histoires canadiennes avec autant de mordant que Radio-Canada.

Le sénateur Housakos : J'ai une question complémentaire pour faire suite à cette question très juste du sénateur Eggleton. Je voudrais simplement reposer la même question d'une manière différente. Au cours des 10 dernières années, les cotes d'écoute de Radio-Canada et de CBC diminuent, et surtout celles de CBC.

M. Pelley : Maintenant je suis convaincu que cela n'a rien à voir avec Omni.

Le sénateur Housakos : Non, mais cela a à voir avec l'industrie, et vous avez une très bonne compréhension de l'industrie. Votre opinion compte autant que celle de quiconque, et probablement même plus, étant donné votre bagage et votre expérience. Les cotes d'écoute diminuent, et les revenus aussi. Ce que j'essayais de dire tout à l'heure, ce n'est pas que les États-Unis ne sont plus une puissance culturelle aussi importante qu'avant dans le monde. Ce que je dis, c'est que ce n'est plus le seul intrus dans notre existence.

Les cotes d'écoute et les revenus de Radio-Canada ayant diminué au cours des 10 dernières années, sommes-nous moins Canadiens aujourd'hui que nous ne l'étions il y a 10 ans selon vous, de votre point de vue de personne travaillant dans l'industrie de la radiodiffusion?

Mr. Pelley: I think the Americans have certainly proven over the years that they are very, very patriotic. We made significant steps in celebrating our own stories and rallying together in the 2010 Olympics where we kind of galvanized the nation. I think, though, that what transpired this weekend in how we in a very elegant way handled the tragedy of what happened in Ottawa through the CBC was very important. It is important to our culture and it is part of the fabric of who we are. I still think that Canadians need to stand up and be a little bit more patriotic. I certainly think CBC provides that platform.

Senator Unger: Thank you for your answer and I will just state for the record that this gentleman would be an outstanding candidate for politics.

The Chair: In Quebec most politicians come from CBC.

Senator Housakos: That is true.

Senator MacDonald: I thank the witnesses for being here this morning. Mr. Pelley, I want to tap into your experience in private sector advertising. I am going to go back to CBC because that is what we are studying.

You mention that you believe CBC is a partner, not a competitor, but as far as hockey is concerned CBC is really a subsidiary now of Rogers in many respects. The loss of hockey was a big revenue hit, a big cultural loss for them and probably a big psychological loss.

When I looked at those negotiations that CBC entered into over hockey I was shocked at the fact that CBC had an enormous reach into people's homes much greater across the country than Rogers. They gave up their air time for hockey for free to Rogers in those negotiations.

If you had negotiated on behalf of CBC would you have been this submissive when it came to this particular strength and CBC be accused of poorly managing their advantage?

Mr. Pelley: No. I think two things: First of all you have to understand the way that the NHL negotiations went down. I got a call in October from John Collins from the NHL who was the chief operating officer. He said, "We have made a decision that we are either going to go fully with Bell or fully with Rogers." At that particular time they were going to sell all of their rights to Bell. Bell had put in a very strong offer.

We congregated, came together, and went and put in a competitive bid against Bell. At that particular time we thought it was important based on the history and the legacy of CBC, but there were other options that we had as well. We could have done a deal similar to the one that we did with CBC with other potential over-the-air broadcasters. CTV would not have been one of them but we certainly could have had dialogue with

M. Pelley : Je crois que les Américains ont assurément prouvé au fil des ans qu'ils sont très, très patriotes. Nous avons fait des progrès très importants en racontant nos propres histoires et en nous montrant unis aux Jeux olympiques de 2010, qui ont en quelque sorte galvanisé le pays. Je pense cependant que la façon très élégante dont la tragédie survenue à Ottawa a été présentée en fin de semaine dernière par Radio-Canada était une chose très importante. C'est important pour notre culture et cela fait partie de notre identité. Je pense quand même que les Canadiens doivent se lever et se montrer un peu plus patriotes. Je crois que Radio-Canada est la plate-forme idéale pour le faire.

La sénatrice Unger : Merci de votre réponse. J'ajouterai simplement pour le compte rendu que l'homme que nous avons devant nous ferait un excellent politicien.

Le président : Au Québec, la plupart des politiciens sont issus de Radio-Canada.

Le sénateur Housakos : C'est vrai.

Le sénateur MacDonald : Je remercie les témoins de s'être joints à nous ce matin. Monsieur Pelley, j'aimerais puiser dans votre expérience de la publicité dans le secteur privé. Je vais revenir à Radio-Canada, puisque c'est l'objet de notre étude.

Vous dites que vous voyez Radio-Canada comme un partenaire, et non comme un concurrent, mais, en réalité, pour ce qui est du hockey, CBC est maintenant une filiale de Rogers à bien des égards. La perte des émissions de hockey a été une perte importante sur le plan des revenus et de la culture, et probablement sur le plan psychologique aussi.

Lorsque j'ai pris connaissance des négociations que CBC a menées par rapport au hockey, j'ai été très étonné de constater à quel point le taux de pénétration de CBC était supérieur à celui de Rogers à l'échelle du pays. CBC a cédé ses droits de diffusion des émissions de hockey à Rogers pour une somme dérisoire dans ces négociations.

Si c'était vous qui aviez négocié pour CBC, auriez-vous plié autant qu'elle l'a fait? Doit-on accuser CBC de n'avoir pas su tirer parti de l'avantage qu'elle avait?

M. Pelley : Non. Je pense qu'il y a deux choses à dire là-dessus. Tout d'abord, il faut tenir compte de la façon dont les négociations avec la LNH se sont déroulées. En octobre, j'ai reçu un appel de John Collins, qui était le président-directeur général de la LNH. Il m'a dit que la LNH avait décidé de faire affaire exclusivement avec Bell ou avec Rogers. À ce moment-là, elle avait l'intention de vendre tous ses droits à Bell. Bell avait présenté une offre très intéressante.

Nous nous sommes réunis, nous avons discuté, et nous avons présenté une offre concurrentielle par rapport à celle de Bell. Nous pensions que c'était important à ce moment-là, vu l'histoire et le legs de CBC, mais nous avons aussi d'autres options. Nous aurions pu conclure avec d'autres radiodiffuseurs hertiens une entente similaire à celle que nous avons conclue avec CBC. CTV était exclu, mais nous aurions assurément pu en discuter avec

Global. We could have stayed on our own which would have bolstered City significantly, but we felt it was best to do a deal with CBC.

The deal that we did with CBC I think was a deal that was great for both sides and great for Canadians. First of all it provided them “Hockey Night in Canada,” the premium content, at no cost. That is important because if in fact the National Hockey League had been able to come to an agreement with CBC prior to determining that they were going to go with the all-in model with Bell or Rogers, that deal would have garnered somewhere between a \$50 million and \$75 million loss for the CBC.

So what happened was CBC did a deal that was self-liquidating while at the same time provided great promotion for the rest of their programming as I alluded to earlier. From our perspective it allowed us to give Canadians and the NHL on Saturday night on two different conventional broadcasters, both CBC and City, so it worked for us. As far as consumers we know that they have far more choice than they have ever had. There will be 350 more games televised this year on linear alone and more than 1,200 games, which is an additional 300 digitally.

I think it is a deal that worked really well for the consumers. It has worked well for Rogers and certainly made CBC viable and continued to provide them premium content.

Senator MacDonald: I just want to go back to one of the points. I still have trouble understanding why they would have this enormous reach through the network. It would have to be of great value to Rogers or Bell and whoever partnered with them in terms of providing a reach to almost every Canadian household. Yet they gave away that reach apparently for nothing.

I am curious why they wouldn't attach a value to that reach and to get some revenue for it. They are revenue challenged. I don't understand why they would give that up for relatively nothing.

Mr. Pelley: Like I said the option really was ours. If in fact they wanted 25 or 50 per cent of the revenue that was a deal we weren't prepared to do. It was not that CBC didn't ask for revenue or opportunities to sell during the negotiations, but we felt strongly that we would continue to build a “Hockey Night in Canada” brand which remains with CBC and which they are now monetizing. We felt that we needed the revenue and didn't want to give some of the revenue opportunities to CBC which would allow for two sales forces in the market selling the conventional broadcaster. If CBC had significantly pushed back then we would have looked at other options.

Global. Nous aurions pu présenter notre offre seuls, ce qui aurait beaucoup avantage City, mais nous pensions que la meilleure chose à faire était de conclure une entente avec CBC.

L'entente que nous avons conclue avec CBC était excellente pour les deux parties et pour les Canadiens, selon moi. Tout d'abord, elle permettait d'offrir gratuitement aux Canadiens l'émission *Hockey Night in Canada*, c'est-à-dire le contenu de premier ordre. C'est important, parce que, si la Ligue nationale de hockey avait été en mesure d'en arriver à une entente avec CBC avant de déterminer qu'elle allait faire affaire exclusivement avec Bell ou avec Rogers, l'entente aurait entraîné des pertes de 50 à 75 millions de dollars pour CBC.

Ce qui s'est passé, donc, c'est que CBC a conclu une entente qui allait se rentabiliser toute seule et en même temps servir d'excellent moyen de promotion pour le reste de sa programmation, comme je l'ai mentionné tout à l'heure. Pour nous, c'était l'occasion d'offrir des matchs de la LNH aux Canadiens le samedi soir sur deux réseaux ordinaires différents, CBC et City, ce qui était bon pour nous. Quant aux consommateurs, nous savons qu'ils ont plus de choix que jamais. Il va y avoir 350 parties de plus à la télé ordinaire seulement cette année, et plus de 1 200 parties de diffusées par voie numérique, soit 300 de plus.

Je pense que c'est une entente qui est très avantageuse pour les consommateurs, au bout du compte. Elle est avantageuse pour Rogers, et, chose certaine, elle a permis à CBC d'assurer sa viabilité et de continuer d'obtenir du contenu de premier ordre.

Le sénateur MacDonald : Je voudrais simplement revenir sur l'un des points. Je ne comprends toujours pas bien comment CBC peut avoir un réseau d'une aussi grande portée. Le fait de pouvoir joindre presque tous les ménages du Canada doit forcément avoir une grande valeur pour Rogers ou Bell et quiconque conclut un partenariat avec CBC. Et pourtant, CBC a cédé cet avantage sans rien demander en échange, semble-t-il.

Je serais curieux de savoir pourquoi CBC n'a pas accordé de valeur à cet avantage et essayé d'obtenir des revenus en échange. Elle a un problème de revenu. Je ne comprends pas pourquoi elle a cédé son avantage pour presque rien.

M. Pelley : Comme je le disais, c'était nous qui avions le choix. Si CBC avait demandé 25 ou 50 p. 100 des revenus, nous n'aurions pas conclu d'entente. Ce n'est pas que CBC n'ait pas demandé de revenu ou de possibilité de vente pendant les négociations, mais nous étions convaincus que nous allions continuer à bâtir la marque *Hockey Night in Canada*, qui appartient toujours à CBC et dont elle tire maintenant des revenus. Nous estimions avoir besoin des revenus, et nous ne voulions pas céder certaines des possibilités de revenu à CBC, ce qui aurait permis la présence dans le marché de deux vendeurs proposant une radiodiffusion ordinaire. Si CBC avait été beaucoup plus exigeante, nous aurions envisagé d'autres possibilités.

Senator MacDonald: What do you see occurring in four years' time with the CBC? What do you think the future holds?

Mr. Pelley: That is a good question. I am not sure what the future holds in four days, never mind four years. That is how quick the industry has changed. The reason why we did a four-year deal with the CBC for "Hockey Night in Canada" was just that, to see where the industry has changed and where it has gone in four years. If you look back and see where technology has taken us and where the environment has changed in four years, if we back it up I could come and present a document to you that would be just absolutely mind-boggling.

Where it is going to be in four years is who knows. We wanted to retain some flexibility in determining what the best way is for us to move forward with the NHL after the four years.

The Chair: In the six minutes left we will have Senator Plett, Senator Unger and Senator Housakos. Maybe I could ask all three of you to ask your questions and Mr. Pelley could answer all three of them and have a closing statement at the same time, if you agree.

Senator Plett: I certainly agree, and I will shorten my questions from what I had. Clearly we have said and have always said that this study is to talk about the viability of CBC in the changing environment. I don't know whether it is the official mandate but in light of the deal that "Hockey Night in Canada" made I mean how viable is CBC.

My question in that regard comes back to the advertising. I am not even going to say now let's talk about four years from now. CBC was never in the game in making this deal. I think you have said that the NHL was dealing either with Rogers or with Bell. How much ad revenue approximately — and I know you won't be exact — will CBC lose as a result of this deal all things being equal in four years from now?

Obviously they will still have some now but what we are trying to determine is how viable they are. How much advertising revenue will they lose in four years from now? I will just leave that as my final question.

Senator Unger: My question sort of ties in with that. Are you the only broadcaster working as closely with CBC as you are? You have made several references to that. If you are not the only one, with your help and others is their business going to get a boost? Will they be able to survive?

Le sénateur MacDonald : Que sera-t-il advenu de CBC dans quatre ans, selon vous? Que croyez-vous que l'avenir réserve à la société d'État?

M. Pelley : C'est une bonne question. Je ne sais pas ce qui va se passer dans quatre jours, alors dans quatre ans... C'est à ce rythme que l'industrie évolue. C'est justement pour cette raison que nous avons conclu une entente de quatre ans avec CBC pour *Hockey Night in Canada*, c'est-à-dire pour voir comment l'industrie aura changé et vers quoi elle s'orientera dans quatre ans. Si je pouvais vivre les quatre prochaines années et revenir vous présenter un document expliquant jusqu'où la technologie nous a amenés et en quoi le contexte a changé en quatre ans, ce document défierait l'entendement.

Qui sait comment les choses seront dans quatre ans. Nous voulions garder une certaine marge de manœuvre pour déterminer la meilleure façon pour nous de poursuivre notre collaboration avec la LNH après quatre ans.

Le président : Il reste six minutes, et le sénateur Plett, la sénatrice Unger et le sénateur Housakos doivent encore poser des questions. Je pourrais peut-être vous demander de poser vos questions et demander à M. Pelley de répondre aux trois questions d'un coup et de conclure en même temps, si vous êtes d'accord.

Le sénateur Plett : Certainement, et je vais raccourcir les questions que j'avais à poser. Ce qui est clair, c'est que nous avons dit aujourd'hui et avons toujours dit auparavant que notre étude vise à discuter de la viabilité de Radio-Canada dans un contexte changeant. Je ne sais pas si c'est le mandat officiel, mais, à la lumière de l'entente conclue par rapport à l'émission *Hockey Night in Canada*, la question de la viabilité se pose.

Ma question à cet égard nous ramène à la publicité. Dans ce cas-ci, je ne vais même pas vous demander de parler de ce qui va se passer dans quatre ans. CBC n'a jamais été un candidat dans ces négociations. Je pense que vous avez dit que la LNH négociait avec Rogers ou avec Bell. Combien de revenus publicitaires CBC perdra-t-elle environ — et je sais que vous ne me donnerez pas un chiffre exact — au cours des quatre prochaines années en raison de cette entente, toutes choses étant égales par ailleurs?

Évidemment, elle touchera quand même certains revenus publicitaires, mais, ce que nous essayons de déterminer, c'est dans quelle mesure la société d'État est viable. Combien de revenus publicitaires perdra-t-elle au cours des quatre prochaines années? Ce sera ma dernière question.

La sénatrice Unger : Ma question est en quelque sorte liée à celle du sénateur Plett. Êtes-vous le seul radiodiffuseur à collaborer aussi étroitement avec Radio-Canada? Vous avez fait allusion à cette collaboration à plusieurs reprises. Si vous n'êtes pas le seul, avec votre aide et celle des autres radiodiffuseurs, est-ce que les affaires de Radio-Canada vont aller mieux? La société d'État pourrait-elle survivre?

Senator Housakos: A short question, if you can just sum up and wrap up for us how you perceive the future of ethnic TV in the next five to ten years in this country. Is there still a market for it? What would be its role?

Mr. Pelley: The first question in terms of how much revenue, obviously the CBC's numbers are public. I believe they generate somewhere between \$120 million and \$150 million in terms of ad revenue on a per annum basis for "Hockey Night in Canada," so that would be somewhere between \$500 million and \$700 million over the four years.

At the same time the costs would have been closer to a billion dollars, so cash in, cash out the CBC would have probably been losing in the neighbourhood of \$300 million over the four years.

The way that sports rights have escalated, and I don't want to miss how critical this is, has made it very difficult for CBC or any broadcaster who simply looks at cash in, cash out to make it viable unless you have significant partners. That is what happened with the NHL.

Are we the only broadcaster? I think another broadcaster is starting to work with the CBC. I think more and more we are all working together. When I look at the four of us, the four conventional broadcasters, there are far more co-pros being done. We haven't done one with Bell as of yet and that probably won't happen. I am not sure if Shaw will do one with Bell but we have worked closely with Shaw and closely with CBC.

I can't speak on behalf of the other conventionals but for us CBC would be the least threatening to us. Does that make it viable? That would be a question that again you would have to ask the CBC, but we are talking to the CBC and we don't look at them as competitors. I look at them as partners.

As far as ethnic television goes that is an excellent question. The fundamental question for government is: Is an ethnic over-the-air channel needed with the over-the-top services that provide ethnic programming and with all the cable programming that is provided? Does the government like many of the other G20 countries need an over-the-air ethnic channel? Would that be best served under the CBC umbrella? That would be a question that I would ask the government.

I would ask the CRTC Chair what you feel you need as far as an over-the-air ethnic channel because I think it is incredibly challenged under the current model.

Senator Unger: Very quickly, political ads also bring in revenue, especially during an election campaign. What is your position on this ad revenue?

Le sénateur Housakos : Ma question est brève. Je vous demanderais simplement de résumer votre point de vue sur l'avenir de la télévision ethnique au pays, pour les 5 à 10 prochaines années. Y a-t-il encore un marché? Quel serait le rôle de Radio-Canada à ce chapitre?

M. Pelley : Pour ce qui est de la première question, au sujet des revenus perdus, évidemment, les chiffres de Radio-Canada sont publics. Je crois que les revenus publicitaires annuels pour l'émission *Hockey Night in Canada* se situent entre 120 et 150 millions de dollars, donc il s'agirait de 500 à 700 millions de dollars au cours des quatre prochaines années.

Cependant, les coûts auraient été plus près de 1 milliard de dollars, ce qui fait que, au bout du compte, Radio-Canada aurait probablement perdu quelque chose comme 300 millions de dollars au cours des quatre prochaines années.

La hausse importante des droits pour les sports — je ne veux pas rater l'occasion d'insister sur l'importance de la chose — a fait en sorte qu'il est très difficile pour CBC ou pour tout autre radiodiffuseur qui n'envisage que les entrées et les sorties d'argent d'assurer sa viabilité, à moins d'avoir de bons partenaires. C'est ce qui s'est passé dans le cas de la LNH.

Sommes-nous le seul radiodiffuseur? Je pense qu'il y en a un autre qui commence à collaborer avec Radio-Canada. Je pense que, de plus en plus, nous travaillons tous ensemble. Si je pense à nous quatre, les quatre radiodiffuseurs ordinaires, il y a beaucoup plus de coproductions qu'avant. Nous n'en avons pas encore fait avec Bell, et ça n'arrivera probablement jamais. Je ne sais pas si Shaw en fera une avec Bell, mais nous avons collaboré étroitement avec Shaw et avec Radio-Canada.

Je ne peux pas vous dire ce que pensent les dirigeants des autres radiodiffuseurs ordinaires, mais, pour nous, c'est Radio-Canada qui nous menace le moins. Est-ce que cela rend la société d'État viable? Encore là, il s'agit d'une question qu'il faudrait que vous posiez aux représentants de Radio-Canada, mais nous discutons avec eux, et nous ne les voyons pas comme des concurrents. Nous les voyons comme des partenaires.

Pour ce qui est de la télévision ethnique, c'est une excellente question. La question fondamentale à se poser pour le gouvernement est la suivante : a-t-on besoin d'un radiodiffuseur hertzien proposant des émissions ethniques, vu que les services par contournement et les câblodistributeurs en proposent? Le gouvernement a-t-il besoin, comme bon nombre d'autres pays du G20, d'un radiodiffuseur hertzien proposant une programmation ethnique? Est-ce que c'est un créneau qui devrait être confié à Radio-Canada? C'est une question que je poserais au gouvernement.

Je demanderais au président du CRTC quel est le besoin en matière de radiodiffusion hertzienne d'émissions ethniques, car je crois que cela devient extrêmement difficile dans le modèle actuel.

La sénatrice Unger : Très brièvement, la publicité politique est également une source de revenus, surtout pendant une campagne électorale. Que pensez-vous de ces revenus publicitaires?

Mr. Pelley: As far as government and political ad revenue it is capped here in Canada. Again it is not capped in the United States so one of the great opportunities for broadcasters in the U.S. is election revenue. Pharmaceutical revenue and election revenue is a significant difference between the U.S. market and the Canadian market. I would love as a broadcaster to have all the restrictions from political ads relieved and everyone spending a lot more dollars from an ad revenue perspective.

The Chair: On this last note I will send you a copy of my bill on controlling expenses between elections by political parties.

I would like to thank you for your presentation this morning.

Bram Abramson, Chief Legal and Regulatory Officer, TekSavvy Solutions Inc.: Good morning. Thank you for inviting TekSavvy here today. We are not quite as well-known as Rogers. Except in one small eastern Ontario town called Madoc near Belleville we don't sell television subscriptions. There we only started to do it recently.

What we do, though, is move a lot of television over the Internet. TekSavvy sells Internet access into about 250,000 homes. About four out of every five of those homes don't subscribe to television, so when you talk about cord cutters and so on those are our subscribers. Yet most of the traffic on our network involves getting TV shows and movies on to screens attached to computers. Netflix and YouTube alone are more than half of the traffic we carry.

The funny thing in all this is that TekSavvy would actually like to become a traditional TV player. When we appeared at the CRTC's "Let's Talk TV" hearing to say so, some people were genuinely surprised. I would like to explain to you why and how I think it would actually help push forward the goals assigned to the Canadian broadcasting system and the CBC in the Broadcasting Act.

To get there I first do need to tell you a little bit about TekSavvy because we are not quite as well-known as others. We operate a pretty extensive Internet backbone in Canada and into the United States. We differ from a Rogers or a Bell in how we deliver access to that Internet. In the last mile we typically operate over wholesale network access. In other words we pay a regulated rate to access someone else's access line into the home. That is not true everywhere. In rural areas we operate fixed wireless but percentage-wise that is the greatest proportion of our subscribers.

M. Pelley : Les revenus publicitaires provenant du gouvernement et des partis politiques ne peuvent dépasser une certaine limite au Canada. Il n'y a pas de limite aux États-Unis, ce qui fait que la publicité électorale est une excellente source de revenus pour les radiodiffuseurs américains. Les revenus de publicité liés au secteur pharmaceutique et aux élections constituent une différence importante entre les marchés américain et canadien. Comme radiodiffuseur, j'aimerais beaucoup que les restrictions concernant la publicité politique soient supprimées et que tout le monde dépense beaucoup plus d'argent en publicité.

Le président : Là-dessus, je vais faire parvenir une copie de mon projet de loi sur le contrôle des dépenses des partis politiques entre les élections.

Merci d'être venu nous présenter un exposé ce matin.

Bram Abramson, agent législatif et réglementaire en chef, TekSavvy Solutions Inc. : Bonjour. Merci d'avoir invité TekSavvy à venir témoigner aujourd'hui. Nous ne sommes pas aussi connus que Rogers. Nous ne vendons pas d'abonnement aux services de télévision, sauf dans une petite ville de l'est de l'Ontario près de Belleville qui s'appelle Madoc, où nous n'avons commencé à le faire que récemment.

Ce que nous offrons, par contre, c'est l'accès à beaucoup de contenu télévisuel par Internet. TekSavvy vend un accès à Internet à environ 250 000 foyers. Dans une proportion d'environ quatre sur cinq, ces foyers ne sont pas abonnés aux services de télévision, alors nos abonnés sont les « coupeurs de câble » dont on parle. Et pourtant, la majeure partie de l'activité sur notre réseau consiste en l'affichage d'émissions de télévision et de films sur des écrans connectés à des ordinateurs. Netflix et YouTube comptent à eux seuls pour plus de la moitié des données que nous transmettons.

Ce qui est drôle, dans tout cela, c'est que TekSavvy aimerait bien devenir un radiodiffuseur comme les autres. Lorsque nous avons témoigné à l'audience « Parlons télé » du CRTC et que nous avons dit cela, certaines personnes ont été franchement étonnées. J'aimerais vous expliquer pourquoi et comment cela contribuerait en réalité à la réalisation des objectifs du système canadien de radiodiffusion et de Radio-Canada d'après la Loi sur la radiodiffusion.

Pour y arriver, il faut que je commence par vous parler un peu de TekSavvy, car nous ne sommes pas tout à fait aussi connus que les autres entreprises du secteur. Nous exploitons un assez grand réseau de base au Canada et jusqu'aux États-Unis. Nous nous distinguons de Bell et de Rogers par la façon dont nous offrons l'accès à Internet. Dans le dernier kilomètre, nous utilisons habituellement un accès réseau acheté en gros. Autrement dit, nous payons un tarif réglementé pour utiliser la ligne d'accès de quelqu'un d'autre entre les foyers et le réseau. Ce n'est pas le cas partout. Dans les régions rurales, nous exploitons un réseau sans fil fixe, mais nous utilisons la ligne d'accès d'un tiers pour la majeure partie de nos abonnés.

The theory behind those regulated rates is pretty simple. It is sort of like in the old days when you would see 20 telephones on someone's desk. It wouldn't make sense for everyone who wants to serve a home to build a separate line and then have most lines lie fallow but for the one who has provided the customer's currently chosen. Instead the regulator sets a fair rate with a built-in profit for the bottleneck facility. We buy it. Off we go to compete.

So far the only thing TekSavvy runs to those wholesale network access lines are Internet access and voice over IP telephone service but there is no reason we can't run television service in the same way and here is why that matters. In the Internet space we hope and we like to think that players like us have brought price discipline and innovative service delivery to the market.

In television we would like to do the same. Over-the-top Internet television is watched an average of five hours a week by those who actually watch Internet television — it is even less if you take it across the whole population — versus 28 hours a week on traditional television. In other words the video content and the video network is still traditional television. Today's Internet, to be honest, would have a hard time handling a Canada where most people streamed 28 hours of video during prime time every week over broadband. It wouldn't work.

Traditional television is where the eyeballs are and where the content is. We seek access to the television channels that have cleared all the rights for distribution over traditional television. In other words that is the interest for us. Here is the thing: in the current environment when we want to offer a television service to the public we have to abide by the CRTC's rules like the basic service, a preponderance of Canadian channels, CBC, SRC, Newsworld, LD and so on.

For the next few years — and this is what we talked about at the "Let's Talk TV" hearing that you have asked us to talk about today — that means leverage in the online world for the CRTC, for the CBC and for the Canadian broadcasting system in which the CBC still holds pride of place at least from a regulatory standpoint. Most importantly it means many competitive distributors that are not vertically integrated with content that competes or partners with the CBC.

That leverage won't last forever. The architecture of the Internet is still evolving. The dollars to be had online are still growing. At some point the people who are spending money making TV shows or making content for television like sports will be able to make more of it back online than they can through traditional television.

Le principe régissant les tarifs réglementés est assez simple. C'est un peu comme dans le temps, lorsqu'on voyait 20 téléphones sur un même bureau. Il ne serait pas logique que toutes les entreprises voulant offrir leur service à un foyer établissent leur propre ligne, et que la plupart des lignes demeurent inutilisées, sauf celles du fournisseur choisi par le client. Au lieu de cela, l'organisme de réglementation établit un tarif équitable dans lequel le profit de l'installation goulot est déjà compté. Il nous suffit d'acheter l'accès à la ligne pour nous lancer à la conquête du marché.

Jusqu'à maintenant, TekSavvy n'utilise ces lignes d'accès au réseau achetées en gros que pour offrir l'accès à Internet et le service de téléphonie IP, mais rien ne nous empêche d'offrir le service de télévision, et je vais vous expliquer en quoi cela est important. Dans l'espace Internet, nous espérons et nous aimons penser que les joueurs comme nous ont apporté au marché une discipline tarifaire et une prestation de services novatrice.

Nous aimerions faire la même chose dans le domaine de la télévision. La télévision sur Internet obtenue par contournement est regardée en moyenne cinq heures par semaine par les gens qui regardent la télévision sur Internet — la moyenne est encore plus basse pour l'ensemble de la population —, par rapport à 28 heures par semaine pour la télévision ordinaire. Autrement dit, le contenu vidéo vient encore de la télévision ordinaire, qui demeure le réseau vidéo. Franchement, l'Internet actuel pourrait difficilement permettre à la plupart des gens au Canada de regarder 28 heures de vidéo aux heures de grande écoute chaque semaine sur réseau à large bande. Cela ne fonctionnerait pas.

La télévision ordinaire possède encore les téléspectateurs et le contenu. Nous cherchons à obtenir l'accès aux chaînes de télévision qui ont libéré tous les droits de radiodiffusion ordinaire. C'est ce qui nous intéresse. Le problème est le suivant : dans le contexte actuel, lorsque nous voulons offrir un service de télévision au public, nous devons respecter les règles du CRTC concernant le service de base, la prépondérance des chaînes canadiennes, CBC, SRC, Newsworld, LD et ainsi de suite.

Pour les prochaines années — et c'est le sujet que nous avons abordé à l'audience « Parlons télé » que vous nous avez demandé d'aborder aujourd'hui —, cela signifie une emprise sur ce qui se passe en ligne pour le CRTC, Radio-Canada et le système canadien de radiodiffusion au sein duquel Radio-Canada continue d'occuper une place de choix, du point de vue réglementaire à tout le moins. Surtout, cela signifie que beaucoup de diffuseurs concurrents ne sont pas intégrés verticalement et ne disposent pas du contenu qui leur permettrait de faire concurrence à Radio-Canada ou de collaborer avec elle.

Cette emprise ne durera pas éternellement. L'architecture d'Internet continue d'évoluer. Il continue d'y avoir de plus en plus d'argent à aller chercher en ligne. À un moment donné, les gens qui consacrent de l'argent à la production d'émissions de télévision ou de contenu pour la télévision comme les émissions de sport seront en mesure de rentabiliser davantage la diffusion en ligne qu'à la télévision ordinaire.

I guess our point is that we are not there yet. We may be a few years away. In the meantime you actually have Canadian companies clamoring at the doors wanting to get into the market and reinvigorate the pricing and service delivery model for delivering a television service that is based on the CBC and on Canadian channels. In other words that is the content available to seed the service that we create.

In one of your earlier meetings the CRTC's Scott Hutton described moving from an environment where you are forced to produce Canadian content by way of a quota to one where we set in place a structure where you are motivated to do it because it is in your commercial best interest.

What we suggested at the "Let's Talk TV" hearing was that the opportunity to apply that to stimulate competition in Canadian subscription television is the CRTC's key challenge right now.

There are two major barriers in the wing. One is access to content and what I mean by that is in the over-the-top environment you have to go out and have long protracted negotiations for all the content you carry. That is fine. That content is the differentiator for each service. In the regulated environment, every provider has to offer the same channels which is a great starting point for launching a new service already stocked with content, but the negotiations there are long protracted so you kind of say, "Why would you bother?" It erases the advantage of starting in the regulated system. It chips away at that leverage. It is unnecessary red tape.

So what we asked the CRTC to do was to create default agreements between TV channels and distributors. If someone like us wants to launch by offering the basic and discretionary Canadian channels and we are willing to follow all of the rules, we think it would be better for the system if we could opt into the default arrangements in pricing and launch fast. We could always negotiate for still better off-tariff pricing but we would already be in the market. We would have launched.

The other barrier is bigger. It is the cost of bandwidth. A major television distributor can sell their basic service to consumers for \$30 or \$40, but for those of us still clamoring at the doors who rely on wholesale network access as a bottleneck facility it costs \$80 in bandwidth costs alone to offer the same TV service. In other words it costs us more just to do the bandwidth part of the service than what they are selling the whole thing for.

That doesn't make sense. If you look at the tariff bandwidth prices from provider to provider right now they are all over the map. Those are regulated tariffed rates. The CRTC has made

Je crois que ce que nous cherchons à dire, c'est que nous n'en sommes pas encore là. Il reste encore peut-être quelques années. Dans l'intervalle, il y a des entreprises canadiennes qui frappent à la porte et qui veulent accéder au marché et renouveler des tarifs et le modèle de prestation du service pour offrir un service de télévision fondé sur Radio-Canada et sur des chaînes canadiennes. Autrement dit, cela constitue le contenu accessible pour alimenter le service que nous créons.

Au cours de l'une de vos séances antérieures, Scott Hutton, du CRTC, a décrit la transition d'une situation où on est obligé de produire du contenu canadien parce qu'il y a un quota à une situation où nous mettons en place une structure dans laquelle on est motivés à le faire par intérêt commercial.

Ce que nous avons dit à l'audience « Parlons télé », c'est que la possibilité d'appliquer cela pour stimuler la concurrence dans le secteur de la télévision par abonnement au Canada constitue le principal défi à relever pour le CRTC à l'heure actuelle.

Deux obstacles majeurs nous attendent. Le premier, c'est l'accès au contenu, et j'entends par là que les services par contournement doivent procéder à de longues négociations par rapport à tout le contenu qu'ils offrent. Ce n'est pas grave. C'est le contenu qui distingue le service. Les fournisseurs de services réglementés doivent tous offrir les mêmes chaînes, ce qui est un excellent point de départ pour le lancement d'un nouveau service ayant déjà du contenu, mais les négociations sont longues, ce qui fait qu'on se demande si cela vaut la peine. Ça annule l'avantage que comporte le lancement d'un nouveau service dans le système réglementé. Ça réduit l'emprise peu à peu. Ce sont des formalités administratives superflues.

Nous avons donc demandé au CRTC de créer des ententes par défaut entre les chaînes de télévision et les diffuseurs. Lorsqu'une entreprise comme la nôtre souhaite lancer un service en offrant les chaînes canadiennes de base et au choix et est disposée à suivre toutes les règles, nous estimons qu'il vaudrait mieux pour le système qu'elles puissent choisir les dispositions par défaut en matière de prix et procéder rapidement à son lancement. Nous pourrions quand même négocier de meilleurs prix, mais nous serions déjà présents sur le marché. Nous aurions lancé notre service.

L'autre obstacle est plus important. C'est le coût de la bande passante. Un grand distributeur de services de télévision peut offrir son service de base à 30 ou 40 \$, mais pour nous qui sommes encore en train de frapper à la porte et qui utilisons encore l'accès au réseau acheté en gros comme installation de goulot, le coût de la bande passante pour offrir le même service de télévision est à lui seul de 80 \$. Autrement dit, la bande passante nous coûte à elle seule plus cher que le prix de l'ensemble du service pour un grand distributeur.

Ce n'est pas logique. Les tarifs de bande passante pratiqués entre fournisseurs sont très variables à l'heure actuelle. Il s'agit de tarifs réglementés. Le CRTC a fait d'énormes progrès pour ce qui

tremendous progress we think in enabling competition. It certainly benefitted consumers but it still has to get some of the details right, and we think they will.

Canadian competition over wholesale network access will be disruptive to TV like it was disruptive to broadband but for a public broadcaster assigned a special role within a regulated system which has been at pains to separate itself out from distribution towers and which the CRTC talks about how most of its distribution is with distributors whose content competes with it, that would be a net positive. You would have more players in the market, more people competing and specifically lots of players distributing who are not vertically integrated with content.

I know that there has been some debate here on whether what is needed is to rewrite or to redraft or to edit the broadcasting or telecommunications acts. I guess what I would emphasize is that none of what I have talked about today certainly requires any of that.

In our view most of the answers lie not with statutory drafting but with fairly straightforward regulatory measures that we hope the CRTC will undertake and we get that the CRTC itself is under tremendous pressure.

I guess our view is that the next few years will be critical in all this and we have two choices: We can wait for the next wave of California-based over-the-top players to come. That is fine. I think it will be great for consumers. We can also enable a flood of new Canadian television distributors seeded by Canadian content which is the system that already has the CBC already at its heart. We have the opportunity to do so in a fairly straightforward manner. I think it would help everyone.

Senator Eggleton: I take it you constitute what is called an over-the-top broadcast.

Mr. Abramson: We don't offer broadcasting today. People use our Internet access to access over-the-top broadcasters like Netflix or iTunes.

Senator Eggleton: You are providing Netflix, for example.

Mr. Abramson: We are simply providing Internet access. Someone goes to the website of Netflix and pays their \$7.99 a month, or I guess it has gone up. That is none of our business. That is between the end user and Netflix and we are just in the middle transporting the bits.

Senator Eggleton: You are a broker in the middle here.

Mr. Abramson: Yes, exactly.

est de favoriser la concurrence à notre avis. Cela a certainement profité aux consommateurs, mais il faut encore qu'il règle quelques détails, et nous pensons qu'il va le faire.

Une concurrence au Canada au chapitre de l'accès au réseau acheté en gros créera des perturbations dans le secteur de la télé comme elle en a créé dans le secteur des réseaux à large bande, mais pour un radiodiffuseur public doté d'un rôle particulier au sein d'un système réglementé qui a eu de la difficulté à se séparer de tours de distribution et dont le CRTC dit que la majeure partie de sa distribution est effectuée par des distributeurs dont le contenu est en concurrence avec le sien, ce serait un gain net. Il y aurait plus de joueurs sur le marché, plus de gens en concurrence, et surtout, plus de distributeurs de contenu non intégrés verticalement.

Je sais qu'il y a eu ici des débats sur la nécessité de modifier les lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications ou d'adopter de nouvelles lois. Je pense devoir insister sur le fait que rien de ce dont j'ai parlé aujourd'hui n'exige quoi que ce soit de ce genre.

À nos yeux, la plupart des solutions tiennent non pas à la rédaction de dispositions législatives, mais bien à l'adoption de mesures réglementaires assez simples que nous espérons voir le CRTC prendre, et nous comprenons que le CRTC subit des pressions énormes.

Nous pensons que les prochaines années vont être cruciales par rapport à tout cela et que nous avons deux choix : nous pouvons attendre la prochaine vague de services par contournement en provenance de la Californie. C'est très bien. Je pense que ce serait excellent pour les consommateurs. Nous pouvons aussi permettre l'entrée sur le marché d'un grand nombre de nouveaux diffuseurs de télévision canadiens utilisant du contenu canadien, ce système ayant déjà Radio-Canada comme centre. Nous avons la possibilité de le faire de façon assez simple. Je pense que cela aiderait tout le monde.

Le sénateur Eggleton : Si je comprends bien, vous êtes ce qu'on appelle un radiodiffuseur par contournement.

M. Abramson : Nous ne sommes pas un radiodiffuseur pour l'instant. Les gens utilisent notre accès à Internet pour accéder à des radiodiffuseurs par contournement comme Netflix et iTunes.

Le sénateur Eggleton : Vous offrez Netflix, par exemple.

M. Abramson : Nous offrons simplement l'accès à Internet. L'utilisateur se rend sur le site de Netflix et paye son abonnement de 7,99 \$ par mois, ou plus, en fait, car je crois que le prix a augmenté. Cela ne nous regarde pas. C'est une transaction entre l'utilisateur final et Netflix, et nous ne sommes que l'intermédiaire qui transmet les données.

Le sénateur Eggleton : Vous êtes un courtier qui joue le rôle d'intermédiaire dans ce cas-ci.

M. Abramson : Oui, exactement.

Senator Eggleton: How do you see your organization advancing Canadian broadcasting? The idea here with the CBC is to tell Canadian stories. Netflix is doing some Canadian stuff but they are not held by the same regulatory controls as the main broadcasters in Canada. They are providing a lot of U.S.-based programs which is natural. That is where they are from.

How do you see you could even this up in terms of more Canadian content, doing what the public broadcasters expect it to do?

Mr. Abramson: We like to offer television.

Senator Eggleton: You want to do this but you are not doing it yet.

Mr. Abramson: We are not doing it yet and the reason we are not doing it is because it would cost us more just to access the bandwidth that we need to do it than Rogers is charging for its basic service.

Senator Eggleton: Have you sought regulatory permission or whatever from the CRTC?

Mr. Abramson: Yes. I mean what we have said is, "Look, we think the rates are out of whack. We think they need to be more rational." In other words if the regulatory regime says, "Look, this is a bottleneck facility; this is the wholesale network access; it has to be priced at cost plus markup," which is what it is, it can't be that the rates are all over the map and some are extremely high and some are less high but our bandwidth costs are astronomical compared to what they offer the TV service using the same line on a retail basis. It just doesn't make sense.

Senator Eggleton: How would we know that you would advance Canadian content necessarily?

Mr. Abramson: In my view part of the trick is that we already have rules for that. In other words if we want to offer Canadian television we have to offer a service that every subscriber takes a predominance of Canadian channels. We offer all the CBC and SRC services and so on. That is part of the system today.

Senator Eggleton: You are looking to become more of a traditional broadcaster in the sense of having channels as opposed to just online.

Mr. Abramson: Yes, a traditional broadcast distributor I would say. We would like to be able to do that. I guess our message is from our standpoint that a world in which that is more accessible and in which we have more rational rates and all the stuff that gets us there is actually a lot better for the CBC because there is a lot more people competing to distribute it to homes.

Senator Eggleton: Are you a Canadian-based company totally?

Le sénateur Eggleton : En quoi votre organisation pourrait-elle contribuer à la radiodiffusion canadienne selon vous? L'idée, c'est que Radio-Canada raconte des histoires canadiennes. Netflix offre un certain contenu canadien, mais n'est pas assujéti à la même réglementation que les principaux radiodiffuseurs du Canada. Cette entreprise offre beaucoup d'émissions américaines, ce qui est normal. C'est une entreprise américaine.

De quelle façon pourriez-vous rétablir l'équilibre en offrant plus de contenu canadien, en faisant ce que les radiodiffuseurs publics doivent faire?

M. Abramson : Nous aimerions offrir des services de télévision.

Le sénateur Eggleton : Vous souhaitez le faire, mais vous ne le faites pas encore.

M. Abramson : Nous ne le faisons pas encore parce que l'accès à la bande passante dont nous aurions besoin nous coûterait plus cher que le prix du service de base de Rogers.

Le sénateur Eggleton : Avez-vous demandé une autorisation réglementaire ou quelque chose de ce genre au CRTC?

M. Abramson : Oui. Enfin, ce que nous lui avons dit, c'est que les tarifs n'ont aucun sens et doivent être ramenés à quelque chose de plus raisonnable. Autrement dit, si le régime réglementaire prévoit que le prix de l'accès au réseau acheté en gros par une installation goulot doit être le prix coûtant plus la marge de profit, ce qui est le cas, les tarifs ne peuvent pas être aussi variables qu'ils le sont actuellement, et, pourtant, nos coûts de bande passante sont astronomiques comparativement à ce qu'on offre aux services de télévision qui utilisent la même ligne et achètent l'accès au prix de détail. Cela n'a tout simplement aucun sens.

Le sénateur Eggleton : Comment saurions-nous que vous présentez du contenu canadien, nécessairement?

M. Abramson : À mon sens, une partie de l'astuce, c'est que nous avons déjà des règles à cet égard. Autrement dit, si nous voulons offrir de la télévision canadienne, nous devons offrir un service où tous les abonnés prennent principalement des chaînes canadiennes. Nous offrons tous les services de la CBC et de la SRC, et ainsi de suite. Cela fait partie du système, aujourd'hui.

Le sénateur Eggleton : Vous aspirez à devenir un radiodiffuseur plus traditionnel, c'est-à-dire qui offre des chaînes plutôt que du contenu en ligne seulement.

M. Abramson : Oui, un distributeur de radiodiffusion traditionnel, je dirais. C'est ce que nous voudrions pouvoir faire. Je suppose que notre message est fondé sur le point de vue qu'un monde dans lequel c'est plus accessible et dans lequel nous avons des taux plus rationnels et toutes les choses qui nous permettent d'y arriver est en fait bien meilleur pour la CBC parce qu'il y a beaucoup plus de personnes qui sont en concurrence pour acheminer le contenu vers le foyer des gens.

Le sénateur Eggleton : Votre entreprise est-elle totalement canadienne?

Mr. Abramson: We are completely Canadian. All of our call centre staff, everyone, has full-time Canadian jobs.

Senator Eggleton: Since the mandate here is to look at the CBC and its future in view of all these changes that are coming about, do you have any particular thoughts about the CBC itself?

Mr. Abramson: I get there are challenges with reliance on funding from the government. It is not always clear what the role of the private sector is in funding it. There is great debate about that.

First of all I should say like the speaker before me it is in a way not my role and I suspect our users who are very value-conscious have different views on it.

I have always been someone who watched the CBC avidly throughout the years. During my days studying I read a lot about how to have a rich ecosystem of content you need different business ownership models. If it is all private sector, if it is all state-owned or all public, depending on how it is managed or if it is all community it doesn't work. You need different things pulling and leading the market in different directions. I get that. It seems as though we need someone who is going to tell those stories and so on. How that is financed and how that works in practice is clearly tricky.

Senator Housakos: Clearly in this ever-changing environment there are so many ways that information is being disseminated to people. The CBC is a stand-alone, traditional broadcaster. It seems to me and it seems to this committee so far that they have been overwhelmed a little bit with some of the changes that have taken place over the last decade. They have had a digital strategy in place over the last few years. They have spent tens of millions of dollars. It is unclear yet what the payback has been and it has been very difficult for them to even tell us what tangible, empirical evidence they have of the results of that.

I would like for you to comment on what radically they need to do quickly to try to adapt themselves, and in what way can they, to the ever-changing environment that they have just talked about and you presented to us.

Mr. Abramson: Let me throw out two thoughts on that. One is in terms of their relationship with distribution. It seems to me and what I have seen from the CBC at the "Let's Talk TV" hearing that they don't want to be in the distribution business. They don't want to be running antennas. They are concerned with a lot of the content that is alongside them which people can watch instead of their content. You might say they compete. It is integrated with distribution and they are not sure how that works and are a little bit worried.

M. Abramson : Notre entreprise est complètement canadienne. Tout notre personnel de centre d'appel, tout le monde, occupe un emploi canadien à temps plein.

Le sénateur Eggleton : Comme le mandat du comité est de se pencher sur la CBC et sur son avenir à la lumière de tous les changements qui seront bientôt apportés, avez-vous des réflexions particulières au sujet de la CBC en soi?

M. Abramson : Je comprends qu'il y a des difficultés liées au fait de compter sur le financement du gouvernement. Le rôle du secteur privé n'est pas toujours clair en ce qui a trait au financement. Il y a un grand débat à ce sujet.

Tout d'abord, je dirais, comme l'intervenant qui m'a précédé, que, d'une certaine manière, ce n'est pas mon rôle, et je soupçonne que nos utilisateurs, qui sont très conscients de la valeur de l'argent, ont un point de vue différent à ce sujet.

J'ai toujours été une personne qui a assidûment regardé la CBC au fil des ans. Durant mes études, je lisais beaucoup sur les façons de se doter d'un écosystème riche en contenu : il faut divers modèles de propriété d'entreprise. Si tout relève du secteur privé, que tout appartient à l'État ou que tout est public, selon la façon dont c'est géré, ou si c'est tout communautaire, cela ne fonctionne pas. Il faut diverses choses qui tirent et qui mènent le marché dans des directions différentes. Je le comprends. J'ai l'impression que nous avons besoin d'une personne qui va raconter ces histoires, et tout le reste. Il est clair que le financement et le fonctionnement pratique de ce système sont des questions complexes.

Le sénateur Housakos : Il s'agit manifestement d'un environnement en constante évolution. L'information est diffusée de tellement de façons auprès des gens. La CBC est un radiodiffuseur indépendant et traditionnel. Il me semble — et c'est également l'impression du comité — que, jusqu'ici, la société est un peu dépassée par certains des changements qui ont eu lieu depuis une dizaine d'années. Elle a mis en place une stratégie numérique il y a quelques années. Elle a dépensé des dizaines de millions de dollars. On ne sait pas encore clairement quelles ont été les retombées, et il a été très difficile pour la CBC même de nous dire quelles sont les données probantes tangibles et empiriques dont elle dispose concernant les résultats de cette stratégie.

J'aimerais que vous formuliez un commentaire sur les mesures radicales qu'elle doit prendre pour rapidement tenter de s'adapter — et que vous expliquiez de quelle manière elle peut les prendre — à l'environnement en constante évolution dont on vient tout juste de parler et que vous nous avez présenté.

M. Abramson : Laissez-moi vous faire part de deux réflexions à ce sujet. La première concerne la relation de la société avec la distribution. Il me semble, et d'après ce que j'ai observé de la CBC à l'audience concernant « Parlons télé », qu'elle ne souhaitait pas être une entreprise de distribution. Elle ne veut pas exploiter d'antenne. Elle est préoccupée par une grande partie du contenu qui est diffusé en parallèle et que les gens peuvent regarder au lieu

From that standpoint I would say we get that. We are sort of on the opposite side of the coin. We are also not vertically integrated but we are on the carriage rather than the content side. We are always worried about hearing if a big network provider like a Rogers or a Bell or whomever — and I am not saying they do this — is only going to offer premium content to their users and say literally if you want to subscribe to the Internet you had better not do it with those guys because you won't be able to see everything. That is why we are such strong champions of network neutrality as a policy kind of issue.

I think the CBC has similar concerns and what they need to do there is simply embrace the Internet in some ways and make sure that their stuff is available so that they don't need to have a deal with every distributor that makes their content available. You can literally get it as long as you are on the Internet. The more places their content is available the better on every tablet, every website and all that stuff.

I suppose that brings me to my second related point which is simply to focus on being a content provider. In the U.K. a few years ago they used to talk about public service publishers rather than public service broadcasters. That is something to think about. I think the CBC has done a reasonably good job at some of that. We heard a lot about a well-known talk show host in the news yesterday and this morning from CBC.

What really struck me there was of course what a big deal it was. Everyone was talking about it and so on. That is a show that a lot of people have consumed, not just through radio although there is obviously that but through sort of a TV show where you see them online. The Twitter aspect to it has been enormous. I read a letter by one of the principals in that whole affair on Facebook and we have seen a fair bit of that.

I do think the CBC has done a reasonably good job at trying to embrace digital platforms. It is hard to do simply because we are not there yet. As I said, 28 hours a week on traditional TV, subscription television I guess, versus something like two when you average it out on Internet television it is a completely different thing as of yet and the money is just not there.

Senator Housakos: Digital platforms it seems to me are very hard to transform into currency, into dollars.

de son contenu. On pourrait dire qu'elle est en concurrence. C'est intégré à la distribution, mais elle n'est pas certaine de la façon dont cela fonctionne, et elle est un peu inquiète.

De ce point de vue, je dirais que nous comprenons la situation. Nous sommes en quelque sorte le revers de la médaille. En outre, nous ne sommes pas intégrés verticalement, mais nous sommes du côté de la fourniture plutôt que de celui du contenu. Nous craignons toujours d'apprendre qu'un grand fournisseur de réseau, comme Rogers, Bell ou qui que ce soit d'autre — et je ne dis pas qu'ils le font —, va offrir du contenu en accès limité à ses utilisateurs, qu'il va littéralement dire aux gens que, s'ils veulent s'abonner à Internet, ils sont aussi bien de le faire auprès de ces fournisseurs, sans quoi ils ne pourront pas tout voir. C'est pourquoi nous sommes des champions si acharnés de la neutralité du réseau en tant qu'enjeu stratégique.

Je pense que la CBC a des préoccupations semblables et que, ce qu'elle doit faire dans cette situation, c'est simplement accueillir Internet de certaines façons et s'assurer que son contenu est disponible afin qu'elle ne soit pas obligée de faire affaire avec tous les distributeurs qui rendent son contenu accessible. On peut vraiment le visionner pourvu qu'on soit sur Internet. Plus le nombre d'endroits où son contenu est accessible sera grand, sur toutes les tablettes, tous les sites web et toutes ces choses, mieux ce sera.

Je suppose que cela m'amène à ma deuxième réflexion connexe : que la CBC se concentre simplement sur le fait d'être un fournisseur de contenu. Au Royaume-Uni, il y a quelques années, on parlait d'éditeurs de services publics plutôt que de radiodiffuseurs de services publics. C'est une notion à laquelle il faut réfléchir. Je pense que, dans une certaine mesure, la CBC a fait un assez bon travail à cet égard. Nous avons beaucoup entendu parler d'un célèbre animateur d'émission-débat de la CBC aux nouvelles, hier, et ce matin.

Ce qui m'a frappé, bien sûr, c'est à quel point c'était une grosse affaire. Tout le monde en parlait. C'est une émission que bien des gens ont suivie, pas seulement à la radio, quoique c'est manifestement de cela qu'il s'agit, mais aussi dans le cadre d'un genre d'émissions de télévision où on voit les animateurs en ligne. L'aspect Twitter de cette affaire est énorme. J'ai lu une lettre rédigée par l'une des principales personnes concernées par toute cette affaire, sur Facebook, et nous avons observé bon nombre de choses à ce sujet.

Selon moi, la CBC a fait un assez bon travail pour ce qui est de tenter d'adopter les plates-formes numériques. C'est difficile à faire, simplement parce que nous n'y sommes pas encore arrivés. Comme je l'ai dit, 28 heures par semaine à la télévision traditionnelle, la télévision payante, j'imagine, par rapport à quelque chose comme deux heures, si on fait la moyenne, pour la télévision sur Internet, c'est quelque chose de complètement différent de ce qu'on a fait jusqu'ici, mais il n'y a tout simplement pas d'argent.

Le sénateur Housakos : Les plates-formes numériques, il me semble, sont très difficiles à transformer en argent, en dollars.

Mr. Abramson: Yes.

Senator Housakos: I am no expert in the field but I am somebody with a background in sales. How is that progressing? How is the industry to get around to creating what is a platform that is disseminating information quickly in various platforms but is making it very difficult to recoup revenue?

Mr. Abramson: If I knew. . . it is a great question. What we have seen are some platforms which are great at disseminating stuff. We talked about Twitter. I was on it this morning and I saw members of this committee on it this morning and so on. It has really changed the way a lot of us consume news and so on.

In terms of their revenues I don't know what they are but they are way down and none of that is video. As you know video is much, much more expensive to produce than any of this stuff. I guess you could do it with YouTube but even YouTube has been very active in seeking out what they call premium content and making deals and bringing people to the platform because it is not the sort of thing you can do in high quality in your basement at night as a hobby. It takes real dollars to have people write good scripts and actors and cameras and all the rest of it.

It is very, very hard. I don't know the answer but what I do know is that there are a lot of people out there putting a lot of dollars into trying and seeing what sticks.

Senator Munson: How many groups like you across the country are doing what you are doing? I even talked about more carriage than content and that is sort of that is in the background of things. I don't think people are paying attention to that. How do you make your money?

Mr. Abramson: We are a little bit like a utility. We carry bits.

Senator Munson: I know the word "bits" but people don't understand that word and think it has something to do with horses. A lot of people just don't get that kind of conversation, maybe aging senators and me too.

Mr. Abramson: Fair enough. In the same way that we have all had phone lines in our homes where you simply pick it up and get a dial tone. Rather than a dial tone we provide a certain Internet dial tone. Rather than hook a telephone up to it you hook your computer up, and rather than dial phone numbers and talk to people you can do all the different things they hear about on the Internet by having the computer send it through that line.

M. Abramson : Oui.

Le sénateur Housakos : Je ne suis pas expert dans le domaine, mais je suis une personne qui a de l'expérience dans la vente. Quels sont les progrès réalisés dans ce domaine? Comment l'industrie va-t-elle se débrouiller pour créer une plate-forme qui diffuse de l'information rapidement, sur diverses plates-formes, mais qui fait en sorte qu'il est très difficile de récupérer les recettes perdues?

M. Abramson : Si je savais... C'est une question tout à fait pertinente. Ce que nous avons vu, ce sont des plates-formes qui sont excellentes pour diffuser des choses. Nous avons parlé de Twitter. J'étais sur Twitter ce matin, et j'ai vu des membres du comité qui y étaient, et ainsi de suite. Cette plate-forme a vraiment changé la façon dont un grand nombre d'entre nous suivent les nouvelles et tout le reste.

En ce qui concerne les recettes de la CBC, je ne les connais pas, mais elles sont très maigres, et aucune ne provient de productions vidéo. Comme vous le savez, la vidéo est beaucoup, beaucoup plus chère à produire que toutes ces choses. Je suppose qu'on pourrait le faire grâce à YouTube, mais même YouTube recherche très activement ce qu'il appelle le contenu en accès limité; il conclut des ententes et amène des gens vers la plate-forme parce que ce n'est pas le genre de choses qu'on peut faire en haute qualité dans son sous-sol le soir comme passe-temps. Il faut de l'argent réel pour que des gens rédigent de bons scénarios et pour payer les acteurs et les caméras, et tout le reste.

C'est très, très difficile. Je ne connais pas la réponse, mais ce que je sais, c'est qu'il y a beaucoup de gens qui investissent de grosses sommes pour tenter de trouver ce qui fonctionne.

Le sénateur Munson : Combien de groupes comme le vôtre font ce que vous faites au pays? J'ai même parlé du besoin de plus de fourniture que de contenu, mais c'est un peu comme dire que c'est dans l'arrière-plan. Je ne pense pas que les gens prêtent attention à cet aspect. Comment gagnez-vous votre argent?

M. Abramson : Nous sommes un peu comme un service public. Nous fournissons des bits.

Le sénateur Munson : Je connais le terme « bits », mais les gens ne comprennent pas ce terme, et les anglophones pensent qu'il a quelque chose à voir avec les chevaux. Bien des gens ne comprennent tout simplement pas ce genre de conversations, peut-être les sénateurs âgés et moi-même également.

M. Abramson : C'est assez juste. De la même manière que nous avons tous eu une ligne téléphonique à notre domicile, où on n'a qu'à décrocher pour entendre la tonalité : au lieu d'une tonalité téléphonique, nous fournissons une certaine tonalité par Internet. Au lieu de raccorder son téléphone à cette tonalité, on raccorde son ordinateur, et au lieu de composer des numéros de téléphone et de parler aux gens, on peut faire toutes les choses différentes dont on entend parler sur Internet en s'organisant pour que l'ordinateur l'envoie par cette ligne.

If people want to do e-mail, if people want to do web, if people want to watch movies, it is a much broader technology, I think, the Internet than the phone which is really much more single purpose. What you did was talk to people.

What we do is literally try and act as that utility, providing that Internet line into the home and letting people do whatever they want with it.

Senator Munson: Do you make money doing this? I think you mentioned a specific area. Do you have other small organizations like yourself across the country doing the same thing in designated areas?

Mr. Abramson: We are about 250,000 homes across Canada, principally in Ontario and Quebec. The very small part I mention is we bought a cable company about six months ago, or I guess probably a little bit less, in order to learn more about the TV business and see what it would take to get into it, especially see how we could sort of meld it into what we do which is heavily focused on the Internet, or at least the style of carriage that characterizes the Internet. It is pretty small. It is Madoc, Ontario, and it is under 1,000 homes, so it is literally a fraction of what we do generally.

In terms of others out there I guess we are probably one of the bigger ones in Canada, maybe the biggest independent or alternative residential service provider like that. There are a good 25 or so that are all operating and doing sort of similar things that we do at a smaller scale.

Senator Munson: You may have mentioned this. Do you go through a regulatory process to get the licence?

Mr. Abramson: A lot of what we do isn't formally licensed although there are registration lists that we have to be on. Some of it requires licences, depending on how we do it, but yes, we need to be involved with the CRTC. There are tariffs under which we get access to the bottleneck facilities that we integrate into our networks. The bottleneck facility is that line to the home where it just wouldn't make sense for everyone to build their own. Yes, the regulatory process is a big part of what we do.

Senator Munson: So you are making a good living at this.

Mr. Abramson: We are trying. The margins are not what they are in hockey, I hear, but we do our best.

The Chair: Do you have an association? If you are not the only one doing it, are you regrouped as an association and make collective requests to the CRTC?

Si les gens veulent rédiger des courriels, s'ils veulent naviguer sur le Web, s'ils veulent regarder des films, Internet est une technologie beaucoup plus vaste, selon moi, que le téléphone, qui ne sert qu'à une seule fin. Tout ce qu'on faisait, c'était parler aux gens.

Ce que nous faisons, c'est littéralement essayer d'agir comme ce service public, amener cette ligne Internet au domicile des gens et les laisser faire ce qu'ils veulent grâce à elle.

Le sénateur Munson : Faites-vous de l'argent en le faisant? Je pense que vous avez mentionné un secteur précis. Y a-t-il d'autres petites organisations comme la vôtre partout au pays qui font la même chose dans des secteurs désignés?

M. Abramson : Nous desservons environ 250 000 domiciles dans l'ensemble du Canada, principalement en Ontario et au Québec. La très petite partie que j'ai mentionnée, c'est parce que nous avons acheté une entreprise de câblodistribution il y a environ six mois, ou, j'imagine, peut-être un peu moins, afin d'en apprendre davantage au sujet du domaine de la télévision et de voir ce qu'il faudrait pour se lancer dans ce domaine, surtout déterminer comment nous pourrions l'intégrer à ce que nous faisons, qui est lourdement axé sur Internet, ou, du moins, sur le style de fourniture qui caractérise Internet. C'est assez petit. C'est Madoc, en Ontario, et l'entreprise sert moins de 1 000 foyers; c'est donc littéralement une fraction de ce que nous faisons en général.

Par rapport aux autres entreprises, je suppose que nous sommes probablement l'une des plus importantes au Canada, peut-être le plus important fournisseur de services résidentiels indépendant ou de rechange du genre. Il y en a pas moins de 25 qui fonctionnent tous et qui font des choses à peu près semblables à ce que nous faisons, mais à plus petite échelle.

Le sénateur Munson : Vous l'avez peut-être mentionné. Suivez-vous un processus réglementaire pour obtenir le permis?

M. Abramson : Une grande partie de ce que nous faisons n'exige pas de permis officiel, mais il y a des listes d'inscription sur lesquelles le nom de notre entreprise doit figurer. Certaines de nos activités exigent des permis, selon la façon dont nous les menons, mais, oui, nous devons faire affaire avec le CRTC. Nous avons des tarifs à payer pour obtenir l'accès aux installations goulot que nous intégrons dans nos réseaux. Les installations goulot sont la ligne qui se rend au domicile parce qu'il serait simplement insensé que chacun construise la sienne. Oui, le processus réglementaire est une partie importante de ce que nous faisons.

Le sénateur Munson : Ainsi, vous gagnez bien votre vie en le faisant.

M. Abramson : Nous essayons. Les marges ne sont pas les mêmes qu'au hockey, semble-t-il, mais nous faisons de notre mieux.

Le président : Avez-vous une association? Vous n'êtes pas le seul à le faire. Alors tout le monde est-il regroupé en tant qu'association et faites-vous des demandes collectives au CRTC?

Mr. Abramson: Yes, we are. A few years ago we founded the Canadian Network Operators Consortium. It is really exactly that, a ministry grouping of 20-odd companies—I don't remember the numbers, I apologize—that do this at different scales and in different ways as well. Some do it through wholesale network access as we do; some almost entirely only through the fixed wireless that I mentioned we do. That we do mostly in our home base of Chatham, Ontario. Yes, there is ministry association and yes, it is quite active.

Senator Plett: You answered some of my questions at the tail end of answering Senator Munson's questions, but I do want to get into it a little more. Senator Munson and Senator Eggleton were both trying to find out what it is exactly that you do as well. I apologize for this but I have never heard of TekSavvy Solutions before today.

Mr. Abramson: No worries.

Senator Plett: I am from Manitoba and you said Ontario and Quebec. Do you operate right across Canada?

Mr. Abramson: Geographically we are across Canada but we are not everywhere in Canada. Specifically we are not present in Manitoba yet. We are now taking steps, we hope, to offer the service in Manitoba as well but we are not there yet.

Senator Plett: You said there are a number of organizations like yourself and you are part of an association.

Mr. Abramson: Yes.

Senator Plett: What would you need to do to break into Manitoba? What do you do different from your competitors?

Mr. Abramson: We all deliver our services slightly differently. The pricing, the service bundles, the customer service, the equipment that is used to access and so on, all of that is a little bit different. On the telephone side, because we have the telephone service as well, the rates are different for long distance. All of that is a little bit different.

In terms of what we would need to get started in Manitoba, which as I say is something we are very interested in, we simply need at the largest scale to work with the local exchange carriers there like MTS and do our best.

Senator Plett: That was going to be my next question. I have my Internet at both of my places, at my cottage and my condo in Winnipeg. I am with MTS and they provide all my services. If you

M. Abramson : Oui, nous sommes regroupés. Il y a quelques années, nous avons fondé le Consortium des opérateurs de réseaux canadiens. En fait, c'est exactement cela : un regroupement d'une vingtaine d'entreprises — je ne me souviens plus du nombre, je m'excuse — qui le font à diverses échelles et de diverses manières. Certaines le font grâce à l'accès au réseau de grossistes, comme nous; certaines le font presque entièrement grâce au réseau sans fil fixe, comme, je l'ai mentionné, nous également. Nous le faisons surtout à notre siège social, à Chatham, en Ontario. Oui, il y a une association et, oui, elle est assez active.

Le sénateur Plett : Vous avez répondu à certaines de mes questions à la toute fin de votre réponse aux questions du sénateur Munson, mais je veux approfondir un peu plus votre réponse. Le sénateur Munson et le sénateur Eggleton essayaient tous les deux de découvrir ce que vous faites d'autre exactement. Je m'en excuse, mais je n'ai jamais entendu parler de TekSavvy Solutions avant aujourd'hui.

M. Abramson : Ne vous inquiétez pas.

Le sénateur Plett : Je viens du Manitoba, et vous avez parlé de l'Ontario et du Québec. Exploitez-vous votre entreprise dans l'ensemble du Canada?

M. Abramson : D'un point de vue géographique, nous servons l'ensemble du Canada, mais nous ne sommes pas présents partout au Canada. Plus précisément, nous ne sommes pas encore présents au Manitoba. Nous sommes en train de prendre des mesures pour, espérons-le, offrir le service au Manitoba également, mais nous n'y sommes pas encore.

Le sénateur Plett : Vous avez dit qu'il y a un certain nombre d'organisations comme la vôtre et que vous faites partie d'une association.

M. Abramson : Oui.

Le sénateur Plett : De quoi avez-vous besoin pour percer au Manitoba? Que faites-vous qui vous distingue de vos concurrents?

M. Abramson : Nous fournissons tous nos services de façon légèrement différente. Les prix, les forfaits de services, le service à la clientèle, l'équipement qui est utilisé pour l'accès, et ainsi de suite; tout cela est un peu différent. Du point de vue de la téléphonie, parce que nous offrons le service téléphonique également, les taux sont différents pour les appels interurbains. Tout cela est un peu différent.

En ce qui concerne ce dont nous aurions besoin pour nous lancer au Manitoba, ce qui, comme je l'ai dit, nous intéresse beaucoup, nous avons simplement besoin, à la plus grande échelle possible, de travailler avec les fournisseurs locaux, comme MTS, et de faire de notre mieux.

Le sénateur Plett : C'était ma prochaine question. J'ai Internet à mes deux domiciles : mon chalet et mon condo, à Winnipeg. Je suis abonné à MTS, et l'entreprise me fournit tous mes services. Si

were in Manitoba my option would be to get TekSavvy to supply me with my long distance and all my Internet services. Is that correct?

Mr. Abramson: Your home phone and all that, yes.

Senator Plett: And my home phone.

Mr. Abramson: Exactly.

Senator Plett: MTS would be one of your large competitors if you came into Manitoba.

Mr. Abramson: If we came into Manitoba MTS would be both one of our large competitors and our biggest supplier.

Senator Plett: Your desire is to be a competitor with CBC and you are not now.

Mr. Abramson: No, our desire really is to carry CBC and make it available.

Senator Plett: So you would like to work with CBC and not against them.

Mr. Abramson: Absolutely. Ideally it would be great. I guess what I would say is if there were a world in which the members of our industry association generally were competing in TV the way we do in Internet, you would see a much more competitive market for TV services in this country.

Senator Plett: Because of the municipal elections in Manitoba the other day we got a good result in our mayoral election. I wanted to watch "Dragons' Den" because it was the first of the season but I couldn't because it was preempted by the municipal elections. I went on the CBC site and I played it through my Internet, through my MTS. If I could subscribe to TekSavvy would I have been able to do that right now? If you were there or wherever you are, would I have been able to do that?

Mr. Abramson: I believe so and the reason I am being cautious is because there are some shows on some websites where they say unless you are a subscriber to our cable service we won't let you watch it. You have to put in your password and so on. I don't think that is the case for most of the CBC shows. I think they have pursued the strategy I was talking about earlier about making their content as available as they can on the Internet to make sure people watch it. You probably would have been able to with that particular show but I would have to look it up.

Senator Plett: But at least it gives me an idea of it.

Mr. Abramson: Exactly.

vous étiez au Manitoba, j'aurais le choix de m'abonner à TekSavvy pour qu'elle me fournisse mes services d'appels interurbains et tous mes services Internet. Est-ce exact?

M. Abramson : Votre téléphone résidentiel et tout cela, oui.

Le sénateur Plett : Et mon téléphone résidentiel.

M. Abramson : Exactement.

Le sénateur Plett : MTS serait l'un de vos grands concurrents si vous veniez au Manitoba.

M. Abramson : Si nous allions au Manitoba, MTS serait à la fois un de nos grands concurrents et notre plus important fournisseur.

Le sénateur Plett : Vous souhaitez être un concurrent de la CBC, mais vous ne l'êtes pas pour le moment.

M. Abramson : Non, en réalité, nous souhaitons diffuser le signal de la CBC et le rendre accessible.

Le sénateur Plett : Ainsi, vous voudriez travailler avec la CBC, pas contre elle.

M. Abramson : Absolument. Idéalement, ce serait génial. Je dirais que, qu'il y avait un monde dans lequel les membres de notre association industrielle se livraient généralement concurrence dans le domaine de la télévision de la façon dont nous le faisons dans le domaine d'Internet, on observerait un marché beaucoup plus concurrentiel pour les services télévisuels au pays.

Le sénateur Plett : En raison des élections municipales au Manitoba, l'autre jour... nous avons obtenu un bon résultat à l'élection de notre maire. Je voulais regarder *Dragons' Den* parce que c'était le premier épisode de la saison, mais je ne pouvais pas parce que l'émission était remplacée par les élections municipales. Je suis allé sur le site de la CBC, et je l'ai visionné grâce à ma connexion Internet fournie par MTS. Si j'avais pu m'abonner à TekSavvy, aurais-je été en mesure de le faire en ce moment? Si vous étiez là, où que vous soyez, aurais-je pu le faire?

M. Abramson : Je crois bien, et la raison de ma prudence est qu'il y a des émissions sur certains sites Web où une entreprise vous dit que, si vous n'êtes pas abonné à son service de câblodistribution, elle ne vous laissera pas la regarder. Vous devez entrer votre mot de passe et ainsi de suite. Je ne pense pas que ce soit le cas pour la plupart des émissions de la CBC. Selon moi, la société a adopté la stratégie dont je parlais plus tôt afin de rendre son contenu le plus accessible possible sur Internet pour s'assurer que les gens le regardent. Vous auriez probablement pu regarder cette émission particulière, mais il faudrait que je vérifie.

Le sénateur Plett : Mais au moins, cela me donne une idée du service que vous offrez.

M. Abramson : Exactement.

Senator Unger: You just commented that CBC is just putting their shows on the Internet as much as they can, making them available to everyone. Would you consider that competition from a public company paid for by taxpayers' money competition and if it is competition is it really fair?

Mr. Abramson: That is a good question. Is it competition? Is it fair? As someone who used to do a little bit of competition law it is tough because with a television show as with any intellectual property each piece of content is different. How directly do they compete if they are all different? If we say the reason we created a CBC is for them to do something different from what the private sector does, then you might say it is not competition. The whole point is to do something other, to do a different kind of show, to do more Canadian shows and all that stuff.

On the other hand you might say, "Look, at the end of the day what I am interested in is selling advertising and in that sense I can either take my advertising to a CBC or take my advertising to a Rogers." I guess that would be competition. Is it fair? It is not for me to say but we have made a policy choice in this country to create a public broadcaster and have it create content. That is a choice we have made. Once we make that choice we have to let it use that content in the way that is going to best serve its ends. I am not one to second guess. That is their management and their board. Either they are in the marketplace or they are not, but once you are in a marketplace of ideas I can understand wanting to get those ideas out there.

Senator Unger: You said that you would be able to offer TV in remote areas wirelessly. Would you be able to cover all of the places in Canada that the CBC does without towers and that type of transmission?

Mr. Abramson: No. I was talking about a couple of different things. We offer most of our service over wholesale network access but in rural areas we do fixed wireless, principally in our two main offices in Chatham, Ontario, our home base, and Gatineau, Quebec. Those do not necessarily involve towers. A lot of the time it is the top of grain silos or the corner of the roof of an arena. We provide wireless access that way and then we run fibre typically to that building or to that silo or whatever it is. That absolutely needs towers but beyond satellite I don't see many options for reaching those most remote regions without a terrestrial infrastructure.

Senator Unger: You are talking about fibre optics, right?

Mr. Abramson: Yes.

La sénatrice Unger : Vous venez tout juste de mentionner que la CBC ne fait que mettre ses émissions sur Internet le plus possible pour les rendre accessibles à tous. Considérez-vous cette concurrence de la part d'une entreprise publique financée par l'argent des contribuables comme de la concurrence, et, si c'est de la concurrence, est-ce vraiment équitable?

M. Abramson : C'est une bonne question. Est-ce de la concurrence? Est-ce équitable? En ma qualité de personne qui a déjà fait un peu de droit de la concurrence, il m'est difficile de répondre parce que, dans le cas d'une émission de télévision comme dans celui de toute propriété intellectuelle, chaque élément de contenu est différent du suivant. Dans quelle mesure sont-ils en concurrence directe s'ils sont tous différents? Si nous disons que la raison pour laquelle nous avons créé une CBC était qu'elle fasse quelque chose de différent de ce que fait le secteur privé, on pourrait dire que ce n'est pas de la concurrence. L'objectif principal est de faire quelque chose d'autre, de créer un type d'émissions différent, de produire plus d'émissions canadiennes et toutes ces choses.

Par ailleurs, on pourrait dire : « Écoutez, en fin de compte, ce qui m'intéresse, c'est la vente de publicité et, en ce sens, je peux confier ma publicité à la CBC ou la confier à Rogers. » J'imagine que ce serait de la concurrence. Est-ce équitable? Ce n'est pas à moi de le dire, mais, dans notre pays, nous avons fait le choix stratégique de créer un radiodiffuseur public et de lui faire créer du contenu. C'est un choix que nous avons fait. Une fois que nous l'avons fait, nous devons laisser la société utiliser ce contenu de la façon qui servira le mieux ses objectifs. Je ne suis pas du genre à faire des conjectures. C'est sa direction et son conseil. La société est sur le marché ou elle ne l'est pas, mais, une fois qu'on est sur un marché d'idées, je peux comprendre qu'on veuille que ces idées soient diffusées.

La sénatrice Unger : Vous avez dit que vous seriez en mesure d'offrir votre télévision sans fil dans les régions éloignées. Seriez-vous capable d'offrir votre service à tous les endroits au Canada où le fait la CBC, sans tours et ce type de transmission?

M. Abramson : Non. Je parlais de deux ou trois choses différentes. Nous offrons la majeure partie de nos services grâce à notre accès au réseau de grossistes, mais, dans les régions rurales, nous offrons un service sans fil fixe, principalement dans nos deux bureaux principaux, à Chatham, en Ontario, notre siège social, et à Gatineau, au Québec. Ces services ne sont pas nécessairement assurés par des tours. Souvent, nous utilisons le toit des silos à grains ou le coin du toit d'un complexe sportif. Nous fournissons l'accès sans fil de cette manière, puis nous raccordons la fibre de la façon habituelle à l'immeuble ou au silo en question, ou à quoi que ce soit. Dans ce cas, il faut absolument des tours, mais, à part le satellite, je ne connais pas beaucoup d'options pour rejoindre ces régions les plus éloignées sans infrastructure terrestre.

La sénatrice Unger : Vous parlez de la fibre optique, n'est-ce pas?

M. Abramson : Oui.

Senator Unger: Is Bell doing this now?

Mr. Abramson: In many areas it is, yes.

Senator Unger: I live in a condo in Ottawa and Bell is offering that services. Are you in western Canada, specifically Alberta? I am from Edmonton.

Mr. Abramson: Yes.

Senator Unger: The competitors there would be Shaw and Telus.

Mr. Abramson: And TekSavvy, yes.

Senator MacDonald: Thank you for being with us, Mr. Abramson.

In regard to Bell and Rogers networks, other than the change to the tariffs for access to these networks what other changes would you like to see the CRTC enact?

Mr. Abramson: It is a very good question and I should say there is an upcoming major CRTC policy hearing where we will address some of those. I have to be careful not speak out of turn and change what we are asking for.

Currently with their service we do depend in that last mile on the bottleneck facility provider. That involves more than flipping a switch. It involves sometimes sending out an installer. It involves doing internal diagnostics because that access line is wired up with all kinds of electronics that we don't have access to.

One of the things that we have asked the CRTC about is basically to follow the lead of some other jurisdictions in Europe and elsewhere in order to make this thing work especially on the non-price side and to treat us in the same way that they treat themselves. In other words where there is a bottleneck facility that has been determined to be one that you need to tariff in order to enable competition because it is not feasibly reproducible, the wholesale arm that provides the bottleneck facility ought to treat its retail arm the same way as it treats other retailers. We think that without that there is always going to be a bit of a speed bump. There is every incentive. I can understand why they would act on their opportunity to realize the incentive to not treat other retailers in the same way as they do their retail arm.

To us that is a huge issue because it really does impact consumers who get frustrated. Sometimes we are sort of the man in the middle on that and that is tough. Rates are obviously significant but there is a whole new technology coming down the pike as well where you build fibre all the way to the residence including to condominiums. We can't access that right now and we believe that the economics of fibre to the actual residence, or they say fibre to the premise, are similar. In other words it is not economic to have five or seven, or whatever it is, different fibre optic lines all going to the premise. It just doesn't make sense.

La sénatrice Unger : Est-ce ce que fait Bell en ce moment?

M. Abramson : Dans de nombreuses régions, oui.

La sénatrice Unger : J'habite dans un condominium, à Ottawa, et Bell offre ces services. Êtes-vous dans l'ouest du Canada, plus précisément en Alberta? Je viens d'Edmonton.

M. Abramson : Oui.

La sénatrice Unger : Là-bas, les concurrents sont Shaw et Telus.

M. Abramson : Et TekSavvy, oui.

Le sénateur MacDonald : Je vous remercie de votre présence, monsieur Abramson.

En ce qui a trait aux réseaux de Bell et de Rogers, à part la modification des tarifs pour accéder à ces réseaux, quels autres changements aimeriez-vous que le CRTC apporte?

M. Abramson : C'est une très bonne question, et je dirais qu'une audience de politiques majeure du CRTC aura lieu bientôt, où nous aborderons certains de ces aspects. Je devrai faire attention de ne pas parler quand ce n'est pas mon tour et changer ce que nous demandons.

Actuellement, avec leur service, nous dépendons, à cette dernière étape, du fournisseur d'installations goulot. Cela suppose de faire plus qu'appuyer sur un interrupteur. Il faut parfois envoyer un installateur. Il faut faire des diagnostics internes parce que la ligne d'accès est raccordée à toutes sortes de circuits électroniques auxquels nous n'avons pas accès.

L'une des choses à propos desquelles nous avons posé des questions au CRTC c'est, essentiellement, la possibilité de suivre l'exemple de certains autres pays, en Europe et ailleurs, pour que les choses fonctionnent, surtout à l'égard de l'aspect non tarifaire, et que tous soient traités de la même façon. Autrement dit, s'il y a une installation goulot et qu'il a été déterminé qu'un tarif doit être imposé relativement à son utilisation afin de permettre la concurrence parce qu'il n'est pas faisable de la reproduire, le volet du grossiste qui fournit l'installation goulot doit traiter son volet responsable du commerce de détail de la même manière qu'il traite les autres détaillants. Nous pensons que, autrement, il va toujours y avoir un léger obstacle. L'entreprise a tout intérêt à le faire. Je peux comprendre pourquoi elle sauterait sur l'occasion de ne pas traiter les autres détaillants de la façon dont elle traite son volet responsable du commerce de détail.

Pour nous, c'est un énorme problème, parce qu'il a vraiment des répercussions sur les consommateurs, qui deviennent frustrés. Parfois, nous sommes un genre d'intermédiaire à cet égard, et c'est dur. Les tarifs sont manifestement importants, mais une toute nouvelle technologie nous arrive également, et elle permettra d'installer la fibre jusqu'au domicile, y compris les condominiums. Nous ne pouvons y accéder pour l'instant, et nous croyons que l'aspect économique de la fibre optique jusqu'au domicile, ou comme on le dit « la fibre jusqu'à l'abonné », est semblable. Autrement dit, il n'est pas économique d'avoir cinq, voire sept, ou

What we have proposed to the CRTC is an economic model for how you would tariff that and how you would find an acceptable way for the person who put in the fibre to offload the risk to the person who wants to get access to it in a way that doesn't dampen the incentive to invest, make sure that we have fibre to the homes in this country, and make sure that we can have competition so that once someone puts that fibre to the home it doesn't end competition for that consumer.

I would say those are some of the biggest things that we are especially concerned about going forward. We think there is a pretty good regime right now that works apart from some of the details like the pricing. We are worried that going forward it may not be around anymore. It may not work in the same way if some of this stuff isn't looked at very seriously by the CRTC and that is why we have put it on the table.

Senator MacDonald: Can you expand your thoughts on bundling? What are your thoughts on bundling?

Mr. Abramson: Once you are providing service to the home, the more services you can provide the more revenue you can realize, the faster you can recoup your investment and invest in other things and so on.

Bundling is also a way to innovate so from a consumer standpoint you may get a richer suite of services and the service provider has every interest in providing it to you. Our concern is going the other way that sometimes if you can't bundle you get frozen out. Certainly that is our case in some areas and it is one of the reasons we like to be in television as well. For some people if we are not providing television they are not interested at all. That is one of the reasons why so few of our subscribers are people who have television service

We see the advantages. We also see some disadvantages. I guess one of the things we want to make sure is that we don't have a marketplace in which the people who don't bundle can't compete anymore because we think that would be terrible for the consumer.

Senator MacDonald: My oldest son is always on Apple TV. I wonder if you could describe how you see Apple TV and similar models playing out in the future.

Mr. Abramson: We have a few of those at home. I should say I cut off my Rogers subscription, as it were, about six months ago and actually had a fellow on my rooftop put up an antenna so we could get about 20 services over the air in full high definition. We

quel que soit le nombre, lignes de fibre optique différentes qui vont toutes à l'endroit en question. Ça n'a tout simplement pas de sens.

Ce que nous avons proposé au CRTC, c'est un modèle économique de la façon d'établir le tarif pour ce service et la façon dont on trouverait un moyen acceptable pour la personne qui installe la fibre de relier le risque à la personne qui veut y accéder de sorte que cela ne réduise pas la motivation à l'égard de l'investissement. Ainsi, on pourrait s'assurer que la fibre optique se rend aux domiciles dans notre pays et que nous avons de la concurrence afin que, une fois que quelqu'un a raccordé la fibre au domicile, cela ne mette pas fin à la concurrence pour le consommateur.

Je dirais que ce sont certains des aspects les plus importants qui nous préoccupent particulièrement au sujet de l'avenir. Nous pensons qu'un assez bon régime est en place maintenant et qu'il fonctionne, sauf pour certains détails, comme les prix. Nous craignons que, dans l'avenir, le régime disparaisse. Il ne fonctionnera peut-être pas de la même manière si certains de ces aspects ne sont pas étudiés de façon très sérieuse par le CRTC, et c'est pourquoi nous avons soulevé la question.

Le sénateur MacDonald : Pouvez-vous approfondir vos réflexions sur les forfaits? Que pensez-vous des forfaits?

M. Abramson : Une fois qu'on fournit des services au domicile, plus on peut en fournir, plus on peut réaliser de recettes et plus on peut récupérer rapidement son investissement et investir dans d'autres choses, et ainsi de suite.

Les forfaits sont aussi une façon d'innover. Ainsi, du point de vue d'un consommateur, vous pouvez obtenir une gamme de services plus riche, et le fournisseur de services a tout intérêt à vous les fournir. Notre préoccupation va dans l'autre sens : parfois, si on ne peut pas regrouper tous les services, on se fait exclure. C'est certainement notre cas dans certaines régions, et c'est l'une des raisons pour lesquelles nous aimerions offrir la télévision également. Pour certaines personnes, si nous ne fournissons pas la télévision, elles ne sont pas du tout intéressées. C'est l'une des raisons pour lesquelles si peu de nos abonnés sont des personnes qui ont le service de télévision.

Nous voyons les avantages. Nous voyons aussi certains inconvénients. J'imagine que l'une des choses dont nous voulons nous assurer est que le marché n'est pas un endroit où les gens qui n'offrent pas de forfaits ne sont plus concurrentiels parce que, selon nous, ce serait désastreux pour le consommateur.

Le sénateur MacDonald : Mon fils aîné regarde toujours Apple TV. Je me demande si vous pourriez décrire comment vous percevez l'avenir d'Apple TV et de modèles semblables.

M. Abramson : Nous avons quelques-uns de ces appareils, chez moi. Je devrais préciser qu'il y a environ six mois, j'ai annulé l'abonnement que j'avais chez Rogers et qu'une personne est venue installer une antenne sur mon toit afin que nous puissions

don't pay anything for that. We have an Apple TV and some other similar boxes hooked up.

I think right now nobody is sure what the model is going to be. A big question has been who is the analogy to? If you are an Apple TV or if you are a Netflix are you like HBO or are you like Rogers? Are you like the cable company or are you like one of the channels that the cable company provides?

I don't know if there is a clear answer and maybe it is neither going forward. The business model for this thing just hasn't shaken out yet. Now we have Apple TV boxes. At some point that is not too hard to build into the television or it is not too hard to build into a set-top box that a TekSavvy or a Bell might provide to somebody and you might just tune to the Apple portion of it.

What I do know is contracting for getting access to bundling packaging content on one hand and the same activity with respect to the connectivity on the other hand, increasingly they are just, at least to my mind, separate activities. In terms of where Apple TV goes I see more of the same. In other words people who bundle content have nothing to do with the people who provide the access line to bring that content to you. That is that window I guess I was talking about in terms of the window closing.

Right now we would love to be in traditional television because we would like to bring people the television channels they want, but let's say in ten years I doubt very much that we would see that as part of our business any more than we would see it as part of our business today of competing with Netflix. It just wouldn't make sense for us. It is not what we do.

Senator MacDonald: When it comes to apps do you see apps including those of the CBC being connected directly to TVs via these set-top boxes?

Mr. Abramson: Yes. I think more and more what people are interested in is sort of a seamless experience across a whole bunch of platforms. They have their TV. They have their phone. They have their laptops and their tablet and all that. They want to watch on the big screen and then maybe take it away with them on their phone and go upstairs with their tablet and all that stuff. I think the apps just kind of all melds together at some point. Absolutely it is part of it and in fact the way we deliver it is going to change completely. Again I don't think we are quite there yet technology-wise, but that is where it is headed.

obtenir environ 20 services en ondes en haute définition intégrale. Nous ne payons rien pour ces services. Nous avons un appareil Apple TV et d'autres appareils semblables qui sont branchés.

Je pense que, pour le moment, personne n'est certain du modèle qui sera adopté. Une grande question consiste à déterminer avec qui on fait l'analogie? Si on est Apple TV ou si on est Netflix, est-on comme HBO ou est-on comme Rogers? Est-on comme l'entreprise de câblodistribution ou est-on comme l'une des chaînes que l'entreprise de câblodistribution fournit?

Je ne sais pas si on peut y répondre clairement, et peut-être que ni l'un ni l'autre n'est un modèle d'avenir. On n'a simplement pas encore dégagé de modèle fonctionnel pour cette entreprise. Maintenant, nous avons les boîtes Apple TV. Dans une certaine mesure, ces boîtes ne sont pas trop difficiles à raccorder au téléviseur ou à raccorder à un convertisseur numérique que TekSavvy ou Bell pourrait fournir à quelqu'un, et on pourrait simplement syntoniser la partie Apple TV du système.

Je sais par contre que la passation de marchés pour l'obtention de l'accès au contenu des forfaits de service, d'une part, et la même activité à l'égard de la connectivité, d'autre part, sont de plus en plus, du moins, selon moi, des activités distinctes. En ce qui concerne l'orientation d'Apple TV, je constate que c'est du pareil au même. Autrement dit, les gens qui regroupent le contenu n'ont rien à voir avec ceux qui fournissent la ligne d'accès pour vous transmettre ce contenu. Je suppose que c'est à cette fenêtre que je faisais allusion lorsque je parlais de fermer la fenêtre.

Actuellement, nous serions ravis d'offrir des services de télévision traditionnelle parce que nous voudrions offrir aux gens les chaînes de télévision qu'ils veulent, mais, disons que je doute beaucoup que dans 10 ans ce volet fasse partie de notre entreprise, pas plus que la concurrence avec Netflix ne fait partie de notre entreprise aujourd'hui. Cela n'aurait tout simplement pas de sens pour nous. Ce n'est pas ce que nous faisons.

Le sénateur MacDonald : Pour ce qui est des applications, selon vos observations, les applications, y compris celles de la CBC, sont-elles branchées directement aux téléviseurs par le truchement de ces boîtes numériques?

M. Abramson : Oui. Je pense de plus en plus que les gens souhaitent avoir un genre d'expérience homogène sur tout un ensemble de plates-formes. Ils ont leur téléviseur. Ils ont leur téléphone. Ils ont leur ordinateur portable, leur tablette et tout cela. Ils veulent regarder quelque chose au grand écran, puis peut-être l'emporter sur leur téléphone et monter à l'étage avec leur tablette et toutes ces choses. Je pense que les applications s'intègrent toutes les unes aux autres dans une certaine mesure. Elles en font absolument partie, et, en fait, la façon dont nous offrons ce service va changer complètement. Encore une fois, je ne pense pas que nous y soyons encore tout à fait parvenus, d'un point de vue technologique, mais c'est là que nous nous dirigeons.

The Chair: You talked at the beginning of what is the role of the regulatory officer with the CRTC. You talked about Apple TV. You talked about Netflix. CRTC puts their head in the sand and those things don't exist. Actually the testimony the witness gave doesn't exist either. We didn't hear you.

How long can we continue working in an environment in which the regulatory process is so discriminating between people that make an effort to respect it? Your predecessor this morning was explaining, "I went to the CRTC. They said no to this. They said no to that." Other people don't go to the CRTC. They just do it. How far can we as a government or how far can the federal institutions tolerate that type of inequality?

Mr. Abramson: I would put it a different way. We have heard, fair enough, that foreign players were not regulated and domestic ones are. Really it is the stuff that goes over the Internet that is not regulated and the stuff that goes through dedicated channels that is regulated.

If Rogers wants to compete with Netflix in doing over-the-top service it is free to do so and it will face no more regulation than Netflix does. In fact that is what I gather they are doing with Shaw. In a sense you might say they have the regulatory advantage. They can do two things because they are Canadian. They can operate the regulated service or an unregulated one over the top. Netflix can only do one of those things. They can offer only the regulated service over the top because they are not Canadian.

It is clearly more complicated. Netflix is also one of these California companies that benefits from kind of global economies of scale that we simply don't have in a more peripheral market like Canada so it is hard to compare.

I would say my view is right now and for the next few years that regulatory piece should be flipped around. People can already go over the top and do whatever they want. The question is: Why would they want to be in a regulating kind of environment? We have laid out some of the reasons why we want to be. We could have offered an over-the-top service that wouldn't be regulated. We have no interest in doing that, but we would like to offer a regulated service and opt into that because it would give us access to the Canadian content, the basic services and so on that would allow us to provide the service that customers and consumers expect.

If the CRTC were to take steps to enable that and to make that easy then surely you would see many new distributors start up. As those barriers fall where it is no longer sustainable maybe to

Le président : Au début, vous avez parlé de ce qu'est le rôle de l'agent de réglementation au CRTC. Vous avez parlé d'Apple TV. Vous avez parlé de Netflix. Le CRTC fait l'autruche, et ces choses n'existent pas. En fait, le témoignage présenté par le témoin n'existe pas non plus. Nous ne vous avons pas entendu.

Encore combien de temps pouvons-nous continuer de travailler dans un environnement où le processus réglementaire est si discriminatoire pour les gens qui font l'effort de le respecter? L'intervenant qui vous a précédé ce matin expliquait : « Je me suis adressé au CRTC. Il a refusé ceci. Il a refusé cela. » D'autres gens ne s'adressent pas au CRTC. Ils se contentent de faire ce qu'ils veulent. Jusqu'à quel point pouvons-nous, en tant que gouvernement, ou jusqu'à quel point les institutions fédérales peuvent-elles tolérer ce type d'iniquité?

M. Abramson : Je présenterais la situation différemment. J'ai entendu dire, je l'avoue, que les intervenants étrangers n'étaient pas réglementés, mais que ceux du pays le sont. En réalité, c'est le contenu qui est diffusé sur Internet qui n'est pas réglementé, et le contenu qui est diffusé sur les chaînes spécialisées qui est réglementé.

Si Rogers veut faire concurrence à Netflix en offrant un service par contournement, l'entreprise est libre de le faire, et elle n'aura pas plus de réglementation à respecter que Netflix. De fait, j'ai l'impression que c'est ce qu'elle fait avec Shaw. Dans un sens, on pourrait dire qu'elle a l'avantage réglementaire. Elle peut faire deux choses parce qu'elle est canadienne. Elle peut offrir le service réglementé ou un qui ne l'est pas par contournement. Netflix ne peut faire que l'une de ces choses. Cette entreprise ne peut offrir que le service réglementé par contournement parce qu'elle n'est pas canadienne.

C'est clairement plus compliqué. Netflix est également l'une de ces entreprises californiennes qui profitent de genres d'économies d'échelle mondiales que nous n'avons tout simplement pas sur un marché périphérique comme le Canada; c'est donc difficile de faire une comparaison.

Je dirais que, à mon avis, pour le moment et pour les prochaines années, ces mesures de réglementation devraient être inversées. Les gens peuvent offrir leurs services par contournement et faire tout ce qu'ils veulent. La question est la suivante : pourquoi voudraient-ils être dans un environnement réglementé? Nous avons exposé certaines des raisons pour lesquelles nous le voulons. Nous aurions pu offrir un service par contournement qui ne serait pas réglementé. Nous n'avons aucun intérêt à le faire, mais nous voudrions offrir un service réglementé, et nous choisissons ce type de service parce qu'il nous donnerait accès au contenu canadien, aux services de base et aux autres services connexes qui nous permettraient de fournir les services auxquels les clients et les consommateurs s'attendent.

Si le CRTC prenait des mesures pour le permettre et le faciliter, on verrait sûrement de nombreux nouveaux distributeurs lancer leur entreprise. À mesure que les barrières tombent et qu'il n'est

maintain a difference, you would already be in an environment where you have a much stronger Canadian ecosystem. That is our view.

Perry Rosemond, Producer, Writer and Director, The Rosemond Company: Thank you, and what a pleasure it is to be here.

This morning I will share my concepts with you on three types of television programming that are guaranteed to send CBC's revenues and ratings shooting right through the roof.

At first I will discuss news and public affairs. Then I will speak to scripted entertainment programming and lastly I will address the arts.

News and public affairs: It is essential to involve the youth of our nation in programming, creation, development and production.

I quote Eric Schmidt of Google. "The health of a country start-up sector eventually predicts the health of its economy at large." I would suggest a national web-based public affairs youth network bringing the finest talent to CBC while fostering and training the future broadcasters of our nation.

Our recruitment process would be in the form of a national think tank. Everyone is welcome from every place. Once the students are chosen in each region these young minds would then select content and write and direct and perform on all of their productions.

Although we begin on the web with the advancement in broadband and the other transmission miracles that are on the horizon, it won't be long before this programming is available to the CBC and to the world at large, plus a magnificent opportunity for all of the CBC stations, French and English, to work together.

Not all participants will choose a career in broadcasting but as they go for their MBAs or their law degrees many will be attracted to broadcasting. CBC will be provided with a first look at some of the brightest minds in the nation. The way we communicate will continue to change in logarithmic proportion and these young people will lead the change.

Next my views on scripted entertainment programming: There are already several excellent shows on CBC Radio-Canada. I can't remember a better prime time schedule. Being a supplier of scripted programming in this country is not for the faint hearted. It costs a lot and it is hard to do but it still is the best way to tell our stories and CBC Radio-Canada must carry the torch.

peut-être plus durable de maintenir une différence, on serait déjà dans un environnement où notre écosystème canadien serait beaucoup moins fragile. C'est notre point de vue.

Perry Rosemond, producteur, réalisateur et scénariste, The Rosemond Company : Merci. Quel plaisir d'être ici aujourd'hui.

Ce matin, je vais vous communiquer ma vision de trois types de programmation télévisuelle qui garantiront une augmentation spectaculaire des recettes et des cotes d'écoute de la CBC.

Je vais commencer par analyser les nouvelles et les affaires publiques. Ensuite, je vais parler de la programmation de divertissement scénarisée et, enfin, j'aborderai les arts.

Nouvelles et affaires publiques : il est essentiel de faire participer les jeunes de notre nation à la programmation, à la création, à l'élaboration et à la production.

Je cite Eric Schmidt de Google : « La santé du secteur des entreprises qui démarrent d'un pays finit par déterminer la santé de son économie en général. » Je proposerais la création sur le Web d'un réseau national de jeunes relatif aux affaires publiques qui attirerait les meilleurs talents à la CBC tout en encourageant et en formant les futurs radiodiffuseurs de notre nation.

Notre processus de recrutement prendrait la forme d'un groupe de réflexion national. Tout le monde serait le bienvenu, d'où qu'il vienne. Une fois que les étudiants auraient été choisis dans chaque région, ces jeunes esprits sélectionneraient le contenu, rédigeraient des scénarios, réaliseraient toutes leurs productions et y interpréteraient un personnage.

Même si nous commençons sur le Web par la promotion sur la bande passante et les autres miracles de transmission qui se profilent à l'horizon, avant longtemps, cette programmation sera accessible pour la CBC et le monde entier. De plus, toutes les stations de la CBC et de la SRC auront une merveilleuse occasion de travailler ensemble.

Les participants ne choisiront pas tous une carrière en radiodiffusion, mais, pendant leurs études menant à l'obtention de leur maîtrise en administration ou de leur diplôme de droit, bon nombre d'entre eux seront attirés par la radiodiffusion. La société d'État sera la première à pouvoir examiner certains des esprits les plus brillants de la nation. Notre façon de communiquer continuera de changer en proportion logarithmique, et ces jeunes gens dirigeront le changement.

Ensuite, mon point de vue sur la programmation de divertissement scénarisée : il y a déjà plusieurs excellentes émissions sur CBC/Radio-Canada. Je ne me souviens pas avoir vu une meilleure sélection pour les heures de grande écoute. Être fournisseur de programmation scénarisée dans notre pays, ce n'est pas pour les petites natures. Ça coûte cher, et c'est difficile à faire, mais c'est tout de même la meilleure façon de raconter nos histoires, et CBC/Radio-Canada doit porter le flambeau.

Showtime and HBO have set the bar very, very high and they have done it with one simple premise: Do half as much and make it twice as good. CBC is beginning to adopt that philosophy and it is a good idea. They are on the right track.

I would like to see a creative move up the ladder. Here is a plan for developing scripted material: Let's say we start with the two creative people, the CBC executive who is very well versed in script and the creative genius who brings the idea to the CBC. They collaborate. They discuss sensibility, plot and character. United, they get a few bucks from whatever funding agency is available and CBC puts in a few bucks. It literally costs \$12,000 to get a property into deep development with this scenario and that is very economical.

The usual story editing process takes place with the broadcaster and the writer until the script is completed. A suitable production company is then found to undertake the project with the writer. I like this concept because I like where the writer, the creator, the artiste is positioned in the structure. The writer in series television provides most of the creative equity and this gives them a chance to be positioned high in the hierarchy.

Finally the Arts: I started in television before black and white. When I started there was only black. I go back a long way. I have produced a lot of theatre for the screen and I produced it with magnificent stars on both sides of the border and with wonderful properties, and they have all been unsatisfactory. They were transmitted on small screens with inferior sound.

We actually did the arts a disservice by putting them on television. How do we capture, showcase and preserve the wonderful arts and culture of our nation? There is a new day dawning and I am sure you are as aware of it as I am: theatre for the movie screen and the television screen that actually works. The Olivier National with their broadcasts, Alan Bennett, Greek tragedy, French farce, Shakespeare, it all works. The Metropolitan operas, riveting. What changed? The size and quality of the screen and the innovations in sound. In the very near future this kind of programming will be available at home. Our own Stratford Festival is already building a library.

In closing let me take you on a short fantasy trip to the future. One of the world's greatest living playwrights is Canada's own Bernard Slade, as Don Cherry would say, "a good old St. Catherines boy."

Now, his play *Same Time, Next Year* is the most often performed two-character play in the world. It is translated into every language. It performs particularly well in France. He has

Showtime et HBO ont mis la barre très haut, et ils l'ont fait en partant d'un principe tout simple : en faire la moitié et le faire deux fois mieux. La CBC commence à adopter cette philosophie, et c'est une bonne idée. Elle est sur la bonne voie.

J'aimerais bien observer une personne créative monter les échelons. Voici un plan pour élaborer du matériel scénarisé : disons que nous commençons par les deux personnes créatives, soit le cadre supérieur de la CBC qui s'y connaît très bien en scénarios et le génie créatif qui présente l'idée à la CBC. Ils collaborent. Ils discutent de la sensibilité, de l'intrigue de la loi et des personnages. Ensemble, ils obtiennent quelques dollars d'un organisme subventionnaire, et la CBC fournit quelques dollars. Il leur en coûte littéralement 12 000 \$ pour que l'élaboration d'un produit soit bien amorcée grâce à ce scénario, et c'est très économique.

Le radiodiffuseur et le scénariste mènent le processus habituel de montage jusqu'à ce que le scénario soit terminé. On trouve ensuite une entreprise de production convenable qui entreprendra le projet avec le scénariste. J'aime ce concept parce que j'aime l'endroit où sont placés le scénariste, le créateur et l'artiste dans la structure. Le scénariste d'une série télévisée fournit la plus grande partie de l'apport créatif, et cela lui donne la possibilité d'être placé haut dans la hiérarchie.

Enfin, les arts : j'ai commencé à travailler dans le domaine de la télévision avant le noir et blanc. Quand j'ai commencé, il n'y avait que le noir. J'ai une longue expérience. J'ai produit beaucoup de pièces de théâtre pour l'écran, et je les ai produites avec des vedettes magnifiques des deux côtés de la frontière et avec de merveilleux accessoires, mais elles ont toutes été insatisfaisantes. Elles ont été transmises au petit écran avec un son inférieur.

En réalité, nous n'avons pas rendu service aux arts en les diffusant à la télévision. Comment pouvons-nous saisir, montrer et préserver les merveilleuses œuvres d'art et la culture de notre nation? Un nouveau jour se lève, et je suis certain que, tout comme moi, vous en êtes conscient. Du théâtre pour l'écran de cinéma et l'écran de télévision qui fonctionne vraiment. Les pièces du Olivier National Theatre retransmises, Alan Bennett, la tragédie grecque, la farce française, Shakespeare, tout cela fonctionne. Les productions du Metropolitan Opera, captivantes. Qu'est-ce qui a changé? La taille et la qualité de l'écran et les innovations au chapitre du son. Dans un avenir très rapproché, ce genre de programmation sera offert à domicile. Notre propre festival de Stratford est déjà en train de se monter une bibliothèque.

Pour conclure, laissez-moi vous faire vivre un court voyage fantastique vers le futur. Le Canadien Bernard Slade est l'un des plus grands dramaturges vivant au monde; comme dirait Don Cherry, « a good old St. Catherines boy », « un bon p'tit gars de St. Catherine ».

Or, sa pièce intitulée *Même heure l'année prochaine* est la pièce à deux personnages la plus souvent interprétée au monde. Elle est traduite dans toutes les langues. Elle est particulièrement

written a sequel. I have recently reread it, and it is called *Same Time, Another Year*. It has had very minimal exposure and it is every bit as good a play.

Let's say we staged it one night in English and then the sequel the next night in English, and then we did the same thing in French and we recorded the performances. CBC would take an equity position and would have conventional television rights.

You have heard other speakers say this but the exposure for properties like this has become boundless. There are now 1,400 theatres in North America exhibiting this kind of product: concerts, plays, whatever. They are now occurring concurrently on stage and on the screens.

There is a British-based company, DigitalTheatre.com. It is Netflix for stage presentations, concerts, events, also Pay Per View and On demand. CBC Radio-Canada will soon be capable of delivering our brilliant cultural product to the entire world.

To sum up first in news and public affairs, more youth participation originating from all regions. Next is scripted material. CBC is getting there. Let's make sure creative rises in the process. In theater CBC is on the brink of a very, very exciting adventure. In the very near future the programming that it has to do will be the programing that it wants to do.

Senator Munson: Thank you, sir, for coming. First of all I don't have a bio on you and I am really curious to find out a bit of your wealth and experience.

Mr. Rosemond: Oh, don't worry. I will sneak it in during this session. You can rest assured.

Senator Munson: I would like to hear that because I think it is important for context to know some of the things that you have done.

Mr. Rosemond: Right, Wikipedia.

Senator Munson: I think my colleague told me that 340 hours of programming have to be filled on Saturday night. My mother would listen to Gordie Drillon, a hockey player from Moncton, and "Hockey Night in Canada." On Saturday night they would gather around the radio in the Maritimes and she would always bring up the gentleman's name. It actually became a tradition on Saturday night.

Those of us who lived in Montreal listened to Danny Gallivan along with Rene Lecavalier. Those voices in my head made hockey exciting. We were there. It is part of our DNA.

The reality is that with all these digital platforms and everything else going on and the cuts in the CBC they will continue to have that for a few more years. In your innovative

populaire en France. L'auteur a écrit une suite, que j'ai récemment relue. Elle s'intitule *Same Time, Another Year*, c'est-à-dire « même heure une autre année ». Sa visibilité est très minime, mais c'est une pièce tout aussi bonne.

Disons que nous la mettions en scène un soir en anglais, puis la suite le lendemain soir, en anglais, puis que nous fassions la même chose en français et que nous enregistrons les prestations. La CBC obtiendrait une participation et détiendrait les droits télévisuels conventionnels.

Vous avez entendu d'autres intervenants le dire, mais la visibilité de produits comme celui-ci est maintenant sans limites. On compte maintenant, en Amérique du Nord, 1 400 théâtres où ce genre de produit est à l'affiche : des concerts, des pièces, n'importe quoi. Ils ont maintenant lieu en parallèle, sur scène et à l'écran.

Il y a une entreprise britannique, DigitalTheatre.com. C'est le Netflix des présentations sur scène, les concerts et les événements ainsi qu'un service de télévision à la carte et sur demande. CBC/Radio-Canada sera bientôt en mesure de diffuser notre excellent produit culturel dans le monde entier.

Pour résumer, d'abord, dans les nouvelles et les affaires publiques, une plus grande participation des jeunes provenant de toutes les régions. Ensuite, c'est le matériel scénarisé. La CBC y arrivera bientôt. Assurons-nous que la créativité augmente dans le processus. Au théâtre, la CBC est sur le point d'embarquer dans une aventure extrêmement palpitante. Dans un avenir très rapproché, la programmation qu'elle doit créer sera celle qu'elle veut bien créer.

Le sénateur Munson : Merci, monsieur, de votre présence. Tout d'abord, je n'ai pas votre biographie et je suis vraiment curieux de découvrir un peu de votre richesse et de votre expérience.

M. Rosemond : Oh, ne vous inquiétez pas. Je vais en glisser un mot dans le cadre de la séance. Soyez-en assuré.

Le sénateur Munson : Je voudrais l'entendre parce que, selon moi, c'est important pour le contexte de savoir certaines des choses que vous avez faites.

M. Rosemond : Bien sûr, Wikipédia.

Le sénateur Munson : Je pense que mon collègue m'a dit qu'il fallait combler 340 heures de programmation le samedi soir. Ma mère écoutait Gordie Drillon, un joueur de hockey d'Edmonton, et *Hockey Night in Canada*. Le samedi soir, dans les Maritimes, on se rassemblait autour de la radio, et elle mentionnait toujours le nom du monsieur. En fait, c'est devenu une tradition, du samedi soir.

Ceux d'entre nous qui vivaient à Montréal écoutaient Danny Gallivan et René Lecavalier. Dans mon esprit, ces voix rendaient le hockey passionnant. Nous étions là. Cela fait partie de notre ADN.

La réalité, c'est que, en raison de toutes ces plates-formes numériques et de tout ce qui se passe d'autre et des compressions à la CBC, on va continuer de voir cette programmation pendant

creative mind what kind of programming could move into Saturday night? I am actually worried about prohibitive cost of producing this kind of Canadian content which would allow the CBC to be vibrant in the landscape of broadcasting.

Mr. Rosemond: I will address them individually. The first part, the youth part, is very cost efficient. I have to tell you that I tested this platform on a show I did in the 1960s called *Through the Eyes of Tomorrow, À travers les yeux de demain*.

What I did was I took a student from each high school, assembled them and did a program involving them. Under this scheme we would ask the mentors to perform their services pro bono and there would be mentorship in the beginning.

Secondly, movies are being done on iPhones so technical elements are achievable and I polled two communication colleges that were willing to supply facilities for this kind of property. Also, Senator Munson, we are dealing with the cream of the crop of the entry level market. It may indeed be very appealing to non-competing corporate sponsors. Of course CBC would be entitled to throw in a few bucks because they are getting a lot of programming in return.

As far as revenue in the second scenario that I suggested, the scripted one, I am only talking about initial development costs. There are no further costs. There are no greater costs. As a matter of fact there are fewer costs because you have proven scripted pages going into the project.

As for the third one there can be no more efficient programming than the arts platform I presented. There are robotic cameras now that are doing them. There are theatres that are equipped with facilities. If you go to Stratford they know exactly where to put what, so this could actually become a very, very positive fiscal undertaking.

Senator Munson: I would just like to have a more visual context to what you are talking about. When you are saying all of these platforms are available in Stratford and other spots in the country, are you talking about programs or shows, things being produced there that are already there which the creative mind can put together for television programming?

Mr. Rosemond: Yes. If I can give you a bit of history they recently did a production of *Twelfth Night* which had a musical adaptation to it. It is beyond brilliant. CBC has not licensed the show, and I don't necessarily blame them for not licensing that show, but three years from now when that wall in your den is going to be five times the size of the flat screen you have now that production will perform brilliantly.

encore quelques années. Dans votre esprit novateur et créatif, quel genre de programmation pourrait être diffusé le samedi soir? Je m'inquiète au sujet du coût prohibitif de la production du genre de contenu canadien qui permettrait à la CBC d'être une entité dynamique dans le paysage de la radiodiffusion.

M. Rosemond : Je vais aborder ces questions séparément. Le premier volet, celui des jeunes, est très rentable. Je dois vous dire que j'ai mis cette plate-forme à l'essai dans le cadre d'une émission que j'ai produite dans les années 1960 intitulée *Through the Eyes of Tomorrow, À travers les yeux de demain*.

Ce que j'ai fait, c'est prendre un élève de chaque école secondaire; je les ai rassemblés et j'ai réalisé une émission à laquelle ils ont participé. Dans le cadre de ce projet, nous demandions aux mentors de fournir leurs services bénévolement, et il y avait du mentorat au début.

Deuxièmement, on fait des films sur des iPhone; il est donc possible d'obtenir les éléments techniques, et j'ai pressenti deux collèges de communication qui étaient disposés à fournir des installations pour ce genre de produit. En outre, monsieur le sénateur Munson, nous faisons affaire avec la crème de la crème du marché initial. Ce pourrait être très attrayant pour les entreprises commanditaires non concurrentes. Bien entendu, la CBC aurait le droit de fournir quelques dollars, puisqu'elle obtiendrait beaucoup de programmation en retour.

Pour ce qui est des recettes, dans la deuxième situation hypothétique que j'ai présentée, celle de la programmation scénarisée, je ne parle que des coûts initiaux liés à la production. Il n'y a pas d'autres coûts. Il n'y a pas de coûts plus importants. En fait, il y a moins de coûts parce que les pages scénarisées utilisées dans le cadre du projet sont éprouvées.

Quant au troisième volet, aucune programmation ne peut être plus efficiente que la plate-forme artistique que j'ai présentée. Il y a maintenant des caméras robotiques pour filmer. Il y a des théâtres qui sont munis des installations. Si vous allez à Stratford, on sait exactement où mettre quoi; par conséquent, ce modèle pourrait en réalité devenir une entreprise financière très positive.

Le sénateur Munson : Je voudrais seulement obtenir un contexte plus visuel de ce dont vous parlez. Quand vous dites que toutes ces plates-formes sont accessibles à Stratford et à d'autres endroits au pays, parlez-vous d'émissions ou de spectacles, de choses qui sont y produites, qui existent déjà et que l'esprit créateur peut rassembler pour la programmation télévisuelle?

M. Rosemond : Oui. Je peux vous présenter un petit historique : on a récemment fait une production de *La nuit des rois* qui était une adaptation musicale. C'était plus qu'exceptionnel. La CBC n'a pas prévu de permis pour diffuser le spectacle, et je ne la blâme pas nécessairement, mais, dans trois ans, quand le mur de votre salon aura cinq fois la taille de l'écran plat que vous avez maintenant, cette production connaîtra un succès retentissant.

Senator Housakos: Thank you for being with us this morning. I have taken the time to read your bio and I was quite impressed actually. If there is anybody to speak to us about Canadian broadcasting, Canadian culture and Canadian art, it is you.

Mr. Rosemond: Thank you, I appreciate the compliment.

Senator Housakos: There are two challenges, I guess. The first challenge is to produce Canadian content, produce the show and produce the art. The other one is to find the platform to get people to see it. The first one requires expenses to produce it and the second one should be bringing in revenue to pay for the project.

Mr. Rosemond: Right.

Senator Housakos: What is the biggest challenge in the industry right now? Is the biggest challenge producing the Canadian show or is the biggest of the two challenges finding the platform to have people watch it and getting the revenue?

Mr. Rosemond: I don't know too much about platforms.

Senator Housakos: When I say "platform" I am saying it like I have a view that I don't think the CBC is carrying enough Canadian content of quality. Is it because they are making the wrong choices? Are they investing in the wrong places?

I grew up in Montreal as a kid and I never missed an episode of "King of Kensington." I never missed an episode of the "Beachcombers." They were shows my friends and I watched; we wanted to watch them.

I have never seen my kids' generation running to say, "I want to see this show on the CBC" which is a Canadian show. Obviously they are not watching it on Bell or on other channels because they are watching American shows, and I see them watching American shows. How do we overcome that?

Mr. Rosemond: I like "King of Kensington" best because I am getting royalties for it but I think that "Heartland," "The Rick Mercer Report" and "This Hour has 22 Minutes" are fine show. I find the prime time schedule quite good.

It boils down to there just aren't the dollars. Senator, I was involved with a show called "Good Times" with CBS in America. Our licence fee was \$500,000 for two domestic runs and when we got to \$460,000 in expenditures a bell rang and we stopped spending.

We were in profit already. We had the burgeoning syndicated market. We had foreign. We had rights in perpetuity. Now those fees are a quarter of what they were. You can come to Canada

Le sénateur Housakos : Je vous remercie de votre présence ce matin. J'ai pris le temps de lire votre biographie, et je suis vraiment assez impressionné. Si quelqu'un est qualifié pour nous parler de radiodiffusion canadienne, de culture canadienne et d'art canadien, c'est vous.

M. Rosemond : Merci, je suis flatté du compliment.

Le sénateur Housakos : Il y a deux problèmes, je suppose. Le premier est lié au fait de produire du contenu canadien, de produire l'émission et de produire l'œuvre d'art. L'autre est liée à la nécessité de trouver la plate-forme qui permettra aux gens de le voir. Le premier problème exige des dépenses pour la production, et le deuxième devrait apporter de recettes qui serviront à payer le projet.

M. Rosemond : Exactement.

Le sénateur Housakos : Quel est le plus grand problème dans l'industrie en ce moment? Le problème le plus important est-il lié à la production d'une émission canadienne ou est-ce que le plus important des deux consiste à trouver la plate-forme pour que les gens la regardent et pour obtenir les recettes?

M. Rosemond : Je ne m'y connais pas trop en plates-formes.

Le sénateur Housakos : Quand je dis « plate-forme », je le dis parce que, de mon point de vue, je ne pense pas que la CBC diffuse suffisamment de contenu canadien de qualité. Est-ce parce qu'elle fait les mauvais choix? Investit-elle aux mauvais endroits?

J'ai grandi à Montréal et, quand j'étais enfant, je ne ratais jamais un épisode de *King of Kensington*. Je ne manquais jamais un épisode de *Beachcombers*. C'étaient les émissions que mes amis et moi regardions; nous voulions les regarder.

Je n'ai jamais vu personne de la génération de mes enfants s'empresser de dire : « je veux voir cette émission à la CBC » en parlant d'une émission canadienne. Ils n'en regardent manifestement pas sur Bell ou sur d'autres chaînes, puisqu'ils regardent des émissions américaines, et je les vois regarder des émissions américaines. Comment pouvons-nous surmonter ce problème?

M. Rosemond : C'est *King of Kensington* que j'aime le plus, puisque je perçois des redevances pour cette émission, mais je pense que *Heartland*, *The Rick Mercer Report* et *This Hour has 22 Minutes* sont de très bonnes émissions. Je trouve que l'horaire des heures de grande écoute est assez bon.

Tout cela pour dire qu'il n'y a tout simplement pas d'argent. Monsieur le sénateur, j'ai participé à une émission intitulée *Good Times* à CBS, aux États-Unis. Nos droits de licence étaient de 500 000 \$ pour deux diffusions au pays et, dès que nous avons atteint 460 000 \$ de dépenses, une cloche a sonné, et nous avons cessé de dépenser.

Nous faisons déjà des profits. Le marché des émissions souscrites était en plein essor. Nous avions accès à l'étranger. Nous avions les droits à perpétuité. Maintenant, ces frais sont le

where you are dealing with 10 per cent of the population the numbers aren't there. It is difficult. It is really, really difficult.

Senator Eggleton: One of the concerns raised here a lot is that the CBC doesn't seem to be getting as much viewing as it has in the past. It has been suggested that there is more competition for entertainment, more of these different platforms that people watch, and some are saying it is because of the quality.

You just said, though, in terms of when you were talking about the scripted entertainment programs that you have never seen the quality any better and that they seem to be on the right path. You mentioned a Showtime on HBO, something similar to what they do, which seems to be more cost efficient and still good quality. How is it that the viewership keeps dropping?

Mr. Rosemond: Because there is so much more out there. When we started "Royal Canadian Air Farce," Senator Eggleton, we had close to two million viewers. By the time we finished we were usually under a million because there were so many other options. There is just so much out there. That is the good news. The bad news is there is only so much money to pay for it.

Senator Eggleton: The cuts to the CBC are impacting the quality of the programming because of not as much money to produce them.

Mr. Rosemond: I just feel that there is too much out there. There is too much out there. There are too many options.

Senator Eggleton: You mentioned in the arts programming that what is making a difference is putting theatre on to the stage. You mentioned the Metropolitan Opera. You mentioned Stratford and others. It is the size of the screen as well as the sound techniques that are used. You think this could become something that is viable in a home setting once we get to a lot bigger screen. Is that the whole idea?

Mr. Rosemond: That is the whole idea. In the 1970s I was doing a theatre presentation for Arts and Entertainment U.S. My colleague, John Hirsch, was doing a Stratford presentation and we both had the same problem: We couldn't tone the actors down for the small screen but now with the advent of the large screen they go right out with it, so we are able to capture the theatrical experience due to the size of the screen and the quality of the sound.

Senator Eggleton: They also get revenue from these because you go to these theatres and you are obviously paying for it. How would that work with the CBC in a general broadcast situation?

quart de ce qu'ils étaient. On peut venir au Canada, où on a affaire à 10 p. 100 de la population; les chiffres ne sont pas là. C'est difficile. C'est vraiment, vraiment difficile.

Le sénateur Eggleton : Une des préoccupations qui ont beaucoup été soulevées, ici, c'est que les gens ne semblent pas regarder la CBC autant que par le passé. On a laissé entendre que la concurrence est plus féroce dans le domaine du divertissement, qu'il y a plus de plates-formes diverses que les gens regardent, et certains ont dit que c'est à cause de la qualité.

Cependant, vous venez tout juste de dire, quand vous avez parlé des émissions de divertissement scénarisées, que vous n'aviez jamais vu de programmation d'une aussi bonne qualité et que la société semble être sur la bonne voie. Vous avez mentionné Showtime sur HBO, quelque chose qui ressemble à ce qu'elle fait, qui semble être plus rentable et être tout de même de bonne qualité. Comment se fait-il que le nombre de téléspectateurs ne cesse de chuter?

M. Rosemond : Parce qu'il y a tellement plus de possibilités. Quand nous avons commencé *Royal Canadian Air Farce*, monsieur le sénateur Eggleton, nous comptions près de deux millions de téléspectateurs. À la fin, nous en avons habituellement moins d'un million parce qu'il y avait tellement d'autres options. Il y a tout simplement un si grand nombre de possibilités. C'est la bonne nouvelle. La mauvaise, c'est que l'argent disponible pour payer ces émissions est limité.

Le sénateur Eggleton : Les compressions à la CBC ont des répercussions sur la qualité de la programmation parce qu'il n'y a pas autant d'argent pour produire les émissions.

M. Rosemond : J'ai seulement l'impression qu'il y a trop de possibilités. Il y a trop de possibilités. Il y a trop d'options.

Le sénateur Eggleton : Vous avez mentionné, en ce qui a trait à la programmation artistique, que ce qui fait la différence, c'est de mettre le théâtre sur la scène. Vous avez mentionné le Metropolitan Opera. Vous avez mentionné Stratford et d'autres. La taille de l'écran ainsi que les techniques de son qui sont utilisées. Vous pensez que cela pourrait devenir quelque chose de viable à la maison, une fois que nous aurons des écrans beaucoup plus grands. Est-ce là toute l'idée?

M. Rosemond : C'est là toute l'idée. Dans les années 1970, je faisais une pièce de théâtre pour Arts & Entertainment, aux États-Unis. Mon collègue, John Hirsch, montait une pièce à Stratford, et nous avions tous deux le même problème : nous ne pouvions pas demander aux acteurs de baisser le ton pour le petit écran, mais maintenant, grâce à l'avènement des grands écrans, ils peuvent y aller; nous sommes donc en mesure de saisir toute l'expérience théâtrale grâce à la taille de l'écran et à la qualité du son.

Le sénateur Eggleton : On en tire également des recettes parce qu'on va au théâtre et que, bien entendu, on paie pour voir la pièce. Comment cela fonctionnerait-il dans le cas de la CBC, dans une situation de radiodiffusion générale?

Mr. Rosemond: CBC would take an equity position and participate in all of the streams that I outlined, the Netflix concept, et cetera. They would retain Canadian conventional rights.

Senator Eggleton: This news and public affairs concept that you told us a bit about, I wonder if you could flesh it out a little bit more. You are talking about bringing news together in some way. It sounds like what you are doing here is developing talent eventually for news and public affairs programming. Is that the whole idea behind it? You get youth to do something they believe is the right thing to do, interest them, and then that becomes a means to getting more talent.

Mr. Rosemond: It is a training program but it is a supply program. When I did it on a small scale in the Toronto region let's say the astronaut Gus Grissom was having a press conference and CBC sent Norman DePoe.

My little Bill Craig who is now a deputy minister was 15 years of age and he tagged along. They were asking all of these high-minded questions and my little Bill put his hand up and he said, "Mr. Grissom, why can't the Russians and the Americans work together?"

We are getting, as I said, through the eyes of tomorrow. This is quality programming. This isn't just a training program. They interviewed Walter Cronkite. They interviewed Stokely Carmichael, the activist. It was riveting. It was one of the things in my career that I am most proud of and I would love to be able to take it to a national level with the new technology.

Senator Eggleton: Is part of the objective here also to get younger people watching what is happening in terms of news and affairs programming, or is it just to further develop them in the training concept?

Mr. Rosemond: It is broad based. If you look at CBC On demand, for example, Senator Eggleton, you will see everything but teen programming. CBC has often said, "Well, teens want to watch what adults want to watch." I am not sure. They have a newscast on CBC for preschoolers and nothing for teens. There hasn't been a teen show on the Canadian Broadcasting Corporation since 2006.

Senator Eggleton: They would produce some product themselves.

Mr. Rosemond: They would have total control.

Senator MacDonald: Mr. Rosemond, thank you for being here this morning. You are a man with great experience in this field and it is a pleasure to have you here.

M. Rosemond : La CBC obtiendrait une participation financière et participerait à tous les volets que j'ai décrits : le concept Netflix, et tout le reste. Elle conserverait ses droits conventionnels canadiens.

Le sénateur Eggleton : Ce concept de nouvelles et d'affaires publiques dont vous nous avez un peu parlé, je me demande si vous pourriez nous l'expliquer d'une façon un peu plus détaillée. Vous parlez de rassembler les nouvelles d'une certaine manière. Vous donnez l'impression de vouloir perfectionner le talent en vue de l'affecter à la programmation des nouvelles et des affaires publiques. Est-ce bien ce dont il s'agit? Vous faites faire aux jeunes quelque chose, qui, selon eux, est la bonne chose à faire; vous les intéressez, puis cela devient un moyen d'obtenir plus de talent.

M. Rosemond : Il s'agit d'un programme de formation, mais aussi d'un programme d'approvisionnement. Lorsque je l'ai mis à l'essai à petite échelle dans la région de Toronto, disons que l'astronaute Gus Grissom tenait une conférence de presse et que la CBC a envoyé Norman DePoe.

Mon petit Bill Craig, qui est maintenant sous-ministre, avait 15 ans, et l'a accompagné. Les journalistes posaient toutes sortes de questions très nobles, et mon petit Bill a levé la main et a dit : « Monsieur Grissom, pourquoi est-ce que les Russes et les Américains ne peuvent pas travailler ensemble? »

Nous regardons, comme je l'ai dit, à travers les yeux de demain. Il s'agit d'une programmation de qualité. Ce n'est pas seulement un programme de formation. Ils ont interviewé Walter Cronkite. Ils ont interviewé Stokely Carmichael, l'activiste. C'était captivant. C'était l'un des événements de ma carrière dont je suis le plus fier, et j'adorerais pouvoir le transposer à un échelon national grâce à la nouvelle technologie.

Le sénateur Eggleton : Une partie de l'objectif consiste-t-elle également à amener les jeunes à regarder ce qui se passe relativement à la programmation des nouvelles et des affaires publiques, ou s'agit-il simplement de les perfectionner davantage dans le volet de la formation?

M. Rosemond : L'objectif est général. Si vous regardez, par exemple, la CBC sur demande, monsieur le sénateur Eggleton, vous verrez de tout sauf des émissions pour les adolescents. La CBC a souvent dit : « Eh bien, les adolescents veulent regarder ce que les adultes veulent regarder. » Je n'en suis pas certain. La CBC diffuse une émission pour les enfants d'âge préscolaire, mais rien pour les adolescents. Il n'y a pas eu d'émission pour adolescents à la société d'État depuis 2006.

Le sénateur Eggleton : Elle produisait elle-même certaines émissions.

M. Rosemond : Elle avait le plein contrôle.

Le sénateur MacDonald : Monsieur Rosemond, je vous remercie de votre présence ce matin. Vous êtes un homme qui possède une grande expérience dans ce domaine, et votre présence m'enchanté.

Mr. Rosemond: Thank you. It is a pleasure to be here.

Senator MacDonald: I am intrigued by youth and the aging strategy. What you seem to be saying is that we should take advantage of the critical decreases in the cost of production. Anyone with a laptop or an iPhone can record and edit and produce something, so content production is accessible and anybody can do it.

It is a CBC challenge here because they have a highly unionized workforce. Can the talent come from the spontaneous pool when you are facing this highly unionized structure? The CBC is a highly unionized workforce.

Mr. Rosemond: Right.

Senator MacDonald: Is that problematic when it comes to integrating this type of initiative?

Mr. Rosemond: I think there would have to be something worked out in that area. I think you raise a very good point. When I recruited originally it was with CBC staff. You raise a very good point and it would be something I would have to explore.

I feel there would have to be a budget. The big expense would be for errors and omissions and liabilities because you want to make sure these kids are safe and secure. We may indeed need some sort of tradeoff in terms of the union situation. I thank you for mentioning that because it is something that would have to be dealt with.

Senator MacDonald: In terms of branding there are companies like YouTube and Netflix that really understand branding. People watch them. They have little staff, little production capacity. They look for the best content and they work with it. Do you really think CBC is prepared to do that, could do that, or is willing to change that much? Do you think CBC is capable of making that change in that direction? Would they be willing to do that?

Mr. Rosemond: There is not much of a downside to it as I see it. As I said when I did it originally it yielded such gifted people.

Paul Saltzman went into broadcasting. I mentioned in my opening that not all would become broadcasters. Marlys Edwardh became a lawyer. Buffy Sainte-Marie became a singer. Bill Craig was a deputy minister. We did an exchange program with Quebec and little Geneviève Bujold showed up, 15 years of age. I don't know what ever happened to her.

Senator MacDonald: She is still going.

Mr. Rosemond: It just yielded all of this talent. Why wouldn't a public broadcaster explore this area?

M. Rosemond : Merci. C'est un plaisir d'être ici.

Le sénateur MacDonald : Je suis intrigué par les jeunes et par la stratégie relative au vieillissement. Ce que vous semblez dire, c'est que nous devrions tirer profit des diminutions critiques des coûts de production. Quiconque est muni d'un ordinateur portatif ou d'un iPhone peut enregistrer, monter et produire quelque chose; par conséquent, la production de contenu est accessible, et n'importe qui peut le faire.

C'est un défi pour la CBC parce que ses effectifs sont extrêmement syndiqués. Le talent peut-il provenir du bassin spontané lorsqu'on fait face à cette structure très syndicalisée? Les effectifs de la CBC sont fortement syndiqués.

M. Rosemond : C'est exact.

Le sénateur MacDonald : Cela pose-t-il problème pour ce qui est de l'interaction avec ce type d'initiative?

M. Rosemond : Je pense qu'il faudrait que des dispositions soient prises dans ce domaine. Vous soulevez une très bonne question. Lorsque je recrutais, au départ, c'était au sein du personnel de la CBC. Vous soulevez une très bonne question, et c'est quelque chose qu'il faudrait que j'étudie.

J'ai l'impression qu'il faudrait qu'un budget soit établi. La grosse dépense serait liée aux erreurs et omissions et aux responsabilités parce qu'on voudrait assurer la sûreté et la sécurité de ces jeunes. Nous pourrions effectivement avoir besoin d'un genre de compromis en ce qui a trait à la situation syndicale. Je vous remercie de le mentionner parce que c'est quelque chose qu'il faudrait régler.

Le sénateur MacDonald : En ce qui concerne la stratégie de marque, les entreprises comme YouTube et Netflix comprennent vraiment cette stratégie. Les gens les regardent. Elles ont peu de personnel, une petite capacité de production. Elles cherchent le meilleur contenu et en tirent profit. Pensez-vous vraiment que la société d'État est prête à faire cela, qu'elle pourrait le faire ou qu'elle est disposée à changer autant? Pensez-vous que la CBC est capable d'effectuer ce changement et d'aller dans cette direction? Serait-elle disposée à le faire?

M. Rosemond : Il n'y a pas tellement d'inconvénients à ce changement, selon moi. Comme je l'ai dit, la première fois que je l'ai fait, nous avons obtenu des gens très doués.

Paul Saltzman s'est lancé dans la radiodiffusion. Dans ma déclaration préliminaire, j'ai déclaré que les jeunes ne deviendraient pas tous des radiodiffuseurs. Marlys Edwardh est devenue avocate. Buffy Sainte-Marie est devenue chanteuse. Bill Craig est devenu sous-ministre. Nous avons mené un programme d'échange avec le Québec, et la petite Geneviève Bujold est arrivée, âgée de 15 ans. Je ne sais pas ce qui est advenu d'elle.

Le sénateur MacDonald : Elle poursuit sa carrière.

M. Rosemond : Nous avons simplement obtenu tous ces talents. Pourquoi un radiodiffuseur public ne vous voudrait-il pas explorer ce domaine?

Senator MacDonald: I just want to finish with the thought that CBC is a great brand. Even with people like me who are sometimes very frustrated with CBC over the years it still has a very strong brand. You may have a natural empathy with the brand even though you may not necessarily agree with the content sometimes.

Mr. Rosemond: Right.

Senator MacDonald: You were here before when I was speaking to the Rogers people. I still am concerned that the CBC doesn't understand the brand value and how to exploit it, maximize it.

Mr. Rosemond: I totally agree.

Senator MacDonald: I just think there is a lot of room for improvement in that area.

Mr. Rosemond: I totally agree. I had this argument for 16 years on "Royal Canadian Air Farce." I said, "Do you know what that name means to Canada and what we could be doing with it?" I had exactly the same problem and you are 100 per cent correct.

Senator MacDonald: Thank you, sir, for being here this morning. It is much appreciated.

Senator Unger: Thank you, Mr. Rosemond. It is a pleasure to listen to you.

I agree with you absolutely regarding Canada's youth. I recently attended a Manning Innovations Awards event. Everyone who was present was completely astounded. They had a special category of awards for young people. Three 17-year-olds were recognized and their presentations were outstanding. Two of them specifically had to do with medical issues, with one who had done a study on the disease multiple sclerosis. He is on his way to possibly finding a cure for this disease.

These young people are just brilliant. They understand algorithms and they understand computers and how they work. They put them together with some senior expertise using labs and they are producing these incredible results.

You could have a program around that. Everyone was just unbelieving that these kids stood up and accepted their awards speaking like 35-year-old businessmen. There could be something around that, so I agree.

I think you can now watch some of the productions of the Met Opera possibly in the States on TV.

Mr. Rosemond: Right.

Senator Unger: What would CBC need to do to embrace the vision that you have? I would like to know in your opinion who is their audience. You mentioned youth that is being left out, with

Le sénateur MacDonald : Je veux seulement terminer en mentionnant que la CBC est une excellente marque. Même auprès de gens comme moi, qui ont parfois été très frustrés par la CBC au fil des ans, sa marque est encore très solide. On peut avoir une empathie naturelle à l'égard de la marque, même si on n'est pas toujours nécessairement d'accord avec le contenu.

M. Rosemond : Exactement.

Le sénateur MacDonald : Vous étiez là quand j'ai parlé aux gens de Rogers. Je crains encore que la CBC ne comprenne pas la valeur de la marque et la façon de l'exploiter, de l'optimiser.

M. Rosemond : Je suis tout à fait d'accord.

Le sénateur MacDonald : Je pense seulement qu'il y a beaucoup de place à l'amélioration dans ce domaine.

M. Rosemond : Je suis entièrement d'accord. J'ai fait valoir cet argument pendant 16 ans à l'émission *Royal Canadian Air Farce*. Je disais : « Savez-vous ce que veut dire ce nom pour le Canada et ce que nous pourrions faire grâce à lui? » J'avais exactement le même problème, et vous avez absolument raison.

Le sénateur MacDonald : Je vous remercie, monsieur, de votre présence ce matin. Je vous en suis très reconnaissant.

La sénatrice Unger : Merci, monsieur Rosemond. C'est un plaisir de vous écouter.

Je suis absolument d'accord avec vous en ce qui concerne les jeunes du Canada. J'ai récemment assisté à un événement de remise des prix d'innovation Manning. Toutes les personnes présentes étaient complètement abasourdies. Il y avait une catégorie spéciale de prix pour les jeunes. On a rendu hommage à trois jeunes de 17 ans, et leur exposé était remarquable. Deux d'entre eux, plus particulièrement, avaient travaillé sur des problèmes médicaux, dont un qui avait fait une étude sur la sclérose en plaques. Il est en voie de peut-être trouver un remède à cette maladie.

Ces jeunes sont tout simplement géniaux. Ils comprennent les algorithmes, et ils comprennent les ordinateurs et leur fonctionnement. Ils les montent avec des experts chevronnés en utilisant des laboratoires, et ils produisent ces résultats incroyables.

On pourrait mettre sur pied un programme pour les encadrer. Tout le monde était bouche bée de voir ces jeunes se lever et accepter leur prix en parlant comme des hommes d'affaires de 35 ans. Il pourrait y avoir quelque chose là, alors je suis d'accord.

Je pense qu'on peut désormais regarder certaines des productions du Metropolitan Opera — peut-être aux États-Unis — à la télévision.

M. Rosemond : C'est exact.

La sénatrice Unger : Que faudrait-il que la CBC fasse pour adopter la vision que vous avez? J'aimerais savoir, selon vous, qui est son public. Vous avez mentionné que les jeunes sont les grands

which I agree. What about their lifetime supporters who are now grey power or the seniors of this country? There is not a lot for them. It seems to me they have been dumped.

Mr. Rosemond: I don't honestly know what the demographics are and I am not capable of answering that question.

As to your mentioning of what these kids are capable of, as I was structuring this idea I thought we are leaving out 25 per cent of the country who are not part of a CBC station city. I thought, "How do we stream to them?" My knowledge of streaming equals my knowledge of calculus, and I know nothing about calculus.

I thought, "Wait a minute, I have 75 per cent of the brightest minds in Canada. Let them figure it out." As to who the audience is, I guess it is an older demographic. That would be my hunch. I know on Air Farce, for example, the average age was deceased. We would get people coming up to us and say, "My grandmother loves you." It would be like a knife in our heart. I guess it is an older demographic.

Senator Housakos: It seems to me the CBC through the years has tried to branch out to as many areas of broadcasting as they could. They are covering news and public affairs. They are doing prime time shows and sports. In this competitive world, this ever more competitive world — and you have mentioned in your testimony there is more competition — there is less money to go around. Is it time for the CBC in its reorganization of their strategy to start narrowing in on more specific areas, more niche productions?

For example, and I have always argued this, I look at Canada now and in English Canada we have four major broadcasters. They all provide local, national and international news. I don't see the argument that CBC somehow provides news locally, nationally and internationally from a more Canadian cultural perspective than Bell Media does, than Shaw, than Rogers or anybody else.

On the other side of the coin I look at shows that are produced by Canadian artists, Canadian actors, that are only carried by CBC. Once upon a time I got the impression—and I don't know what breakdown is—that the CBC carried more Canadian major films, for example.

It is rare now you sit down and watch CBC and you see on Friday night a major motion picture film that is Canadian, produced in Canada. You certainly won't see it on any other channel because for whatever reason people are not watching them, but I really believe we have some good Canadian film makers and some good Canadian films that are not watched because they are not promoted enough. Does this make any sense to you?

oubliés, idée à laquelle je souscris. Qu'en est-il des personnes qui l'ont appuyée toute leur vie et qui sont maintenant le pouvoir gris ou les aînés de notre pays? Il n'y a pas beaucoup d'émissions pour eux. Il me semble qu'ils ont été laissés pour compte.

M. Rosemond : Honnêtement, je ne connais pas les données démographiques, et je ne peux pas répondre à cette question.

Concernant le fait que vous avez mentionné, ce dont ces jeunes sont capables, au moment où je structurais cette idée, je me disais que nous laissions de côté 25 p. 100 du pays qui n'est pas desservi par une station de la CBC. Je me suis dit : « Comment pouvons-nous leur fournir la diffusion en continu? » Ma connaissance de ce type de diffusion équivaut à ma connaissance du calcul infinitésimal — je n'y connais rien.

Je me suis dit : « Minute, j'ai 75 p. 100 des esprits les plus intelligents du Canada. Laissons-les trouver la solution. » Quant à savoir qui est le public, je suppose que ce sont des personnes plus âgées. C'est mon intuition. Je sais que, dans le cas d'Air Farce, par exemple, l'âge moyen était « décédé ». Des gens nous abordaient pour nous dire : « Ma grand-mère vous adore. » C'était comme se faire poignarder au cœur. Je suppose que ce sont les personnes âgées.

Le sénateur Housakos : Il me semble que, au fil des ans, la CBC a tenté d'étendre ses ramifications au plus grand nombre possible de domaines de la radiodiffusion. Elle couvre les nouvelles et les affaires publiques. Elle diffuse des émissions et des événements sportifs aux heures de grande écoute. Dans ce monde de concurrence, ce monde où les entreprises sont plus que jamais concurrentielles — et vous avez mentionné dans votre témoignage qu'il y a plus de concurrence, on doit se débrouiller avec moins d'argent. Est-il temps que, dans le cadre de la réorganisation de sa stratégie, la CBC commence à se limiter à des domaines plus précis, à des productions plus spécialisées?

Par exemple — et je l'ai toujours soutenu —, je regarde le Canada maintenant, et, au Canada anglais, nous avons quatre grands radiodiffuseurs. Ils présentent tous les nouvelles locales, nationales et internationales. Je ne vois pas en quoi la CBC présente les nouvelles locales, nationales et internationales d'un point de vue qui soit davantage axé sur la culture canadienne que Bell Media, que Shaw, que Rogers ou que qui que ce soit d'autre.

Par contre, je regarde des émissions qui sont produites par des artistes canadiens, des acteurs canadiens, qui ne sont diffusées qu'à CBC. Il fut un temps où j'avais l'impression — et je ne sais pas à quel moment j'ai cessé de l'avoir — que la CBC diffusait davantage de grands films canadiens, par exemple.

Maintenant, il est rare que l'on s'assoie pour regarder la CBC, le vendredi soir, et que l'on voie un grand film canadien, produit au Canada. On n'en voit certainement pas sur aucune autre chaîne parce que, pour je ne sais quelle raison, les gens ne les regardent pas, mais je crois vraiment que nous avons de bons cinéastes canadiens et de bons films canadiens que personne ne regarde parce qu'on n'en fait pas suffisamment la promotion. Quelle logique voyez-vous dans tout cela?

Mr. Rosemond: First of all as far as genre is concerned I will take a good documentary over a bad drama and I will take a good drama over a bad documentary.

Our best show doesn't have a genre. It is the Rick Mercer show. It is a no name, bag your own grocery show. I don't know what it is but it is a good, good show.

I am very, very, very disappointed in the film industry in this country. I feel that the scripts we are doing are for the most part inferior. Unless we can start writing good scripts then we shouldn't be in that business. I don't mean to be cruel. We just don't have good film scripts.

I have read as a developer of programming in television dozens and dozens of these scripts. The dialogue is there and the characters are there but there is no story. There is a weakness there and unless that weakness is overcome we shouldn't be attempting on CBC to do original material of this nature, unless it goes through the process that I mentioned so that George Walker the playwright comes in, develops something with CBC over a period of six months as a mini-series or a whatever and then it goes to air. The current status is that there are not enough good stories being written that are worth bringing to the screen.

The Chair: From all the models that are out there in terms of if we as a government would adapt the way CBC is funded there has been talk about people saying, "Look, it has to be 100 per cent funded by taxpayers and get out of advertising completely."

There are other models that talk about having a duplicate of the PBS model in the U.S. where they go out and solicit money. For every dollar they raise, the government matches the dollar.

Do you have any thoughts in terms of what is the best way going forward for the government to support the CBC if we would change the current model?

Mr. Rosemond: Let CBC advertise.

Senator Housakos: Compete with the competitors for advertising dollars.

Mr. Rosemond: Correct.

Senator Housakos: This is currently what they are doing right now for a lot of misery. They have been losing revenue dollars exponentially over the last few years. If this model in place continues to operate or go the direction it is going, they will be out of business regardless of the amount of money right now.

If there are no cuts for the federal government over the next three or four years and they keep losing at the proportion they have been losing advertising dollars they will be out of business in no time.

M. Rosemond : Tout d'abord, en ce qui concerne le genre, je préfère un bon documentaire à une mauvaise émission dramatique, et je préfère une bonne émission dramatique à un mauvais documentaire.

Notre meilleure émission n'a pas de genre. C'est celle de Rick Mercer. C'est une émission sans nom, comme la marque d'épicerie. Je ne sais pas ce que c'est, mais c'est une très bonne émission.

Je suis extrêmement déçu de l'industrie du film dans notre pays. J'estime que les scénarios que nous créons sont, dans la plupart des cas, de qualité inférieure. Si nous ne nous mettons pas à rédiger de bons scénarios, nous ne devrions pas œuvrer dans ce domaine. Je ne veux pas être cruel. Nous n'avons tout simplement pas de bon scénario de film.

En ma qualité de concepteur de programmation télévisuelle, j'ai lu des dizaines et des dizaines de ces scénarios. Ils contiennent un dialogue et des personnages, mais il n'y a pas d'histoire. Il y a une faiblesse à cet égard, et, si nous ne surmontons pas cette faiblesse, nous ne devrions pas tenter de présenter de matériel original de cette nature à CBC, sauf s'il passe par le processus que j'ai mentionné afin que George Walker, dramaturge, apporte sa contribution et conçoive quelque chose avec la CBC sur une période de six mois sous forme de minisérie pour ensuite le diffuser en ondes. La situation actuelle est qu'on ne rédige pas suffisamment de bonnes histoires qui valent la peine d'être présentées à l'écran.

Le président : En ce qui concerne les modèles de financement proposés pour la CBC, certaines personnes ont dit que la société d'État devrait être financée à 100 p. 100 par les contribuables et qu'il faudrait éliminer complètement la publicité.

Pour d'autres, il faut reproduire le modèle de PBS, aux États-Unis, et permettre la sollicitation de fonds. Pour chaque dollar obtenu, le gouvernement donne un dollar.

Selon vous, s'il faut changer le modèle actuel, quelle serait la meilleure option de soutien gouvernemental pour la CBC?

M. Rosemond : Laisser la CBC se financer avec la publicité.

Le sénateur Housakos : Elle devrait rivaliser avec ses concurrents pour les revenus publicitaires?

M. Rosemond : C'est exact.

Le sénateur Housakos : C'est ce que la société d'État a déjà beaucoup de difficulté à faire. Depuis quelques années, elle perd des revenus de façon exponentielle. Si le modèle actuel est maintenu et que la tendance se maintient, la CBC fermera ses portes, peu importe les fonds dont elle dispose actuellement.

Si on maintient le niveau d'aide financière du gouvernement fédéral au cours des trois ou quatre prochaines années et que la société d'État continue de perdre des revenus de publicité au même rythme, elle devra cesser ses activités très bientôt.

Mr. Rosemond: That is precisely why I devoted my time to three areas that might be cost effective and might generate revenue.

Senator Housakos: If I understand correctly you are saying this model would just force them to be better.

Mr. Rosemond: Exactly, because at one time in the syndicated market you needed 60 shows in order to get any kind of sale. Now with binge watching and “on demand,” it is better to do less and make it higher quality because you have a better chance of distributing it. If you look at “Breaking Bad” or “Nurse Jackie” or anything and everything on Showtime and HBO, those are quality productions and they are just doing less.

Senator Housakos: Losing the hockey contract and now being forced in the next few years to replenish all those hours that are going to be vacated by hockey, is this an opportunity for the CBC?

Mr. Rosemond: Yes, the margins in producing hockey are very small. I produced 1,000 hours of hockey in 1987. I can't tell you how small my profit margins were. I would be embarrassed.

As for the revenues I heard Keith's assessment of the revenues and I don't know what they are making. There is this whole concept that lead in and the lead out are going to gain because of this beautiful bed that Hockey Night is providing. It didn't prove to be true. There weren't great ratings before. There weren't great ratings after.

I would get out of the sports coverage business, period. I would do sports documentaries. I would do what ESPN is doing with their documentaries, 30 for 30. I watched one on Wayne Gretzky when he left Edmonton. There were tears in my eyes. It was beyond brilliant. Let's do sports documentaries instead of this kind of servicing.

I produced the Molson Indy. I had to aim 19 cameras at it. CTV charged \$10,000 for a 30-second commercial. My partner Don Ohlmeyer was aiming 20 cameras at the Long Beach Indy and NBC was charging \$80,000 a 30. Unless it can have some international legs it is not as good a business as it is purported to be in my opinion.

Senator Eggleton: You have said a couple of things in the last few minutes. In fact for the second time you mentioned that Showtime and HBO were doing fewer productions but better quality productions, and you think the CBC should follow that lead. You even suggested maybe they are starting to do that.

They also had to fill airtime with programming. Are you suggesting a lot of repetitive programming, putting on a show more than once a week or something like that? How would you see that happening?

M. Rosemond : C'est précisément la raison pour laquelle j'ai décidé de vous parler de trois mesures qui pourraient permettre de faire des économies, et peut-être même de générer des revenus.

Le sénateur Housakos : Si j'ai bien compris, vous estimez que ce modèle la forcerait à faire mieux?

M. Rosemond : Exactement, parce que, à l'époque des émissions souscrites, il fallait produire 60 émissions pour générer des ventes. De nos jours, les émissions peuvent être écoutées en rafale et « sur demande », et il est préférable d'en faire moins et d'accroître la qualité pour augmenter ses chances du côté de la distribution. Prenons *Breaking Bad* ou *Nurse Jackie* ou toutes les émissions sur Showtime et HBO, ce sont des productions de qualité, mais ils en font moins.

Le sénateur Housakos : Le fait d'avoir perdu le contrat du hockey et d'avoir, au cours des prochaines années, à combler toutes ces heures libres qui étaient auparavant consacrées au hockey, est-ce une occasion à saisir pour la CBC?

M. Rosemond : Oui, les marges liées à la télédiffusion du hockey sont très petites. En 1987, j'ai produit 1 000 heures de hockey et je ne vous dis pas quelles étaient mes marges de profit, ce serait gênant.

Pour ce qui est des revenus, j'ai entendu ce que Keith a dit au sujet des revenus; je ne sais pas combien ils font. Il y a toute cette notion des gains dont devait bénéficier l'émission qui précédait et l'émission qui suivait Hockey Night en raison de la visibilité de cette dernière. Ce n'est pas arrivé. Les cotes d'écoute n'étaient pas excellentes, ni avant, ni après.

Je laisserais complètement tomber la couverture sportive. Je ferais des documentaires sur le sport. Je ferais ce que ESPN fait avec ses documentaires 30 for 30. J'en ai regardé un sur le départ de Wayne Gretzky d'Edmonton et j'en avais les larmes aux yeux. C'était plus que génial. On devrait faire des documentaires sur le sport plutôt qu'offrir ce genre de services.

J'ai produit le Molson Indy. J'avais 19 caméras pointées sur la piste. CTV facturait 10 000 \$ pour 30 secondes. Mon partenaire, Don Omar, a couvert la course Indy de Long Beach avec 20 caméras, et NBC demandait 80 000 \$ pour 30 secondes. On ne fait pas d'aussi bonnes affaires qu'on le croit, sauf s'il y a une couverture internationale. C'est mon opinion.

Le sénateur Eggleton : J'ai retenu deux ou trois choses que vous avez dites au cours des dernières minutes. En fait, pour la deuxième fois, vous avez mentionné que Showtime et HBO font moins d'émissions, mais de meilleure qualité. Et vous croyez que CBC devrait faire la même chose. Vous laissez même entendre qu'elle a peut-être déjà commencé à le faire.

Il y a aussi la question des plages horaires à combler. Suggérez-vous qu'il faut beaucoup d'émissions répétitives, c'est-à-dire qu'on devrait diffuser une émission plus d'une fois par semaine ou quelque chose du genre? Selon vous, qu'est-ce qu'on devrait faire?

Mr. Rosemond: I think a lot of the programming could come from some of the elements that I have outlined here. I looked at the schedule last night, Senator Eggleton, just to refresh myself. I guess maybe provide less air time to the public.

Senator Eggleton: Do you mean be off the air part of the time?

Mr. Rosemond: Yes.

Senator Eggleton: I see.

Mr. Rosemond: The other option would be to close shop on Newsworld and jettison that programming on to conventional television or whatever it is called this week. What is it? Newsnet?

Senator Plett: Newsnet.

Senator Eggleton: That is an intriguing thought. Let me ask you about another thing you said, more advertising. This is a public broadcaster who is supposedly not in the business of competing with the private broadcasters in terms of advertising, but are you saying that they should become a full advertising entity, the same as the private broadcaster?

Mr. Rosemond: Absolutely. If private broadcasters want to pay \$50,000 for a show instead of \$250,000, compete with them.

Senator Eggleton: For the public broadcaster to do that would they just become another private sector company? Is that what you are suggesting?

Mr. Rosemond: My fear is about that kind of influence has never really been too much. I have a feeling corporate sponsorship for one thing will have a resurgence. There are several programs on CBC now talking about pursuing corporate sponsorship so maybe that is an avenue.

There are no easy solutions. You all have asked such great questions because it is not a great business to be in, period, given the fact that there is so much out there, Senator Eggleton.

Senator Plett: Can I make a comment?

The Chair: Certainly, Senator Plett.

Senator Plett: I apologize that I had to miss the presentation but you made a very intriguing comment at the end about maybe taking News-Net off and putting regular programming on.

I guess I would like you to elaborate a little bit only because that is probably my favourite part of CBC. I watch CBC for the news. I watch NewsNet an awful. I think quite frankly that they are better than their competitors on that aspect. Would you mind just commenting just a bit?

M. Rosemond : Je crois qu'une bonne partie de la programmation pourrait venir de certains des éléments que j'ai décrits ici. J'ai regardé l'horaire hier soir, monsieur, pour me remettre dans le bain. Selon moi, on pourrait fournir moins de temps d'antenne au public.

Le sénateur Eggleton : Voulez-vous dire que la CBC pourrait parfois être hors d'ondes?

M. Rosemond : Oui.

Le sénateur Eggleton : Je vois.

M. Rosemond : L'autre option consisterait à fermer Newsworld et d'en transférer la programmation à la télévision générale. Je ne sais plus trop comment on appelle le poste actuellement. Quel est le nom? Newsnet?

Le sénateur Plett : Newsnet.

Le sénateur Eggleton : C'est une idée intéressante. J'aimerais revenir sur une autre chose que vous avez dite au sujet de la publicité. La CBC est un radiodiffuseur public qui n'est pas censé être en compétition avec les radiodiffuseurs privés pour les revenus de publicité, mais vous affirmez qu'elle devrait devenir une entité qui tire tous ses revenus de la publicité, comme les radiodiffuseurs privés?

M. Rosemond : Absolument. Si des radiodiffuseurs privés veulent payer 50 000 \$ pour une émission plutôt que 250 000 \$, il faut lui faire concurrence.

Le sénateur Eggleton : Si un radiodiffuseur public agit ainsi, ne devient-il pas simplement une autre entreprise du secteur privé? Est-ce ce que vous dites?

M. Rosemond : Ma crainte, c'est que ce type d'influence n'a jamais vraiment été de trop. Par exemple, je crois qu'il faut s'attendre à un retour des commandites privées. Il y a plusieurs émissions à la CBC qui veulent obtenir un soutien de sociétés, c'est donc peut-être une possibilité.

Il n'y a pas de solution facile. Vous avez tous posé de très bonnes questions, parce que ce n'est pas un secteur très profitable, un point c'est tout, parce qu'il y a tellement d'offres sur le marché, monsieur le sénateur.

Le sénateur Plett : Puis-je dire quelque chose?

Le président : Bien sûr, monsieur le sénateur.

Le sénateur Plett : Je suis désolé, j'ai manqué votre exposé, mais vous avez formulé un commentaire très intéressant vers la fin au sujet de la possibilité de retirer NewsNet et d'en transférer le contenu vers la programmation régulière.

En fait, j'aimerais que vous approfondissiez cette idée, parce que c'est probablement ce que je préfère de la CBC. Je regarde la CBC pour les nouvelles. J'écoute beaucoup NewsNet. Franchement, selon moi, dans ce créneau, la société d'État fait mieux que ses compétiteurs. Pouvez-vous nous en parler un peu?

Mr. Rosemond: When I first structured my talk with you the first thing I addressed was taking News-Net and putting it on conventional television. Things have to be streamlined. Some things have to be let go: perhaps cable stations, perhaps we don't need to be a partner in satellite radio. I don't know what they are, but I do know that as I say do less programming I would also say participate less in the overall communications world.

The Chair: Mr. Rosemond, thank you very much for your presentation. You have left a lot of information on the table for us to ponder during the next few months while we prepare our report. I really appreciate your presentation.

Mr. Rosemond: Thank you. It was a pleasure to be here.

The Chair: Honourable colleagues, our next witnesses today are from Fair Pensions for All, Mr. William Tufts and Mr. Gene Dziadyk.

Gene Dziadyk, Technical Advisor, Fair Pensions for All: Good afternoon, Mr. Chairman, members of the committee, ladies and gentlemen. I am Gene Dziadyk. It is Ukrainian. I am a technical advisor to Fair Pensions for All.

We have examined the CBC pension situation, and a year ago Fair Pensions for All evaluated the same pensions for the Finance Committee of the House of Commons. Our report to the committee, "Bigger Bailouts and Deeper Holes" looked at and considered if Crown corporation pension plans are broadly aligned with those of the federal employees.

However, we strongly believe government must go one step further. It must align the pension plans of both the federal employees and the Crown corporations with the plans in the broad private sector.

The private sector has seen the light. A defined benefit pension has all the ingredients of a perfectly formulated racket. A Crown corporation is not a societal vehicle. It must pay a fair, all-in wage in a competitive market with other businesses.

The employer contribution is an interesting formulation. In fact, it is an insidious myth that has lost its moorings for what it really is. For CBC, it is \$58.2 million in deferred wages in 2013, and such an employer contribution generates lavish pension that pushes out the real cost, that is the real wages, to plunder the entity in the long run.

There are three broad areas that we want to communicate to you today. These pensions are unfair, unaffordable, and insecure. In short, they are not sustainable, and the economic investment and accounting models used to justify these plans are broken, and more importantly, always were.

M. Rosemond : Lorsque j'ai préparé mon témoignage, la première chose à laquelle j'ai pensé, c'est le transfert de la programmation de News-Net vers la télévision générale. Il faut rationaliser les choses. Il faut en éliminer certaines, peut-être des stations de câblodistribution. Nous ne devrions peut-être pas être un partenaire dans le secteur de la radiosatellite. Je ne sais pas exactement ce qu'il faut faire, mais je sais qu'il faut réduire la programmation et je dirais aussi que, de façon générale, il faut réduire notre participation dans le milieu des communications.

Le président : Monsieur Rosemond, merci beaucoup pour votre exposé. Vous nous avez fourni beaucoup de renseignements auxquels nous aurons à réfléchir au cours des prochains mois, tandis que nous préparerons notre rapport. J'ai vraiment apprécié votre exposé.

M. Rosemond : Merci. C'était un plaisir.

Le président : Nos prochains témoins, chers collègues, sont MM. William Tufts et Gene Dziadyk, de Fair Pensions for All.

Gene Dziadyk, conseiller technique, Fair Pensions for All : Bonjour, monsieur le président, bonjour, membres du comité, bonjour, mesdames et messieurs. Je m'appelle Gene Dziadyk. C'est un nom ukrainien. Je suis conseiller technique pour Fair Pensions for All.

Nous avons examiné la situation du régime de pension de la CBC. L'année dernière, Fair Pensions for All avait réalisé le même exercice pour le Comité des finances de la Chambre des communes. Dans notre rapport au comité intitulé Bigger Bailouts and Deeper Holes, nous nous sommes demandé si, de façon générale, le régime de pension de la société d'État était semblable à ceux des fonctionnaires fédéraux.

Selon nous, le gouvernement doit aller un peu plus loin. Il doit harmoniser les régimes de pension des fonctionnaires fédéraux et des employés des sociétés d'État avec les régimes de l'ensemble du secteur privé.

Le secteur privé a vu juste. Un régime de pension à prestations déterminées a toutes les caractéristiques d'un leurre. Une société d'État n'est pas un instrument sociétal. Elle doit offrir une rémunération tout compris équitable dans un marché compétitif avec d'autres entreprises.

La notion de « contribution de l'employeur » est intéressante. En fait, c'est un mythe insidieux qui est complètement déconnecté de la réalité. Pour la CBC, on parle, en 2013, de 58,2 millions de dollars en salaires différés. Une telle contribution de l'employeur qui permet d'offrir de généreuses pensions qui ne tiennent pas compte des coûts réels, c'est-à-dire les salaires réels, mettra en péril l'entité à long terme.

Aujourd'hui, nous voulons vous communiquer trois constats. Ce régime de pension est injuste, inabordable et précaire. Bref, il n'est pas durable, et les modèles économiques d'investissement et de comptabilité utilisés pour le justifier ne fonctionnent pas. En fait, et c'est important de le souligner, ils n'ont jamais fonctionné.

In a nutshell, these pensions are an abomination, an abuse of the public trust. Pensions are unfair. These plans are unfair to Canadians funding them through taxes, unfair because they divert significant resources into pensions rather than into the core operations of the CBC and Crown corporations.

We are all familiar with the fairness discussions on pensions. Most of the public sector and the Crown corporations have defined benefit pensions, and most in the private sector do not.

There are ten and a half million Canadian workers in the private sector who have no employer-sponsored pension at all. Yet they have to contribute to the cost of these no worries ever, public sector pension plans every time they pay sales taxes, income taxes, property taxes, buy a case of beer, renew a driver's licence. Is that fair?

A pension promise puts taxpayer capital at risk. What is a promise if it doesn't have a risk? Why would taxpayers knowingly gear the CBC balance sheet, blowing up both sides on securities and interest rate bets in a phony, shadowy accounting?

CBC should justify and employ capital where it has an advantage. It is broadcasting franchise. That is what the ownership should demand. It has no advantage in the pension business, but it claims that it does.

So why isn't CBC running the world's investment banks? Well, the answer is that the massive deficits to the accrued pension demonstrate that they are wrong more often than they are right. The truth is no one knows whether the market will rise or fall tomorrow or next month or next year, though many pretend to.

Who is reading these pension reports, like the CBC report? Who is interpreting them and making recommendations based on them? You see, the CBC presentation of its financial position is misleading and inappropriate. It is a massive scheme: mountains of money, assets of \$5.3 billion, plenty in the long run. Going concern surplus is \$849 million. But there is just not enough money to pay everyone what they are owed in the short run. The solvency deficit is \$486 million.

The CBC report states: "Positive going concern position indicates the plan continues to hold more than sufficient assets to meet all long-term obligations." But this plan depends on future taxpayer and worker contributions that exceed the future benefits that will be accrued by \$1.5 billion. These are soft, future assets for redistributive purposes, redistribution, as the hard assets, the securities and trust, cannot cover what is owed for work that was done.

En deux mots, ces régimes sont une abomination, un abus de la confiance du public. Ils sont injustes. Ils sont injustes pour les Canadiens qui les financent avec leurs impôts, injustes, parce que beaucoup de ressources qui devraient servir à l'exploitation de la CBC et d'autres sociétés d'État y sont consacrées.

Nous sommes tous au fait des discussions sur l'équité des pensions. La plupart des organismes du secteur public et des sociétés d'État se sont dotés de régimes de pension à prestations déterminées, contrairement à ce que l'on voit dans le secteur privé.

Dix millions et demi de travailleurs canadiens du secteur privé n'ont aucun régime de pension à contribution de l'employeur, mais on leur demande tout de même de payer pour ces régimes de pension généreux du secteur public chaque fois qu'ils payent des taxes de vente, de l'impôt sur le revenu et des taxes foncières et chaque fois qu'ils achètent une caisse de bière ou qu'ils renouvellent leur permis de conduire. Est-ce juste?

Une promesse de pension met en péril les capitaux des contribuables. Que serait une promesse s'il n'y avait pas de risque? Pourquoi les contribuables accepteraient-ils qu'on trafique le bilan de la CBC en gonflant les valeurs et en pariant sur les taux d'intérêt dans le cadre d'une comptabilité aussi factice que confuse?

La CBC devrait justifier ses actions et utiliser son capital là où c'est à son avantage. C'est un joueur dans le domaine de la radiodiffusion. C'est ce que les propriétaires devraient demander. Elle n'a aucun avantage dans le domaine des pensions, même si elle affirme le contraire.

Si c'est le cas, pourquoi la CBC n'administre-t-elle pas des banques d'investissement mondiales? La réponse, c'est que les énormes déficits des pensions accumulés prouvent qu'elle a plus souvent tort que raison. En vérité, personne ne sait si le marché sera en hausse ou en baisse demain, le mois prochain ou l'année prochaine, même si beaucoup prétendent le savoir.

Qui lit les rapports sur les pensions comme celui de la CBC? Qui les interprète et formule des recommandations en conséquence? Vous savez, la présentation que fait la CBC de sa situation financière est trompeuse et inappropriée. C'est une immense tromperie. Des montagnes d'argent, des actifs de 5,3 milliards de dollars, plein d'argent à long terme. Le surplus sur base de continuité s'élève à 849 millions de dollars. Cependant, il n'y a tout simplement pas assez d'argent pour payer les sommes dues à court terme. Le déficit de solvabilité est de 486 millions de dollars.

Le rapport de la CBC affirme que « [l]a capitalisation du Régime sur base de continuité confirme sa capacité à remplir ses obligations à long terme ». Mais le régime dépend des contributions futures des contribuables et des travailleurs qui dépassent les prestations futures qui seront accumulées, et ce, de 1,5 milliard de dollars. On parle d'actifs futurs moins tangibles à des fins de redistribution. La redistribution, comme les actifs tangibles, les valeurs et les fiducies, n'est pas suffisante pour couvrir l'argent dû pour le travail qui a été fait.

They will eventually be proven unfair to today's employees. Funding pensions for retired employees who did not adequately fund their own pensions, through no fault of their own, will find that their promises fall short. That, ladies and gentlemen, is the definition of a moral hazard. The people who will pay the price for these risks taken today are not the ones taking those risks.

It cannot possibly be fair for the federal government or any other government in Canada to use its powers of taxation to privilege what has become an elite, pampered, but not a particular distinguished group in our society. The issue of fairness must be addressed.

Pensions are financially unstable. There are five things contributing to a perfect pension storm. Of course, the first one is we have a tsunami of baby boomers beginning to retire. Secondly, the public sector workers continue to retire earlier and earlier, thanks to underpriced early retirement options, not market priced. Three, life expectancies continue to increase. If I could just stop there for one second, just think about that. What is the CBC doing in the mortality business taking a risk that people will live too long? Does that make any sense? Will taxpayers take those risks without compensation?

Four, we now had an extended period of very low rates of return on assets, which may continue for some time, which is sending the CBC and the other Crown corporations on a hunt around the world for riskier and riskier assets. But there is no free lunch. People selling these assets aren't stupid. Five, the federal and provincial government finances are in shambles across the country. Municipalities are stressed, and all levels of government are now ill-equipped to bail out public sector pension funds.

Let me give just a quick description of what pensions are all about. It is a complex financial business. It exchanges wages — not employer contributions, because that is just a myth. Wages are all that count. Exchanging wages — but of course, they are obscure.

For pension promises with many moving parts between the pension design and the price, think of them like an insurance policy — the designing and the pricing of the pension, and then taking those wages and investing them to the ultimate delivery of that pension promise. This is all guided by discipline, actuarial statistics, economics, capital markets, statistical mathematics, demographics and longevity, taxation, regulation and public accounting. It is an extraordinarily complex business that has really just been glossed over.

On finira par prouver que c'est injuste pour les employés d'aujourd'hui. Le fait de financer les pensions d'employés retraités qui n'ont pas financé adéquatement leurs propres régimes, même s'ils n'en sont nullement responsables, finira par démentir les promesses. Voilà, mesdames et messieurs, la définition d'un danger moral. Les gens qui devront payer le prix des risques qui sont pris aujourd'hui ne sont pas ceux qui prennent ces risques.

Il est tout simplement injuste que le gouvernement fédéral ou tout autre gouvernement au Canada utilise ses pouvoirs d'imposition pour privilégier ce qui devient alors un petit groupe privilégié, même s'il n'est pas facilement distinguable du reste de la société. Il faut aborder la question de l'équité.

Les régimes de pension ne sont pas stables sur le plan financier. Il y a cinq choses qui contribuent à la tempête parfaite dans le domaine des pensions. La première, c'est bien sûr le tsunami des baby-boomers qui commencent à prendre leur retraite. Deuxièmement, les travailleurs du secteur public continuent de prendre leur retraite de plus en plus tôt, en raison des options de préretraite généreuses et non adaptées au marché. Troisièmement, l'espérance de vie continue d'augmenter. Permettez-moi une parenthèse. Pensez-y. Qu'est-ce que la CBC fait dans le domaine de la spéculation sur la mortalité, en prenant le risque que les gens vivront trop longtemps? Est-ce sensé? Les contribuables doivent-ils prendre ces risques sans compensation?

Quatrièmement, nous venons de vivre une longue période où les taux de rendement sont très bas sur les actifs, et cette tendance se poursuivra peut-être pendant un certain temps. Cette situation pousse la CBC et d'autres sociétés d'État à chercher des actifs de plus en plus à risque partout dans le monde. Mais rien n'est gratuit. Les personnes qui vendent ces actifs ne sont pas bêtes. Cinquièmement, les finances des gouvernements fédéral et provinciaux sont précaires partout au pays. Les municipalités sont sous pression, et tous les ordres de gouvernement sont aujourd'hui mal outillés pour venir en aide aux caisses de retraite en difficulté du secteur public.

Je vais décrire rapidement ce qu'est une pension. C'est une structure financière complexe. Une pension, c'est un échange de salaire — pas des contributions de l'employeur, parce que cette notion n'est qu'un mythe, ce sont seulement les salaires qui comptent, l'échange de salaire donc —, mais, bien sûr, tout est très obscur.

Pour ce qui est des promesses de pension qui font intervenir de nombreux paramètres associés à la conception du régime et au prix, considérez-les comme une police d'assurance : on conçoit le régime et on établit les prix de la pension, puis on prend ces salaires et on les investit afin de respecter les promesses. Ce processus s'appuie sur la discipline, des statistiques actuarielles, l'économie, les marchés financiers, la statistique, la démographie et l'espérance de vie, l'imposition, la réglementation et la comptabilité publique. C'est une structure extrêmement complexe qu'on ne fait que parcourir du regard.

The public puts its trust in pension practitioners and unions under the watchful eye of government. But the evidence is that this trust is misplaced or misunderstood. Ideology, not science, rules pensions.

Imagine I am sitting here telling you there is no coherent intellectual foundation supporting society's pensions. Public sector pensions operate in defiance of capital markets, and predictably, have failed the public comprehensively.

The history in Canada is that the defined benefit pension was pedaled by the ideologues. It was pedaled as both cost and benefit superior to defined contribution. Of course, government seeing social good gave big fat tax breaks, and they went to town stretching that math until it burst.

A huge pension industry and unions, a group of self-deluded ideologues conflicted with the public. There is no money for ideologues in defined contribution. They fed the public half-baked economic mush and propelled defined benefit to the default societal coveted pension model, a remarkable achievement, telling people what they want to hear. If it is too good to be true, it probably is.

For example, CBC reports the pension liabilities based on interest rate crystal balls, projections of future interest rates. Why are they projecting interest rates if the capital markets have already done that? We don't need to do that again. So we have pension liabilities that in effect are valued not in Canadian dollars, but what I have called "DB bucks." DB bucks are worth about 65 cents on the dollar, and some pension plans are worth 50 cents on the dollar. The problem is that the pensions are actually paid in Canadian dollars at par, exchanging DB play money until it runs out of real money or until sedated workers and taxpayers wake up and realize that they have been had.

What is a union doing negotiating pensions? Union has no business imposing and dictating terms for an entirely unrelated financial business, for the enterprise to undertake, and particularly one that undermines its real business to the detriment of workers it represents. Unions should focus on wages.

Bold leadership is required. Your predecessors in government have left you saddled with a huge fairness and sustainability problem. You and your contemporaries in the provincial capitals and municipalities have three choices: One, raise taxes and bail out the plans and let the unfairness continue; two, cut government staff and services brutally and bail out the plans and let the unfairness continue; or fix the root problem: the overly generous public sector pension plans, paid in DB bucks.

Le public fait confiance aux responsables des régimes de pension et aux syndicats sous l'œil attentif du gouvernement. Mais, à l'évidence, cette confiance est mal placée ou mal comprise. C'est l'idéologie, et non la science, qui règne dans le domaine des pensions.

Imaginez, je suis ici pour vous dire qu'il n'y a aucun fondement rationnel cohérent à l'appui des pensions dans la société. Les régimes de pension du secteur public sont exploités en contradiction des marchés financiers, et, c'était prévisible, ils ont complètement manqué à leur devoir envers la population.

L'histoire canadienne révèle que ce sont des idéologues qui ont inventé les régimes de pension à prestations déterminées, parce que les coûts et les prestations sont supérieurs aux cotisations déterminées. Bien sûr, les gouvernements, y voyant un bien commun, ont accordé de généreux allègements fiscaux, et ils ont maintenu le cap en étirant la sauce jusqu'au point de non-retour.

L'immense secteur des pensions et les syndicats, un groupe d'idéologues qui se bercent d'illusions, sont entrés en contradiction avec le public. Il n'y a pas d'argent pour les idéologues dans les cotisations déterminées. Ils ont gavé le public de semi-vérités économiques fallacieuses et ont fait du modèle à prestations déterminées le modèle de pension convoité par défaut au sein de la société, une réalisation tout à fait remarquable, en disant aux gens ce qu'ils voulaient entendre. Si c'est trop beau pour être vrai, c'est probablement faux.

Par exemple, la CBC présente ses obligations de retraite en estimant les taux d'intérêt futurs dans une boule de cristal. Pourquoi prévoit-elle des taux d'intérêt si les marchés financiers l'ont déjà fait? Nous n'avons pas besoin de le refaire. Par conséquent, nous avons des obligations de retraite qui, en fait, sont évaluées non pas en dollars canadiens, mais en fonction de ce que j'ai appelé des « dollars PD ». Les dollars PD valent environ 65 cents le dollar. Et, dans le cas de certains régimes de pension, seulement 50 cents le dollar. Le problème, c'est que les prestations de retraite sont payées en dollars canadiens au pair. On échangera les dollars PD fictifs jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de vrai argent ou jusqu'à ce que les travailleurs et les contribuables endormis se réveillent et se rendent compte qu'ils se sont fait jouer.

Pourquoi un syndicat négocie les pensions? Les syndicats n'ont aucunement le droit d'imposer leurs vœux et de dicter les conditions d'une structure financière tout à fait indépendante, que l'entreprise doit gérer, et particulièrement si cela mine ses activités réelles au détriment des travailleurs représentés. Les syndicats devraient s'occuper des salaires.

Il faut un leadership audacieux. Vos prédécesseurs au gouvernement vous ont laissé un grave problème d'équité et de durabilité. Vous et vos homologues actuels au niveau provincial et municipal avez trois possibilités : premièrement, augmenter les taxes et sauver les régimes et maintenir l'injustice; deuxièmement, saper brutalement dans l'effectif et les services du gouvernement et sauver les régimes et maintenir l'injustice; ou, troisièmement, éliminer la cause du problème, les régimes de pension trop généreux du secteur public payés en dollars PD.

We strongly urge you to consider the latter course of action. The pension devastation is not a bug, but a feature of defined benefit pension. Failure was entirely predictable. It operates in defiance of the collective wisdom of the capital markets.

In summary, CBC the pension is unaffordable, sends taxpayers to the capital market casino betting from a starting losing position while it thrives on a phony accounting. It is a societal fairy tale with a guaranteed scary ending.

Thank you.

Senator Plett: I have a couple of basic questions. First, the way I understood it, you spend a good part of your presentation saying that pensions overall are not a good thing.

Mr. Dziadyk: That is correct.

Senator Plett: That is correct, okay.

Mr. Dziadyk: I wish it weren't so, but it is correct.

Senator Plett: Okay, so pensions overall. How do you feel about Canada Pension?

Mr. Dziadyk: Well, I think that is an entirely different model, because it is an open-ended model. It is a societal model based on general tax — well, on tax revenues, so it is an open-ended plan, and it depends upon a continual flow of contributions coming in from future workers.

With these plans, the question is can you keep kicking the can down the road? If you look at pension and you define pension by the security of promise, I think that is the essence of it. If it is a promise, a secure promise, a promise I can build my life around, that means that there are a lot of things going on that are protecting my pension. If it is not that, it is like a farce, so you need the protection in the corporations and in the Crown corporations. You need to be able to protect that the workers are funding their own pensions and not depending on future generations.

Senator Plett: But Canada Pension, as you say, is tax funded, but the scheme of Canada Pension, basically, hasn't been sustaining itself either.

Mr. Dziadyk: That is correct.

William Tufts, Executive Director, Fair Pensions for All: There have been recent movements toward trying to make it sustainable. One of the things you have to keep in mind is that I think there is a \$2 trillion liability on the pension plan when we look at it 20, 30 years down the road.

If you think of the investment scenario for the CPP, it is like a giant Rubik's Cube with all the squares and all the sides. When we analyzed the CPP plan and looked at all the assumptions that are made in it, it would have to be a miracle in order for them to all

Nous vous prions d'envisager cette dernière solution. Le désastre des pensions n'est pas un problème passager, c'est une caractéristique des régimes de pension à prestations déterminées. L'échec était tout à fait prévisible. Ces systèmes fonctionnent au mépris de la sagesse collective des marchés financiers.

En résumé, le régime de pension de la CBC est inabordable, ses responsables misent l'argent des contribuables dans le casino des marchés financiers, jouant perdant tout en s'appuyant sur une comptabilité factice. C'est un conte de fées sociétal dont le dénouement sera inévitablement désastreux.

Merci.

Le sénateur Plett : J'ai deux ou trois questions de base. Premièrement, si j'ai bien compris, vous avez passé une bonne partie de votre exposé à nous dire que, de façon générale, les pensions ne sont pas une bonne chose.

M. Dziadyk : C'est exact.

Le sénateur Plett : C'est exact? D'accord.

M. Dziadyk : J'aimerais bien que ce ne soit pas le cas, mais ça l'est.

Le sénateur Plett : D'accord, alors les pensions générales. Que pensez-vous du Régime de pensions du Canada?

M. Dziadyk : Eh bien, je crois que c'est un modèle tout à fait différent, parce que c'est un modèle ouvert. C'est un modèle sociétal fondé sur l'imposition générale — eh bien, sur les revenus fiscaux —, alors c'est un régime ouvert fondé sur les cotisations des futurs travailleurs.

Dans le cas de ces régimes, la question consiste à se demander si on peut continuer à avancer. Si vous examinez la situation des pensions et vous définissez la notion de pension en fonction de la solidité de la promesse, alors je crois que c'est essentiellement ce dont il s'agit. Si c'est une promesse, une promesse solide, une promesse sur laquelle je peux m'appuyer pour bâtir ma vie, cela signifie qu'il y a pas mal de choses qui se passent et qui protègent ma pension. Si ce n'est pas le cas, si c'est une mascarade, alors il faut obtenir la protection des sociétés et des sociétés d'État. Il faut s'assurer de protéger les travailleurs et s'assurer qu'ils financent leur propre pension sans s'appuyer sur les générations futures.

Le sénateur Plett : Mais le Régime de pensions du Canada, comme vous le dites, est financé par les impôts et essentiellement, il n'a pas réussi à se soutenir lui-même non plus.

M. Dziadyk : C'est exact.

William Tufts, directeur général, Fair Pensions for All : Récemment, des efforts ont été déployés pour en assurer la durabilité. Selon moi, une des choses qu'il ne faut pas oublier, c'est que le régime de pension aura un passif de 2 billions de dollars dans 20 ou 30 ans.

Lorsqu'on réfléchit au scénario d'investissement du RPC, c'est comme un immense cube Rubik avec tous ces carrés sur les six côtés. Lorsqu'on analyse le plan du RPC et qu'on examine toutes les hypothèses formulées, il faudrait un miracle pour que tout se

come to fruition. There are assumptions based on the number of immigrants coming into the plan and paying in the future, age longevity, the stock returns on the bonds and stocks, and all types of investments that the CPP is looking toward, what the average earnings are going to be.

From the Fair Pension's point of view, we feel that is a good, solid part of the security base that is in Canada today with the CPP, the Old Age Security program, and if people fall short, it is guaranteed income supplement.

One of the things to keep in mind about a public sector employee pension is that it is stacked on top of the CPP, OAS, GIS, so when you hear that an employee at CBC, is getting \$39,000 a year on their pension, that is on top of CPP and Old Age Security. So a newly retired CBC employee today is getting a pension from the pension plan and government sources of almost \$60,000 a year.

Compare that to the average taxpayer. Half of Canadians over 65 are earning less than \$27,000 year. Basically, the public sector pension plans that are in place today are stacked on top of the programs that all other Canadians are getting, and it is creating a new economic elite, which is the public sector employees who are having their pensions and the shortfall funded by taxpayers.

Senator Plett: You alluded to private industry not having any pension plans where they contribute. How many of those companies are there? I am a small business person, or was. We had self-directed plans where the employee could direct where his or her money should go, and we matched the contributions. Do the majority of private companies not have some form of a plan?

Mr. Dziadyk: They do. Defined benefit pension plans, as I said, originally were pedaled by these ideologues as being both a benefit and cheaper, it would provide a better benefit, so it was no contest to a defined contribution plan like what you are describing.

Many corporations have defined benefit plans like yours, or something like this. They all have various degrees of richness. Of course, 2 per cent, 1.5 per cent, final three, final five, all of those kinds of things, but as the economics have started to come into focus these corporations have started renegeing on their benefits, such as Air Canada. Some of these pensions have been dropped, promises broken, lives shattered because of that, so this isn't a free lunch.

Senator Plett: But can that happen with CBC being a Crown corporation?

Mr. Dziadyk: Well, it can if the taxpayers stand up and refuse to fund it. I have said: This plan is depending on \$1.5 billion in future contributions that exceed future benefits to pay for the

produire comme prévu. Il y a des hypothèses fondées sur le nombre d'immigrants qui participeront au régime et qui paieront à l'avenir, sur l'espérance de vie, sur les gains en bourse des obligations et des actions, et tous les types d'investissements qu'envisage le RPC, et sur la rémunération moyenne.

Pour Fair Pension, il s'agit d'un bon et solide élément du filet de sécurité canadien actuel, avec le RPC, la Sécurité de la vieillesse et, si ce n'est pas assez, le Supplément de revenu garanti.

Une des choses qu'il ne faut pas oublier au sujet des régimes de pension des employés du secteur public, c'est que tout cela s'ajoute au RPC, à la SV et au SRG, alors lorsque vous apprenez qu'un employé de la CBC touche une pension de 39 000 \$ par année, c'est en plus du RPC et de la Sécurité de la vieillesse. Alors un nouveau retraité de la CBC obtient une pension de source gouvernementale de près de 60 000 \$ par année.

Comparez cela au contribuable moyen. La moitié des Canadiens âgés de 65 ans et plus touchent moins de 27 000 \$ par année. Essentiellement, les régimes de pension du secteur public en place aujourd'hui s'ajoutent à tous les autres programmes à l'intention des Canadiens, et on crée ainsi une nouvelle élite économique, soit les pensionnés de la fonction publique, dont les pensions et les manques à gagner des régimes de pension sont financés par les contribuables.

Le sénateur Plett : Vous avez mentionné le fait que, dans le secteur privé, il n'y a pas de régime de pension auquel les entreprises contribuent. C'est le cas de combien d'entreprises? Je suis, ou j'étais, propriétaire d'une petite entreprise. Nous avons un régime dans le cadre duquel les employés décidaient où leur argent devait aller, et nous versions une contribution en contrepartie. La plupart des entreprises privées n'ont-elles pas un régime quelconque en place?

M. Dziadyk : Elles en ont. Comme je l'ai dit, au départ, les régimes de pension à prestations déterminées ont été présentés par ces idéologues comme étant à la fois avantageux et moins chers. Ils affirmaient qu'ils permettraient de fournir de meilleures prestations, alors qu'ils n'avaient rien à voir avec un régime à cotisations déterminées comme celui que vous décrivez.

Bon nombre de sociétés ont mis en place des régimes à prestations déterminées comme le vôtre, ou un régime semblable. Ces régimes affichent tous divers niveaux de richesse. Bien sûr, 2 p. 100, 1,5 p. 100, les trois ou les cinq dernières années, toutes ces choses, mais lorsque la situation économique a pris l'avant-plan, ces sociétés ont commencé à manquer à leur promesse de prestations, comme Air Canada. Certaines de ces pensions ont été abandonnées, des promesses ont été brisées, des vies ont été chamboulées pour cette raison : il n'y a rien de gratuit.

Le sénateur Plett : Mais est-ce que cela peut se produire, puisque la CBC est une société d'État?

M. Dziadyk : Eh bien, oui, si les contribuables se lèvent et refusent de le financer. J'ai dit que ce régime dépend de 1,5 milliard de dollars en cotisations futures, en plus des

past, so it is a very serious situation. They don't have enough money to pay what they owe for the work that was done, so everything is pushed out into the future.

If I am a future worker, do I want to contribute to this kind of a plan? By definition, my contributions are going to be bigger than my benefits. I want to have a plan like yours, defined contribution plan.

If you really do the economics, you will see that the defined benefit pension is an intrusion into a symbiotic relationship between a worker and the employer. The pension doesn't connect them in any way. You pay a wage for fair work that was done. If you said you were paying somebody \$15 an hour, and then you were putting in \$2 as an employer contribution, and they were putting in \$2, the fact is you are paying them \$17 an hour.

Senator Plett: That is going to be my last question. First of all, does CBC compare, in that case, with other broadcasters? Clearly, if I am a journalist out looking for a job and I go to CTV or Global and they offer me \$30 an hour and \$2 an hour for my pension, and I go to CBC and they offer me the same wage but they will give me \$4, it is a better deal by \$2. Is this not simply part of the entire package that I look at, and is CBC that much better than other broadcasters?

Mr. Tufts: We have looked into that. One of the things that we were concerned about is the lack of information that was coming out of CBC.

Senator Plett: Well, we all are.

Mr. Tufts: One of the things that I have provided, just for interest for you, was something that came from Ontario Power Generation, OPG. All major private corporations in Canada and most public entities provide some sort of salary data, not only on their senior executives, but in Ontario, for example, on any employees earning over \$100,000. It is impossible to correlate the CBC annual report. It is 167 pages long. The single biggest expense that would eat up 60, 70, 80 per cent of all their operations would be salaries, benefits, and pensions. They don't have a single substantial reference in their whole annual report to what those salary costs are. We know how many employees they have, but we can't even give you an average wage, which is absolutely ridiculous in terms of disclosure.

It is part of the corporations operating cost, its single biggest expense, and you can't disclose to your shareholders even what is your base cost. We would certainly urge some sort of compensation that is standard throughout industry, throughout government, at least, of the top five executives. Just the anecdotal information would provide that no other broadcasters could come close to matching CBC for that compensation.

prestations futures, simplement pour payer pour le passé, alors la situation est très grave. Il n'y a pas assez d'argent pour payer ce qui est dû pour le travail accompli, alors tout se fait reporter.

Si je suis un futur travailleur, est-ce que je veux cotiser à ce genre de régime? Par définition, mes cotisations seront supérieures à mes prestations. Je veux avoir un régime comme le vôtre, un régime à cotisations déterminées.

Si vous faites les calculs, vous constaterez que les régimes de pension à prestations déterminées sont une intrusion dans la relation de symbiose entre un travailleur et l'employeur. Le régime de pension ne les lie d'aucune façon. On paye un salaire équitable pour le travail qui est fait. Si on dit qu'on rémunère quelqu'un 15 \$ l'heure, puis qu'on ajoute une contribution de l'employeur de 2 \$, et que l'employé doit aussi mettre 2 \$, en fait, on le paye 17 \$ l'heure.

Le sénateur Plett : J'en suis à ma dernière question. Pour commencer, la situation à la CBC est-elle comparable, dans ce cas, à celle des autres radiodiffuseurs? Évidemment, si je suis un journaliste qui cherche un emploi et que CTV ou Global m'offre 30 \$ l'heure et 2 \$ l'heure pour ma pension, et que la CBC m'offre le même salaire, mais offre 4 \$, c'est mieux que 2 \$. N'est-ce pas simplement un des éléments de la rémunération totale dont je dois tenir compte? Et l'offre de la CBC est-elle vraiment meilleure que celle des autres radiodiffuseurs?

M. Tufts : Nous nous sommes penchés sur cette question. Une des choses qui nous préoccupaient, c'est le manque d'information fournie par la CBC.

Le sénateur Plett : Eh bien, ça nous préoccupe tous.

M. Tufts : Une des choses que je vous ai fournies, et qui pourraient vous intéresser, vient d'Ontario Power Generation, OPG. Toutes les grandes sociétés privées au Canada et la plupart des entités publiques fournissent certaines données sur les salaires, non seulement de leurs cadres supérieurs, mais, en Ontario, par exemple, de tout employé touchant plus de 100 000 \$. C'est impossible de faire des corrélations avec le rapport annuel de la CBC. Il compte 167 pages. La principale et plus grande dépense qui gruge jusqu'à 60, 70 ou 80 p. 100 des fonds sont les salaires, les avantages sociaux et les pensions. Il n'y a pas une seule mention concrète dans tout le rapport annuel de ce que sont ces coûts salariaux. Nous savons combien la société compte d'employés, mais nous ne pouvons pas vous fournir le salaire moyen, ce qui est absolument ridicule pour une communication.

Cela fait partie du coût de fonctionnement des sociétés, c'est la plus importante dépense, et on ne peut même pas communiquer aux actionnaires les coûts de base. Évidemment, nous demanderions un type de rémunération normalisé au sein de l'industrie, à l'échelle du gouvernement, du moins, des cinq principaux cadres. Le simple fait de fournir cette information anecdotique permettrait de savoir qu'aucun autre radiodiffuseur ne peut s'approcher de la CBC en ce qui concerne la rémunération.

As I say, with the caveat based on the information that is not available, we are not aware of any other corporation that offers a defined benefit pension plan at the same level.

Senator Housakos: I have a supplementary question to Senator Plett's question. You mentioned that there is very little information available when it comes to how the CBC is awarding pensions. The private competitors, do you have access to their information? Is their information more accessible?

Mr. Dziadyk: I can say that one of the concerns that I have is the lack of communication, miscommunication for both the members in the plans, and also for the ownership. I have used the term "ownership" in general terms to describe shareholders and taxpayers.

I think the best word is probably "ambiguity." It is all ambiguous. It is all shadowy. It is in the dark, all of the accounting.

If you look at the CBC, General Motors, Ford, Nortel, anybody, once you have made a pension promise, just because you have assets in a side trust doesn't mean that you don't have capital exposed to risk, because what they really have is an IOU down the road on future earnings, if you don't have the assets.

What should be happening is that all of those pension assets and liabilities should be on the balance sheet, but they are not. They are in this trust, and this is in the private sector with publicly listed companies.

The disclosure is only in the notes. We have made a big issue out of this. Shareholders have no idea of the exposures that these widget companies are taking in these massive schemes that are sitting outside. They are in the shadows. It is a phony accounting, and it is not on the balance sheet. That obscurity is very worrying?

As we were just talking here, if you are paying a teacher \$30,000 a year, what are you really paying that teacher? I have been reading Jim Leech's articles on the Ontario Teacher's Pension. He pops up in the paper every second day, and the governments and the politicians just love this guy. Hey, all the power to him. But he is just talking mush, and they are eating it all up. He says, "Hey, we are the best. We are the cheapest. We have everything going for us."

But there is no demonstration of any of that. What is that teacher costing the taxpayer? If you do that, then you think about the math that these Ontario taxpayers have been talking about, you would say, "We could figure out if it makes sense that a teacher is being paid \$100,000 on \$30,000 all in." But the way it is, nobody knows.

Just as a last point, not to belabour it, let's flip this pension promise around to the innocents, supposedly, the employees. Now, if a corporation has got to issue a prospectus for a ten year corporate bond, why wouldn't it have to issue a prospectus for a 40-year pension promise? There is no good answer to that.

Comme je l'ai dit, et je rappelle que l'information n'est pas accessible, nous ne connaissons aucune autre société qui offre un tel régime de pension à prestations déterminées.

Le sénateur Housakos : J'ai une question complémentaire à celle du sénateur Plett. Vous dites qu'il y a très peu de renseignements accessibles sur la façon dont la CBC verse ses pensions. Dans le cas des compétiteurs du secteur privé, avez-vous accès à cette information? Est-elle plus accessible?

M. Dziadyk : Disons qu'une de nos préoccupations, c'est le manque de communication, la mauvaise communication tant pour les bénéficiaires des régimes que pour les propriétaires. J'ai utilisé la notion de « propriétaire » de façon générale, et j'y inclus les actionnaires et les contribuables.

Je crois que le mot le plus juste est probablement « ambiguïté ». Tout est ambigu. Tout est trouble. Toute la comptabilité se fait dans le noir.

Qu'il s'agisse de la CBC, de General Motors, de Ford, de Nortel ou de quiconque, une fois qu'une promesse de pension a été faite, le simple fait d'avoir des actifs en fiducie ne signifie pas que le capital n'est pas à risque, parce que, en fait, au bout du compte, tout ce que c'est, c'est une reconnaissance de dette qui pèse sur les gains futurs si on n'a pas les actifs nécessaires.

Il faudrait que tous ces actifs et passifs liés aux pensions figurent dans le bilan, mais ce n'est pas le cas. Tout est en fiducie, dans le secteur privé, dans des sociétés cotées en bourse.

La divulgation se limite aux notes. Nous en avons fait tout un plat. Les actionnaires n'ont aucune idée de tous les risques auxquels s'exposent ces multiples sociétés dans ces montages gigantesques qu'ils leur sont proposés. Tout est dans l'ombre. La comptabilité est factice, et les données ne figurent pas dans le bilan. Cette obscurité est très inquiétante.

Comme nous venons d'en parler, si on paye un enseignant 30 000 \$ par année, quelle est sa rémunération réelle? J'ai lu les articles de Jim Leech sur le régime de retraite des enseignants de l'Ontario. Son nom apparaît dans le journal un jour sur deux, et les gouvernements et les politiciens l'adorent. Vous savez, grand bien lui en fasse, mais il sert une bouillie, et tout le monde l'avale. Il dit : « Vous savez quoi? Nous sommes les meilleurs. Nous sommes les moins chers. Tout va bien pour nous. »

Mais il n'y a aucune preuve. Que coûte l'enseignant aux contribuables? Pour le savoir, il faut faire les calculs dont les contribuables ontariens parlent, et on constate qu'il est possible qu'un enseignant touche 100 000 \$ lorsqu'on calcule ses 30 000 \$ et tout le reste. Cependant, en raison de la situation actuelle, personne ne le sait.

Une dernière chose, parce que je ne veux pas trop m'acharner là-dessus. Revenons à cette promesse de pension et parlons des supposés innocents, les employés. Si une société doit émettre un prospectus pour une obligation de société de 10 ans, pourquoi ne pas le faire pour une promesse de pension sur 40 ans? Je n'ai pas encore entendu de bonne réponse.

Most of these employees, the workers who come into these defined benefit plans, don't realize that really, what they have is two things — you have an earnings contract, and then you are giving part of your wages and they are promising you a pension. That is an entirely different thing. You are buying a pension with your wages, so are you not entitled to know the basis of this arrangement? Are you entitled to know that your wages are being redistributed to others? It is a Ponzi scheme and you are going to end up with Lord knows what when it comes time to retire. I think there are a lot of things that need to be addressed.

Senator Munson: Thank you for being here.

Are you folks part of the National Taxpayers Federation? Are you just on your own? You are two gentlemen who have a point of view. I would like to know more about you. Do you represent tens of thousands of Canadians who share your views?

You seem to think that there is a villain behind every corner. You ask the question: What is a teacher costing the taxpayer? These are teachers who give of their lives for 35 to 40 years and no matter how the pension plan looks, deserve a benefit at the end of their working days.

You didn't answer the question about the private sector anchors and so on and so forth, about what they make. How can we talk about an analysis of CBC — and you seem to have the CBC target on your foreheads — when you are not answering the question about the private sector? I don't know how you can do that kind of analysis at the end of the day.

You say, "What are unions doing negotiating pensions?" Since time immemorial, unions have been there doing that for those in the private and public sectors.

I am irritated. You may have allies around this table, but certainly not with me. You can argue all you want about pensions, but the issue is that — you talk about the \$39,000 and then getting a Canada Pension and OAS — that is the way it is for thousands of Canadians. That horse has left the barn. I find frightening, some of the language you are using. You almost make it look like people are stealing money that they contributed to a plan that was there in the first place and have allowed themselves to say, "In my retirement, I am going to live a good life." — for 39,000 bucks, maybe 8,000 bucks in Canada Pension and 6,000 bucks so they can live a life.

I just don't understand this target in your submission, the CBC. You may as well attack all of us, politicians, you name it.

Mr. Dziadyk: May I try and respond?

Senator Munson: Well, I hope so.

Mr. Dziadyk: The business of broadcasting is entirely different from a financial business of providing a pension. When you bring these two businesses together — the pension business and the

La plupart de ces employés, les travailleurs qui bénéficient de ces régimes de pension à prestations déterminées, ne se rendent pas compte qu'il y a en fait deux choses en jeu : le contrat de rémunération, et la partie de leur salaire qu'ils donnent en échange contre une pension. C'est une chose tout à fait différente. Vous achetez une pension avec votre salaire, et on ne vous permet pas de connaître le fondement de cet arrangement? Avez-vous le droit de savoir que votre salaire est redistribué aux autres? C'est une combine à la Ponzi, et les gens se retrouveront avec je ne sais quoi à la retraite. Je crois qu'il y a beaucoup de choses qu'il faut régler.

Le sénateur Munson : Merci d'être là.

Faites-vous partie de la Fédération canadienne des contribuables? Ou êtes-vous indépendante? Vous êtes deux hommes qui avez vraiment des idées arrêtées. J'aimerais en savoir davantage à votre sujet. Représentez-vous des dizaines de milliers de Canadiens qui partagent vos points de vue?

Vous semblez croire qu'il y a des malfaiteurs partout. Vous posez la question : que coûte un enseignant aux contribuables? Les enseignants, qui consacrent 35 ou 40 ans de leur vie, peu importe la situation de leur régime de pension, méritent des prestations en fin de carrière.

Vous n'avez pas répondu à la question au sujet des salaires des chefs d'antenne du secteur privé et ainsi de suite. Comment pouvons-nous analyser la CBC — vous semblez prendre la CBC pour cible — si vous ne répondez pas aux questions au sujet du secteur privé? Au bout du compte, je ne vois pas comment vous pouvez réaliser ce genre d'analyse.

Vous demandez pourquoi les syndicats négocient les pensions. Depuis des temps immémoriaux, les syndicats sont là et le font dans les secteurs privé et public.

Votre propos m'irrite. Vous avez peut-être des alliés ici, mais je n'en suis vraiment pas un. Vous pouvez dire tout ce que vous voulez au sujet des pensions, mais, en fait — vous parlez des 39 000 \$ à quoi s'ajoutent le Régime de pensions du Canada et la SV —, c'est ainsi pour des milliers de Canadiens. Le train a déjà quitté la gare. Je trouve effrayants certains mots que vous utilisez. Vous semblez presque dire que les gens volent de l'argent alors qu'ils ont simplement cotisé à un régime qui était déjà là quand ils sont arrivés, ce régime qui leur a permis de se dire : « À la retraite, je vais pouvoir bien vivre »... Pour 39 000 \$, peut-être 8 000 \$ du Régime de pensions du Canada et 6 000 \$ afin de bien vivre et de ne pas trop s'en faire.

Je ne comprends pas pourquoi, dans votre présentation, vous vous en prenez à la CBC. Vous pourriez tout aussi bien vous attaquer à nous tous, les politiciens, et à je ne sais qui d'autre.

M. Dziadyk : Puis-je essayer de répondre?

Le sénateur Munson : Eh bien, je l'espère.

M. Dziadyk : Le secteur de la radiodiffusion est tout à fait différent du milieu de la finance et des caisses de retraite. Lorsque vous réunissez ces deux choses — le milieu des caisses de retraite

financial business — you have a structure that is operating against the capital markets, in defiance of the capital markets. The economics are the economics.

In the real world, when you set up that kind of a structure, those assets and liabilities are going like this over time. They say, if you read this report, all the way through it, in the long run we are all fine. In the long run, we have enough assets. Are we in the long run now? When is the long run going to be here? Who is going to pay for it?

I am not saying this is wrong. I would love to have one of these pensions, but who is going to pay for it? Because of this ambiguity, we don't know what it costs because it is all pushed out into the long run.

Now, sir, the real world operates that nobody has a long run without a short run, because if you fail in the short run, you won't have a long run. These guys are \$500 million short in phony accounting, so what are they really short? These guys use interest rates in these DB liabilities. One per cent on that interest rate moves that liability \$750 million. These guys are using interest rates that are way above the basic treasury rates where these things should be. It is a very frightening situation. It is much worse than shown.

I didn't want to go down that road, but it is worse than it is shown. So what has happened? When I said this thing about prospectus, I call, in all of my work and all of my writings, the people "the innocents," because promises were made that are not secure. First of all, they are not secure. Will they be? People have fashioned their lives around these things. Now, all over Canada, they are talking about reducing benefits. They even want to change laws and reduce accrued benefits.

In the old days, what they used to do if they had a loss, they would reduce future so they can make up their losses on future. So it is just a scam, in the way it has been played out.

I am not saying the teacher who has worked their whole life, that that is not a noble profession or something like that. It was just that there was a lot of press with Mr. Leech's articles in the paper, so it is easy to sort of talk about that. But I have the highest respect for them.

I want fairness. That is why I said prospectus. In some cases what is going on in some of these pension plans is that the people that are working today — I tried to describe this — are putting their contributions into the plan and those contributions are being hived off to the retirees. So if right now, the plan is 80 per cent funded, I am a worker. I am putting in a dollar. The retiree takes out a dollar. For my dollar, I now have 80 cents. When is that going to get fixed? Why do I want to keep putting my dollar into it?

et la finance — on se retrouve avec une structure qui va à l'encontre des marchés financiers, qui vont à l'encontre de ceux-ci. L'économie, c'est l'économie.

Dans le vrai monde, lorsque vous érigez ce type de structure, ces actifs et passifs empruntent cette trajectoire au fil du temps. Ils disent, si vous lisez le rapport, du début à la fin, à long terme, tout ira bien. À long terme, nous avons suffisamment d'actifs. Sommes-nous à long terme maintenant? À long terme, c'est quand? Et qui va payer?

Je ne dis pas qu'ils ont tort. J'aimerais bien avoir une de ces pensions, mais qui va payer? En raison de cette ambiguïté, nous ne savons pas ce qu'il en coûte parce que tout est repoussé à long terme.

Vous savez, monsieur, dans le vrai monde, il n'y a pas de long terme sans court terme, parce que si vous trébuchez à court terme, il n'y aura pas de long terme. Ces régimes affichent des manques à gagner de 500 millions de dollars dans leur comptabilité factice, alors imaginez le vrai manque à gagner. Ils utilisent des taux d'intérêt relativement à ces passifs en dollars PD. Une modification de 1 p. 100 du taux d'intérêt fait bouger ce passif de 750 millions de dollars, et ils utilisent des taux d'intérêt qui sont bien supérieurs aux taux de base des bons du Trésor, qui sont ceux qu'il faudrait utiliser. Il y a de quoi avoir peur. C'est bien pire qu'on ne le laisse croire.

Je ne voulais pas m'engager dans cette voie, mais c'est pire qu'on ne le laisse croire. Alors qu'est-ce qui s'est produit? Lorsque j'ai parlé du prospectus... Dans tous mes travaux et tous mes écrits, j'appelle les gens « les innocents », parce que des promesses ont été faites sans assurance quant à la possibilité de les tenir. Pour commencer, il n'y a rien de garanti. Les promesses pourront-elles être tenues? Des gens ont organisé leur vie en fonction de ces choses. Et maintenant, partout au Canada, on parle de réduire les prestations. On veut même modifier les lois et réduire les prestations accumulées.

Dans le passé, en cas de perte, on réduisait les données futures afin de pouvoir compenser les pertes. Cette façon de faire, c'était une arnaque.

Je ne dis pas, au sujet de l'enseignant qui a travaillé toute sa vie, que sa profession n'est pas noble ou quoi que ce soit. C'est simplement qu'on a beaucoup parlé des articles de M. Leech dans les journaux, alors c'était facile de soulever cet exemple. Mais j'ai beaucoup de respect pour les enseignants.

Je veux de l'équité. C'est pourquoi j'ai parlé de prospectus. Dans certains cas, ce qui se produit, dans certains de ces régimes de pension, c'est que les gens qui travaillent aujourd'hui — j'ai essayé de le décrire — cotisent au régime, et ces cotisations sont utilisées pour payer les retraités. Alors, disons que, aujourd'hui, le régime est financé à 80 p. 100, et je suis un travailleur. Je cotise 1 \$. Un retraité prend 1 \$. Pour mon dollar, j'ai maintenant 80 cents. Quand va-t-on régler ce problème? Pourquoi est-ce que je dois continuer à mettre mon dollar?

We are trying to put a square peg into a round hole. The cost of labour is \$25 an hour. Sooner or later, I think with the help of employers, the help of governments, people have to take some responsibility for their own investments. You invest money in the markets. It goes like this. Why is it any different if you give your money to CBC? They promise you this, but it is going like this.

Senator Munson: I know that other senators have many questions. In the Canada Pension Plan, people who manage it, they also invest up and down in various entities to make sure, to try to keep the Canada Pension Plan flush. Right? So they are out there speculating as well, and you hope as a taxpayer that they are going to make wise decisions, but it is also market driven.

Could you tell me succinctly, today, since we have thousands of CBC employees who have this pension plan now, in your view, what is then the best plan?

There is an illusion here made to people that are making this kind of money. Well, maybe perhaps we should take a look at members of parliament, senators, and see what their pensions will be in a short period of time of work, plus the Canada Pension. If you don't make the cut, you could get OAS.

If you are going after the CBC, you may as well come after all of us. If this turns out to be a generous time for them, well, perhaps it is, and perhaps we can't afford this either. I know you are here to take issue with the CBC, but I feel, having myself worked in the private broadcasting business too, that there are lots of issues there of people who make a lot of money. I am trying to figure out your analysis, if you don't have that stuff in the mix in this country of broadcasting. Anyway, that is my point.

Mr. Tufts: Thank you. We were invited to be here.

Senator Munson: No, I know.

Mr. Tufts: We didn't solicit to be here. We were investigating the CBC pension. I think one of the things we have to look at is just the generosity of pensions, and I would agree with you that we have to look at all pensions, including — sorry — senators and MPs and anybody else across the public sector.

What has happened in Ontario, for example, is that over 14,000 retired employees in Ontario are getting a pension over \$100,000 a year. We have to look at the sheer numbers and the implications of pensions.

Think of \$1 trillion. What is \$1 trillion? These numbers start to become boggling. You can't put them into context, but the Canadian public sector employee pensions in Canada have now accumulated over \$1 trillion of assets. What sort of influence and impact is that going to have on the equity and capital markets in Canada?

On tente la quadrature du cercle. La main-d'œuvre coûte 25 \$ l'heure. Tôt ou tard, je crois que ce sera avec l'aide des employeurs, l'aide des gouvernements, les gens devront se responsabiliser à l'égard de leurs investissements. Vous investissez de l'argent dans les marchés. Et le marché fait ça. Pourquoi serait-ce différent si vous donnez votre argent à la CBC? Ils vous promettent ceci, mais le marché s'en va comme ça.

Le sénateur Munson : Je sais que d'autres sénateurs ont beaucoup de questions. En ce qui concerne le Régime de pensions du Canada, les gens qui le gèrent investissent aussi à la hausse et à la baisse dans diverses entités pour s'assurer... pour s'assurer que tout arrive. Est-ce le cas? Alors eux aussi ils spéculent, et on espère en tant que contribuable qu'ils prennent les bonnes décisions, mais là aussi, c'est une question du marché.

Pouvez-vous me dire brièvement, aujourd'hui, puisqu'il y a des milliers d'employés de la CBC qui bénéficient de ce régime de pension actuellement, selon vous, quelle est la meilleure marche à suivre?

On jette de la poudre aux yeux des gens qui font de l'argent de cette façon. Eh bien, nous devrions peut-être nous pencher sur le cas des parlementaires, des sénateurs, pour savoir quelles seront leurs pensions dans peu de temps, plus le Régime de pensions du Canada. Si vous n'êtes pas qualifié, vous pouvez obtenir la SV.

Si vous vous en prenez à la CBC, vous pouvez aussi vous en prendre à nous tous. On constate que c'est une période généreuse pour eux, eh bien, ce l'est peut-être, et peut-être qu'on ne peut pas se le payer non plus. Je sais que vous êtes ici pour vous en prendre à la CBC, mais j'estime, ayant moi-même travaillé dans le secteur de la radiodiffusion privée, qu'il y a beaucoup de problèmes liés à des personnes qui font beaucoup d'argent. J'essaie de comprendre votre analyse, si vous ne tenez pas compte de ce qui se passe dans le reste du secteur de la radiodiffusion au pays. En tout cas, c'est ce que je pense.

M. Tufts : Merci. On nous a demandé de venir.

Le sénateur Munson : Non, je sais.

M. Tufts : Nous n'avons pas demandé à être ici. Nous faisons enquête sur les régimes de pension de la CBC. Je crois que l'une des choses auxquelles il faut réfléchir, c'est la générosité des pensions, y compris — désolé — celles des sénateurs et des députés et de tout le monde au sein du secteur public.

Prenons l'exemple de l'Ontario. Il y a plus de 14 000 employés à la retraite en Ontario qui touchent une pension de plus de 100 000 \$ par année. Il faut examiner ces chiffres et comprendre les répercussions des pensions.

Pensez à 1 billion de dollars. C'est quoi, 1 billion de dollars? À ce niveau, les chiffres commencent à nous dépasser. On ne peut pas les mettre en contexte, mais les régimes de pensions des employés du secteur public au Canada ont maintenant accumulé plus de 1 billion de dollars en actifs. Quel genre d'influence et d'impact cela aura-t-il sur les marchés des actions et financiers au Canada?

Think of \$35 billion. How can you relate to that? Well, \$35 billion is the total amount of money that the four Atlantic provinces are going to spend this year on government services. That is the amount of money that is going into public sector employee pensions.

One of the things that the unions are concerned about is corporation taxes being too low and they are not being taxed high enough. Last year, public sector pensions earned \$105 billion of tax-free profits, tax-free profits that they will use to compete in the private sector against corporations looking to reinvest. They are able to reinvest that money on a tax-free basis.

I would suggest to you that the scope and scale of this thing has become too monstrous. It is out of control, what has happened with pensions. In 1924, the federal government made major changes to the pension system. In 1924, the age of retirement was set at age 65 and life expectancy was age 59. The actuarial reports that just came out show that public sector employees are now going to live five years longer on average than the rest of the population, and they suggest that it is due to gold-plated pensions and the lack of stress that they have in dealing with retirement, relative to the private sector, half of whom have pensions that are worth about half that much.

So we need to go back to the original concept of pensions, which was providing for seniors in their old age security, old age retirement to keep them out of poverty, and I think that is a very noble cause. For that reason, I think the CPP is an excellent program, the OAS, and the GIS.

We have concern about the amount of money that is being diverted out of regular government services. How much money is being diverted out of the CBC? How much time do you think the senior management at the CBC is spending every year looking at and trying to manage a \$5 billion pension plan that is two and a half times the size of their total and revenue and expenses?

We are seeing that corporations across the country, across governments, go out and advise. We spoke earlier this year with the Premier and the Finance Minister of Newfoundland and they are looking into their problems. We have been several times before the Senate Finance Committee, and have been asked to consult with all levels across the government on these defined benefit pension plans.

I agree with you, it is a difficult situation. Where do we go, and what are the solutions? I think it is going to be a lot of sessions like this until we finally get to the true picture and what those solutions might be.

Senator Housakos: I do agree with Senator Munson that pensions are a fantastic idea. People work hard in order to secure their future. I think at the end of the day right now, there is also

Imaginez-vous maintenant 35 milliards de dollars. Comment faire pour bien se l'imaginer? Eh bien, 35 milliards de dollars, c'est le montant total que les quatre provinces de l'Atlantique vont dépenser cette année en services gouvernementaux. C'est le montant consacré aux régimes de pension des employés du secteur public.

Une des choses qui préoccupent les syndicats, c'est l'impôt des sociétés qui est trop bas et le fait qu'on ne les impose pas suffisamment. L'année dernière, les régimes de pension du secteur public ont fait 105 milliards de dollars de profits non imposables, des profits utilisés pour compétitionner contre le secteur privé, contre des sociétés qui cherchent des occasions de réinvestissement. Ils peuvent réinvestir cet argent à l'abri de l'impôt.

J'affirme que le problème des pensions a pris des proportions monstrueuses. C'est hors de contrôle. En 1924, le gouvernement fédéral a apporté des modifications importantes au système de pensions. En 1924, l'âge de la retraite a été établi à 65 ans, et l'espérance de vie était de 59 ans. Les rapports actuariels qui viennent de paraître révèlent que les employés de la fonction publique vont vivre cinq ans de plus, en moyenne, que le reste de la population, et on avance que c'est en raison des pensions en or et de l'absence de stress qu'ils vivent en lien avec leur retraite, comparativement aux pensionnés du secteur privé, dont la moitié ont des pensions moitié moins élevées.

Alors il faut revenir à l'idée initiale des pensions, qui était de fournir aux aînés une sécurité, des prestations de vieillesse pour qu'ils ne se retrouvent pas dans la pauvreté, et je crois que c'est une cause très noble. C'est pour cette raison que je crois que le RPC est un excellent programme, tout comme la SV et le SRG.

Nous sommes préoccupés par la quantité d'argent qui ne sert plus à la prestation des services gouvernementaux réguliers. Combien d'argent est soutiré à la CBC? Combien de temps croyez-vous que la haute direction de la CBC passe chaque année pour examiner et tenter de gérer un régime de pension qui vaut 5 milliards de dollars, soit deux fois et demie ses revenus et dépenses totaux?

Nous constatons que, partout au pays et dans tous les ordres de gouvernement, des sociétés prodiguent des conseils. Nous avons parlé plus tôt cette année avec le premier ministre et le ministre des Finances de Terre-Neuve, qui réfléchissent à leurs problèmes. Nous avons été invités plusieurs fois devant le Comité sénatorial des finances, et on nous a demandé de consulter des intervenants de tous les ordres de gouvernement relativement à ces régimes de pension à prestations déterminées.

Je suis d'accord avec vous, la situation n'est pas facile. Quelle est la marche à suivre et quelles sont les solutions? Je crois qu'il faudra tenir beaucoup de séances comme celle-ci avant que nous puissions bien comprendre la situation et déterminer quelles sont les solutions possibles.

Le sénateur Housakos : Je suis d'accord avec le sénateur Munson, les pensions sont une très bonne idée. Les gens travaillent dur en prévision de leurs vieux jours. Au bout du

no arguing that we live in deflationary times, and there is pressure being put on a wide range of economies and sectors, like the broadcasting sector we are studying here today.

Senator Munson talked about our pensions. Since I came to the Senate, I have seen how generous the pension structure is, and I've seen over the last year and a half, I think it was about a year and a half ago, that they have restructured our pay into the system. It is nowhere near as generous as it was four or five years ago, and the reason for that is, I assume, the fund is getting pressure it didn't have before. I do take your argument that this is projection of a long-run economic evaluation. We all assume when we invest in something, that three years from now, things will grow, and six years from now, you will have more inflation, nine years from now, more inflation. Eventually, we see, time and time again, that that is how bubbles burst.

I want to get specifically into the crux of the matter, which is the CBC. I appreciate the global view you have given us on pensions, and I appreciate that we get a little bit of a *virage* when we start talking about the Canada Pension Plan.

But I want to talk about the CBC pension plan. I was wondering if you have specific numbers, and I am concerned again because there has been a trend throughout the study that we don't seem to be able to get transparent information from a governance perspective on this administration.

Again, pensions, I think, are so fundamental. They are of huge import, and the people who are counting on these pensions who are retired or will be retiring in the next few years need to feel a sense of security, and we as the shareholder of this corporation have to understand what we are liable for. What happens when that bubble occurs, if ever? I would like to know if you can share with this committee specific numbers. What is their pension fund in terms of total money managed?

I also would like to know if you can elaborate for us, you mentioned that it is self-funded, that they fund the pension fund themselves. Can you shed some light on how they operate in terms of who is managing the fund, how much money it has, what is the projected shortfall, if there is a shortfall in the short-term, and what is — from your point of view — the projected shortfall in the long-term, and also has anybody taken into consideration in that evaluation the cutbacks in jobs over the last few years and might have in the future, as well as the compression they have had in their overall subsidies from the federal government.

Mr. Dziadyk: What we have been looking at is the 2013 annual report. It is about a 75-page or a 100-page document. It is very, very, heavily focused on their investments, and it gives an overview of some of the liabilities and the pension values as well.

compte, nous vivons actuellement une période déflationniste, ce qui exerce des pressions sur un large éventail d'économies et de secteurs, comme le secteur de la radiodiffusion, qui est à l'étude aujourd'hui.

Le sénateur Munson a parlé de nos pensions. Depuis mon arrivée au Sénat, j'ai constaté à quel point la structure de notre régime est généreuse. J'ai aussi remarqué au cours de la dernière année et demie — je crois bien que c'est il y a environ un an et demi — qu'il y a eu une restructuration de notre rémunération dans le système. C'est vraiment moins généreux qu'il y a quatre ou cinq ans, probablement parce que de nouvelles pressions se sont exercées sur les fonds. Je comprends votre argument selon lequel on projette une évaluation économique à long terme. Lorsqu'on investit, on le fait toujours en se disant que, dans trois ans, il y aura eu une certaine croissance, et que la tendance se maintiendra après six ans, après neuf ans. Au bout du compte, l'histoire se répète, et on se rend compte que la bulle éclate.

J'aimerais m'attarder au nœud du problème, et parler de la CBC. J'ai pris note de votre point de vue général sur les pensions, et je comprends que votre vision change un peu lorsqu'il est question du Régime de pensions du Canada.

Je veux parler du régime de retraite de la CBC. Je me demande si vous avez des données précises. Je suis encore une fois préoccupé parce qu'on a constaté tout au long de notre étude qu'il est difficile, pour ce qui est de la gouvernance, d'obtenir des renseignements transparents de cette administration.

Comme je l'ai dit, je crois que les régimes de pension sont une structure essentielle. Ils sont extrêmement importants, et les personnes qui comptent sur eux et qui sont à la retraite ou qui prendront leur retraite au cours des prochaines années ont droit à une certaine sécurité. En tant qu'actionnaires de cette société, nous devons comprendre notre responsabilité. Qu'arrivera-t-il si jamais la bulle éclate? J'aimerais savoir si vous pouvez nous fournir des données précises à ce sujet. Quelle est la situation de la caisse de retraite en ce qui concerne la somme d'argent totale qui est gérée?

J'aimerais aussi savoir si vous pouvez nous en dire un peu plus. Vous avez mentionné qu'il s'agit d'un fonds autofinancé, les gens financent eux-mêmes leur caisse de retraite. Pouvez-vous nous en préciser le fonctionnement? Qui gère le fonds? Combien d'argent y a-t-il? Quel est le manque à gagner prévu, s'il y a un tel manque à gagner à court terme? Et quel est — de votre point de vue — le manque à gagner prévu à long terme? De plus, quelqu'un a-t-il tenu compte, dans cette évaluation, des compressions et des emplois éliminés au cours des dernières années, de l'impact que cette situation pourrait avoir à l'avenir et des répercussions qu'aura la réduction des subventions générales du gouvernement fédéral?

M. Dziadyk : Nous avons examiné le rapport annuel 2013. C'est un document qui fait de 75 à 100 pages. Il porte principalement et essentiellement sur les investissements, tout en donnant un aperçu de certains des passifs et des valeurs des régimes de pension.

We have not seen the actuarial report. I don't believe that information has been made available. The results of the evaluations are included. I would just like to apologize. I realize that a contrary opinion delivered to a non-economically focused audience is not an easy thing. I expected that it would be a difficult message to send, because in the real world, even in the public corporations, publicly listed corporations, they take asset risk.

The shareholders don't need an entity to take these risks. They can take them in their own personal accounts, but they don't. They would never take the risks that they allow that the entity does, just because it is all obscure.

I will just reread this section of my presentation to answer some of your questions, sir. The CBC presentation of pension financial position is misleading and inappropriate. It is a massive scheme. Mountains of money, assets of \$5.3 billion, and there is plenty in the long run because they say they have a going concern surplus of \$849 million in the long run. But there is just not enough money to pay everyone what they are owed in the short-run, and that is a deficit of \$486 million. That is what they are short today.

Senator Housakos: The \$486 million shortfall, is that an accumulation of the overflow they have had or the shortfall over two, three years, I guess, or four years.

Mr. Dziadyk: What it is, sir, is a —

Senator Housakos: My question is at what point did they fall into a deficit position?

Mr. Dziadyk: The deficits, as shown in the report, have occurred in eight of the previous ten years.

Just to be clear, like in any other financial reporting, we are valuing the balance sheet. We are valuing the balance sheet at this day, December 31, 2013. What that means is that all of the prior decisions that were taken are now reflected in that balance sheet — the assets that exist and also the obligations that have been undertaken. So at that point in time — it is a point-in-time calculation — they say, what is the pension? That pension that has been promised is then projected out and brought back and valued, and the assets are here.

So we are saying for the promises that have been made, we are almost \$500 million short. I would just like to go on to this other thing, because it is critically important as well. The CBC report states — and I think, again, even more misleadingly — “Positive going concern position indicates the plan continues to hold more than sufficient assets to meet all long-term obligations.” But it doesn't hold the assets it needs.

Senator Plett: I have quick supplementary to the deficit. The problem that I see is the way the pension holders, if you will, are investing the money. I think the Ontario Teachers' Association

Nous n'avons pas pu consulter le rapport actuariel. Je ne crois pas que cette information ait été communiquée. Les résultats de nos évaluations sont là. Je tiens à m'excuser. Je me rends compte qu'exprimer une opinion contraire à des personnes qui ne sont pas dans le domaine de l'économie n'est pas facile. Je m'attendais à ce que le message soit difficile à faire passer, parce que, dans le vrai monde, même au sein des sociétés cotées en bourse, les gens prennent des risques liés aux actifs.

Les actionnaires n'ont pas besoin qu'une entité prenne ces risques. Ils peuvent les prendre eux-mêmes, dans leurs comptes personnels, mais ils ne le font pas. Ils ne prendraient jamais le genre de risques qu'ils laissent l'entité prendre en leur nom, et c'est simplement parce que tout est obscur.

Permettez-moi de relire un extrait de mon exposé en guise de réponse à certaines de vos questions, monsieur. La présentation que fait la CBC de sa situation financière est trompeuse et inappropriée. C'est une immense tromperie. Des montagnes d'argent, des actifs de 5,3 milliards de dollars, plein d'argent à long terme parce qu'ils disent avoir un surplus sur base de continuité qui s'élève à 849 millions de dollars à long terme. Cependant, il n'y a tout simplement pas assez d'argent pour payer les sommes dues à court terme. On parle d'un déficit de 486 millions de dollars. C'est leur manque à gagner en ce moment.

Le sénateur Housakos : Le manque à gagner est de 486 millions de dollars. Est-ce une accumulation de la capacité dépassée qu'ils ont eue ou le manque à gagner sur deux, trois, ou peut-être quatre ans?

M. Dziadyk : En fait, monsieur, c'est...

Le sénateur Housakos : Je veux savoir à quel moment ils se sont retrouvés en position déficitaire.

M. Dziadyk : Comme on le voit dans le rapport, il y a eu des déficits au cours de 8 des 10 années précédentes.

Soyons clairs, quel que soit le rapport financier, nous évaluons le bilan. Nous évaluons le bilan aujourd'hui, au 31 décembre 2013. Cela signifie que le bilan reflète toutes les décisions antérieures qui ont été prises, c'est-à-dire les actifs actuels et les engagements pris. Par conséquent, en ce moment — c'est un calcul à un moment donné —, on se demande quelle est la valeur de la pension. La pension qui a été promise fait alors l'objet de projections, le tout est ramené et évalué, et les actifs sont là.

Pour notre part, nous disons que, compte tenu de toutes les promesses qui ont été faites, il y a un manque à gagner de près de 500 millions de dollars. J'aimerais aussi parler d'une autre chose, qui est aussi extrêmement importante. Selon le rapport de la CBC — et, encore une fois, selon moi, c'est encore plus trompeur —, « [l]a capitalisation du Régime sur base de continuité confirme sa capacité à remplir ses obligations à long terme. » Mais le régime ne possède pas les actifs nécessaires.

Le sénateur Plett : J'ai une brève question complémentaire sur le déficit. Selon moi, le problème est lié à la façon dont les responsables des pensions, si je peux les appeler ainsi, investissent

would be an example, not that I am supportive of them, but nevertheless, they would be an example of doing some wise investing with the money, and I don't believe they will ever have a shortfall.

So is that not the real problem with the CBC's pension fund, the fact that they are running a deficit versus the fact that they have a pension?

Mr. Dziadyk: I will let Bill take over, but the CBC plan, last time, two years ago in 2012, had a deficit, as we said here, of \$500 million. The Teachers' Pension Plan was \$16.5 billion. That means there were \$16.5 billion of assets short for lessons that were taught. That is in the past, \$16.5 billion.

In 2013, I believe that 36.5 went down to about 18.5. The Ontario Teachers have assets at \$130 billion, so we are talking about a monster. Their problems are monstrous in relation to the CBC pension, so what is going on is systemic. It is not that one is doing better or worse than others. They are all doing bad because they are behind the eight ball.

Senator Eggleton: Pensions are part of our social infrastructure in this country, just as other things are like medical and dental benefits that are provided by employers, whether they are private sector, public sector. You have mentioned that we do have CPP and we have the stacking with the OAS plus the GIS, but that barely gets people at or above the poverty line. Most people are out there working to have their standard of living in this rich country reduced by 50 per cent or more when it comes to a pension. A lot of them haven't saved.

So what is the answer, then, for the CBC? I understand that some pension plans are in trouble. I remember the Nortel pension plan. The company reneged on it. They managed to give their executives big bonuses and big salaries, but they reneged on the plan for the rest of the employees.

So it is an issue. I understand that, and I understand it also in the context of the baby boomers paying more now for all these people retiring.

So what is the answer here? I think you have to bear in mind that when we talk about the taxpayers paying this the taxpayer is sitting in the position of an employer, just as it is for all of us; we are all on defined benefit plans here. The taxpayer sits in that particular role.

The CBC has to bear in mind the other broadcasters. It is the public broadcaster, but there are other broadcasters as well, CTV, Global, etcetera. How would you level that playing field in terms of what kind of pension plan would be similar to what the other

l'argent. Je crois que l'Association des enseignants de l'Ontario est un bon exemple. Je ne dis pas que je l'appuie, mais, malgré tout, cette association est un bon exemple d'une entité qui investit de façon intelligente. Je ne crois pas qu'elle affichera un jour un déficit.

N'est-ce pas là le vrai problème de la caisse de retraite de la CBC? Le fait qu'elle soit déficitaire et non le fait que la CBC gère une caisse de retraite?

M. Dziadyk : Je vais laisser Bill répondre, mais aux dernières nouvelles, il y a deux ans, c'était en 2012, le déficit du régime de la CBC, comme nous l'avons dit, était de 500 millions de dollars. Le déficit du régime de pension des enseignants était quant à lui de 16,5 milliards de dollars. Cela signifie qu'il leur manquait 16,5 milliards de dollars pour payer les leçons qui ont déjà été données. Juste pour les leçons passées, on parle de 16,5 milliards de dollars.

En 2013, je crois qu'ils sont passés de 36,5 à environ 18,5. Cette association a des actifs évalués à 130 milliards de dollars; c'est un monstre. Ses problèmes sont monstrueux par rapport à ceux du régime de pension de la CBC. Vous devez comprendre qu'il s'agit d'un problème systémique. Ce n'est pas que l'un va mieux ou moins bien que l'autre : ils vont tous mal parce qu'ils partent d'une position perdante.

Le sénateur Eggleton : Les régimes de pension font partie du filet social du pays, tout comme d'autres éléments, comme l'assurance maladie et l'assurance dentaire que fournissent certains employeurs dans le secteur privé et le secteur public. Vous avez mentionné que nous avons le RPC, auquel s'ajoute la SV, et, parfois, le SRG, mais cela permet seulement aux gens de ne pas sombrer dans la pauvreté. La plupart des gens travaillent simplement pour maintenir un certain niveau de vie digne d'un pays riche comme le nôtre, et ce niveau de vie sera réduit de 50 p. 100 ou plus lorsqu'ils prendront leur retraite. Beaucoup d'entre eux n'ont pas mis d'argent de côté.

Alors quelle est la réponse pour la CBC? Je crois savoir que certains régimes de pension sont en difficulté. Je me rappelle le régime de pension de Nortel. L'entreprise est revenue là-dessus. Elle a réussi à donner à ses cadres de grosses primes et de gros salaires, mais elle s'est dérobée au régime en place pour le reste des employés.

C'est problématique. Je comprends la situation, et je comprends aussi que tous les baby-boomers payent plus maintenant pour tous ces retraités.

Quelle est la réponse alors? Je crois que vous ne devez pas oublier que, lorsque nous disons que ce sont les contribuables qui payent, c'est dire qu'ils sont dans la position de l'employeur, comme c'est notre cas à tous. Nous bénéficions tous de régimes à prestations déterminées. Les contribuables jouent ce rôle.

La CBC doit tenir compte des autres radiodiffuseurs. Elle est le radiodiffuseur public, mais il y a d'autres radiodiffuseurs aussi, comme CTV et Global. Comment pourrait-on uniformiser les règles du jeu? Quel genre de régime de pension serait semblable

companies provide, or pension allowance, defined contribution or whatever? Maybe you could comment in the context of those remarks.

Mr. Tufts: It would be a defined contribution pension plan that would give a generous matching contribution of seven per cent. You would have an employee that would be putting 14 per cent a year into their pension plan, which over this lifetime expectancy, based on the rates that we have here, would be sufficient. That is the first part of your question.

As to the other part of the question, we looked into going back to the basic nature of pensions, which is to keep seniors out of poverty in their old age. One of the things that we have been investigating and like is a guaranteed income supplement for people in retirement, so that everybody had a flat level of retirement that would be geared to something that would be similar to the minimum wage, or —

Senator Eggleton: Guaranteed income.

Mr. Tufts: A guaranteed income for all seniors. We would suggest that the \$1trillion from the public sector pensions be rolled into that to help fund it, and that all Canadians would be guaranteed an equal base level of income. If you want to save more for your future, go ahead.

One of the things that we haven't considered on top of the CPP, the OAS, is that the CBC employee in retirement with a pension of \$60,000 a year is getting an additional \$6,000 a year in health care. That tsunami is coming. The average Canadian in Canada today at age 80 is consuming \$18,000 a year in health care. The numbers aren't sustainable. They are not affordable. We have to seriously look at it based on whether your ideology can fit, "Well, yeah, the public sector employee deserves to have a pension." Police officers today across Canada can retire at age 52 on an average \$60,000 a year pension.

Senator Eggleton: It is not really going to save the taxpayers money if you are going to reduce the amount that goes into pensions, but then you are going to increase what comes from government in terms of guaranteed income to ensure that people have a base line.

Mr. Tufts: How much more can come from government? Even an average taxpayer collecting \$18,000 a year and spending \$6,000 a year in health care and drugs is close to \$25,000. You are edging pretty close to the median income for a Canadian. There is no easy solution.

Mr. Dziadyk: If I could just make one general comment. When you are producing goods and services, the price of those goods and services are basically dictated in the Marketplace. There is a limit on what can be spent on labour, the cost of labour, which would then include all of the benefits. The wage is the basic fundamental part. The wage is split into all these different pieces

à ce que les autres entreprises offrent ou correspondrait aux indemnités de pension ou aux cotisations déterminées, ou quel que soit le système en place dans ces entreprises? Avez-vous quelque chose à ajouter à ce sujet?

M. Tufts : Il s'agirait d'un régime de pension à cotisations déterminées qui donnerait une contribution de contrepartie généreuse de 7 p. 100. L'employé visé verserait 14 p. 100 de son salaire par année dans son régime de pension, ce qui, compte tenu de son espérance de vie, et en fonction des taux que nous avons ici, serait suffisant. Voilà pour la première partie de la question.

Pour ce qui est de l'autre partie de votre question, nous avons réfléchi à un possible retour à l'objectif fondamental des régimes de pension, soit de s'assurer que les aînés ne tombent pas dans la pauvreté. Une des choses que nous avons examinées et aimées, c'est le Supplément de revenu garanti pour les retraités, qui assurerait à tout le monde un même niveau de revenu de retraite qui serait calculé en fonction de quelque chose comme le salaire minimum ou...

Le sénateur Eggleton : Le revenu garanti.

M. Tufts : Un revenu garanti pour tous les aînés. Notre suggestion serait de prendre 1 billion de dollars des pensions du secteur public pour le financer de façon à ce qu'on garantisse à tous les Canadiens un certain niveau de revenu de base. Et si les gens veulent épargner davantage en prévision de leur retraite, libre à eux de le faire.

Une des choses que nous n'avons pas mentionnées, c'est que, en plus du RPC et de la SV, les retraités de la CBC, qui reçoivent une pension de 60 000 \$ par année, obtiennent aussi 6 000 \$ supplémentaires par année en soins de santé. Le tsunami s'en vient. Le Canadien moyen au pays, âgé de 80 ans, coûte 18 000 \$ par année en soins de santé. Cette situation ne peut pas durer. Ce n'est pas abordable. Il faut vraiment se pencher sur la situation et se demander si nos idées sont viables : « Eh bien, oui, les employés de la fonction publique méritent une pension ». De nos jours, les agents de police du Canada peuvent prendre leur retraite à 52 ans et toucher en moyenne 60 000 \$ par année.

Le sénateur Eggleton : Les contribuables n'auront pas vraiment économisé de l'argent si vous réduisez le montant consacré aux pensions et augmentez ensuite le financement du gouvernement du revenu garanti dans le but d'offrir à tout le monde un revenu minimal.

M. Tufts : Combien de plus pouvons-nous demander au gouvernement? Même un contribuable moyen qui touche 18 000 \$ par année et dépense 6 000 \$ en soins de santé et en médicaments s'approche de 25 000 \$. On s'approche drôlement du revenu médian des Canadiens. Il n'y a pas de solution facile.

M. Dziadyk : Permettez-moi de formuler un commentaire général. Lorsque vous produisez des biens ou offrez des services, le prix de ces biens et services est, essentiellement, dicté par le marché. Il y a une limite à ce qu'on peut dépenser en main-d'œuvre, une limite au coût de la main-d'œuvre, qui inclut tous les avantages sociaux. La rémunération est l'élément fondamental.

plus a salary. If you operate outside that, obviously, then you are going to jeopardize the enterprise. It was just recently reported that governments at all levels are consuming — I believe it was 46 cents on all wages. Well, we are seeing now that the pensions that people have come to expect are costing an awful lot more than they believed, so maybe our expectations are wrong. It is affecting society. It is affecting family size and double income — all of those things competing for that one wage — so I think there has to be a balance, and you just can't solve pensions outside of the big picture of the wage.

The Chair: Senator Unger, last question.

Senator Unger: A quick comment. I am from Alberta, and recently with our last two premiers, the province had to bail out the Alberta Teachers' Association Pension Plan, the unfunded portions, not once but twice, so that kind of makes your case in point.

To bring us back to the CBC, you mentioned trying to get information. If there was complete disclosure from the CBC to people looking to evaluate this monster, that would certainly help the situation.

The other question I have is: Who really is looking at the unfairness? You have mentioned it many times, the unfairness to the taxpayer. The government money comes from the taxpayers. The money the Alberta government used came from the taxpayers, and they are funding a good part of this, and many of them, as you stated, do not have pensions.

Mr. Dziadyk: Right. That is exactly correct. The problem is that it is a huge industry. The simple fact is that in a defined contribution plan, there is no money for this massive industry of ideologues. They are pushing defined benefit, and there is \$5 billion a year in fees paid to the defined benefit pensions industry, so they are not going to tell you what I am telling you. Who is Gene Dziadyk? Well, I hooked up with Bill Tufts because he is fair-minded. We are not here to trash but to make you understand that you are starting behind the eight ball because you are telling people a story they don't want to hear. I don't want to be telling you this nonsense.

Senator Unger: The truth.

Mr. Dziadyk: I want to tell you the truth, and the truth is, as we said, even with the publicly listed companies, there is not enough disclosure. Those balance sheets are not properly presented on the balance sheet so shareholders don't know. The employees should be getting something comparable to a prospectus.

Cette rémunération est composée de différentes composantes qui s'ajoutent au salaire. Si vous ne tenez pas compte de tout cela, évidemment, vous mettez l'entreprise à risque. On vient tout juste de déclarer que les gouvernements à tous les échelons consacrent, si je ne m'abuse, 45 cents du dollar à la rémunération. Nous constatons maintenant que les pensions auxquelles les gens s'attendent coûtent beaucoup plus cher qu'on le croyait, alors peut-être que nos attentes étaient trop élevées. En tout cas, elles ont un impact sur la société. La situation influe sur la taille des familles et le double revenu — toutes ces choses qui font lutte pour cette rémunération —, alors je crois qu'il doit y avoir un équilibre, et on ne peut tout simplement pas régler le problème des pensions en faisant fi de la question générale de la rémunération.

Le président : Sénateur Unger, une dernière question.

Le sénateur Unger : Un bref commentaire. Je viens de l'Alberta, et récemment, sous la gouverne de nos deux derniers premiers ministres, il a fallu venir au secours du régime de pension de l'Alberta Teachers' Association, les portions non financées, non pas une, mais deux fois, alors c'est un exemple concret de ce que vous dites.

Pour revenir à la CBC, vous avez mentionné avoir essayé d'obtenir des renseignements. Si la CBC communiquait toute l'information nécessaire aux personnes qui veulent évaluer ce monstre, ce serait très certainement bénéfique.

Voici mon autre question : qui se penche vraiment sur la question de l'injustice? Vous l'avez mentionnée souvent, cette injustice à l'égard des contribuables. L'argent du gouvernement vient des contribuables. L'argent que le gouvernement albertain a utilisé était celui des contribuables, qui en financent une bonne partie, même si, comme vous l'avez dit, bon nombre d'entre eux n'ont même pas de pension.

M. Dziadyk : En effet. C'est tout à fait exact. Le problème, c'est que c'est une grosse industrie. C'est simple, dans un régime à cotisation déterminée, il n'y a pas d'argent pour cette grosse industrie d'idéologues. Ils font la promotion des régimes à prestations déterminées, et il y a des frais de 5 milliards par année payés à cette industrie, alors ils ne vont pas vous dire ce que je vous dis. Qui est Gene Dziadyk? Eh bien, je me suis joint à Bill Tufts parce qu'il a l'esprit objectif. Nous ne sommes pas ici pour faire les mauvaises langues, mais pour que vous compreniez que vous commencez en position perdante, parce que vous dites à des gens ce qu'ils ne veulent pas entendre. Je ne veux pas vous raconter tout ce non-sens.

Le sénateur Unger : La vérité.

M. Dziadyk : Je veux dire la vérité, et la vérité, comme je l'ai dit, c'est que même dans le cas des sociétés cotées en bourse, la communication des renseignements n'est pas suffisante. Ces bilans ne sont pas bien présentés alors les actionnaires ne peuvent pas savoir. Les employés devraient recevoir un genre de prospectus.

For most workers, their pension plans are by far their largest asset, and they don't understand it. They have no idea, and they are building their lives around this. They don't know what could happen. We just said, those benefits were reduced. Those teachers, now they are looking at reducing accrued benefits. They are now looking at changing all of this stuff into something that should be very alarming — the target benefit plan. Well, do you know what kind of a pension plan that is? That is heads, I win with a defined benefit, because if there is a surplus the employer gets it, and tails, you lose, because if there are deficits, they are yours.

What are we doing here? That is disgraceful, but that is what the ideologues are pushing now to replace defined benefit, because everybody can see that defined benefit was intellectually bankrupt. Now they have gone to a morally decrepit thing, so I am a voice in the wilderness with Bill saying "hey."

The Chair: Well, your voice in the wilderness was heard today.

Mr. Dziadyk: Thank you, sir.

The Chair: We heard both of you quite clearly. Thank you for your presentation.

Senators, our next witness is John Weigelt, from the National Technology Office of Microsoft Canada, who will certainly have some interesting things to tell us about the changing environment, technologically speaking.

John Weigelt, National Technology Officer, Microsoft Canada: Thank you, Mr. Chair.

My name is John Weigelt, and I am Microsoft Canada's Chief Technology Officer. In that role, it sees me living somewhat in the future, three to five years out, trying to figure out where technology is going and helping business and public sector organizations understand where technology is going so that they can change the way that they do their business. I appreciate the opportunity to appear before this committee and share with you a few thoughts on the state of broadcasting and communications in Canada.

My introductory comments will focus on Microsoft devices and services here in Canada, and some of the factors that we consider when developing these products and the content they enable. I will be happy to try to answer any of your questions afterwards.

As a technology person, this is a very exciting time for both providers and consumers of digital content. Now, I can start off with ones and zeros, but I am certain that that is not going to suit this audience here. I think the best way is to describe a scenario or an example of how these technologies change our lives.

Pour la plupart des travailleurs, leur régime de retraite est de loin leur principal actif, et ils ne le comprennent pas. Ils n'ont aucune idée, et ils construisent leur vie là-dessus. Je ne sais pas ce qui pourrait arriver. Nous venons de dire que ces prestations ont été réduites. Pour ce qui est des enseignants, on envisage maintenant de réduire les prestations accumulées. Ils doivent maintenant tout changer et en faire quelque chose qui devrait être très alarmant : le régime à prestation cible. Eh bien, savez-vous ce qu'est un régime à prestation cible? Voici comment un tel régime fonctionne : soit je gagne et j'obtiens mes prestations déterminées, parce qu'il y a un surplus que conservera l'employeur, soit je perds, parce qu'il y a des déficits, et c'est moi qui les assume.

Que faisons-nous ici? C'est honteux, mais c'est ce que les idéologues nous vendent pour remplacer les régimes de pension à prestations déterminées, parce que tout le monde commence à comprendre que ce système n'était absolument pas raisonnable. Alors maintenant ils se tournent vers une morale sclérosée, alors je suis là, avec Bill, pour sonner l'alarme.

Le président : Eh bien, nous avons entendu votre signal d'alarme aujourd'hui.

M. Dziadyk : Merci, monsieur.

Le président : Nous vous entendons tous les deux très bien. Merci pour vos exposés.

Chers collègues, notre prochain témoin est John Weigelt, du National Technology Office de Microsoft Canada, qui aura très certainement des choses intéressantes à nous dire au sujet de l'environnement en mutation constante, du point de vue de la technologie.

John Weigelt, directeur technique national, Microsoft Canada : Merci, monsieur le président.

Je m'appelle John Weigelt. Je suis le directeur de la technologie de Microsoft Canada. À ce titre, j'ai l'impression de vivre un peu dans le futur, dans trois ou cinq ans, et j'essaie de déterminer où la technologie s'en va et d'aider les entreprises et les organisations du secteur public à le comprendre afin qu'elles puissent changer leur façon de travailler. Je suis heureux de pouvoir vous communiquer certaines réflexions sur la situation de la radiodiffusion et des communications au Canada.

Dans ma déclaration préliminaire, je parlerai des appareils et des services de Microsoft ici, au Canada, et de certains des facteurs dont nous tenons compte lorsque nous mettons au point ces produits et le contenu qu'ils permettent. J'essaierai volontiers de répondre à vos questions après.

En tant que technologue, j'estime que nous sommes dans une période très intéressante pour les fournisseurs et les consommateurs de contenu numérique. Et là, je pourrais vous parler de uns et de zéros, mais je suis sûr que ce n'est pas la façon de procéder compte tenu de l'auditoire. Je pense que la meilleure façon de procéder, c'est de décrire un scénario ou de donner un exemple de la façon dont ces technologies changent nos vies.

This morning, you may have started off by watching a curling match on the television. As you grab your bag to go to the airport, you watch it on your mobile phone. Maybe in the car service that you are taking, you watch that content continue to be streamed through the car service, now, of course, if you are not driving.

As you head to the airport, you can watch it on the screens at the airport, perhaps in the seat back entertainment system. There is a remarkable amount of digital content, be it print, music, games, video or TV, and now there is a myriad of devices where you can access, enjoy, and even interact with the content. What we are seeing more and more, you can share that experience with others in real time as you are interacting with that content.

At Microsoft, we are passionate about making devices — the phones, Surface tablets, Xbox consoles — and providing the services — MSN, Skype, Xbox Live — that connect people to the experiences they love. We also, and this is important, provide the software and services that help other companies and individuals create, share their content with Canadians, and innovate, not only locally but around the world.

We are a global company. We design our digital services, taking into account factors that cross cultures, like customer usage data, studio and partner feedback, box office sales. But we are also a local company, which means we take intentional steps to include Canadian content in the services we provide.

For those of you that might have had the chance to visit MSN Canada this morning, approximately 75 per cent of its content is Canadian curated from top Canadian content providers, including the CBC. You can also access CBC content through apps on the Windows PC, CBC News and Hockey Night in Canada, on the phone and on Xbox. As alluded to earlier, our online services like MSN benefit not just Microsoft, but third parties like the CBC and those who enjoy their content.

This investment in Canada is consistent with our broader commitment to the country. In addition to a business which employs over 1,000 Canadians, we have made significant investments in Canada through our retail stores, our game studio, and the recently announced Microsoft Canada Excellence Centre, where over 400 developers and 50 paid interns from Canadian universities will work. We are particularly proud of our work with over 1,500 startups through our BizSpark and Microsoft Ventures programs. Many of these entrepreneurs are leveraging the access to Microsoft tools and services to provide

Ce matin, vous avez peut-être commencé la journée en regardant une partie de curling à la télévision. En prenant vos choses et en vous rendant à l'aéroport, vous avez peut-être continué de regarder la partie sur votre téléphone mobile. Vous avez peut-être continué à regarder le contenu diffusé dans le service de voitures, bien sûr, si vous ne conduisiez pas.

Arrivé à l'aéroport, vous avez pu continuer à le regarder sur les écrans qu'il y a là, peut-être dans les systèmes de divertissement à l'arrière du siège devant vous. On parle d'une quantité surprenante de contenu numérique, que ce soit du texte, de la musique, des jeux, du vidéo ou de la télévision, et il y a maintenant une myriade d'appareils que vous pouvez utiliser pour avoir accès au contenu, l'apprécier et même interagir avec lui. Et ce que l'on voit de plus en plus, c'est que vous pouvez partager cette expérience avec d'autres en temps réel tandis que vous interagissez avec le contenu.

Chez Microsoft, nous fabriquons des appareils avec passion — les téléphones, les tablettes Surface, les consoles Xbox — et nous fournissons des services — MSN, Skype, Xbox Live — qui permettent de connecter les gens aux expériences qu'ils aiment. De plus, et c'est important, nous fournissons le logiciel et les services afin d'aider d'autres entreprises et d'autres personnes à créer et communiquer leur contenu aux Canadiens et d'innover, non seulement à l'échelle locale, mais dans le monde entier.

Nous sommes une société mondiale. Nous concevons nos services numériques en tenant compte de facteurs qui varient d'une culture à l'autre, comme les données relatives à l'utilisation des clients, la rétroaction des studios et des partenaires et les revenus au guichet. Mais nous sommes aussi une société locale, ce qui signifie que nous prenons délibérément des mesures pour inclure un contenu canadien lorsque nous offrons des services.

Ceux qui ont eu l'occasion de visiter MSN Canada ce matin ont pu constater qu'environ 75 p. 100 du contenu était produit par les principaux fournisseurs de contenu canadien, dont la CBC/Radio-Canada. Vous pouvez aussi accéder à du contenu de la CBC/Radio-Canada par l'intermédiaire d'applications pour Windows PC — CBC News/ICI Radio-Canada et Hockey Night in Canada — sur votre téléphone et sur la Xbox. Comme on l'a laissé entendre plus tôt, nos services en ligne, comme MSN, profitent non seulement à Microsoft, mais à des tiers comme la CBC/Radio-Canada et ceux qui aiment son contenu.

Cet investissement au Canada s'inscrit dans notre engagement plus général à l'égard du pays. En plus d'employer plus de 1 000 Canadiens, nous avons consenti d'importants investissements au Canada par l'entremise de nos magasins de détail, de notre studio de jeux vidéo et du Centre d'excellence Microsoft Canada, dont on vient d'annoncer la création et où travailleront plus de 400 développeurs et 50 stagiaires rémunérés d'universités canadiennes. Nous sommes particulièrement fiers de notre travail avec plus de 1 500 jeunes entreprises par l'intermédiaire de nos programmes BizSpark et Microsoft

Canadian content around the world, so streaming and providing media services.

In addition, through our YouthSpark program, we are engaging Canadian young people with 21st century skills they will rely upon to be successful today and into the future.

The world of communications and broadcasting has evolved and is continuing to do so at a rapid rate. We have moved from a time of passively consuming a narrow band of content options to one in which customers drive not only the choice of what they consume, but where and how and how they interact with others as they consume it. It is these many choices that create a wonderful opportunity for those who create content, and those who enjoy such content, and like Microsoft, seek to bring them together. This is an exciting time. Thanks.

The Chair: Thank you very much. I have to admit that 20-odd years ago I had the pleasure of hearing your founder, co-founder and president, Mr. Gates, make a presentation. He said that 20 years from now, we will be listening to these features on the big screen, but we won't know if it is coming from the Internet. We won't know if it is coming from the microwave. But we will be looking at content.

I am the first to recognize that Microsoft has been able to see far ahead in the past, and I hope that you are seeing far ahead into the future of what is going to change our environment.

Senator Plett: I have a very simple question: What are your biggest challenges?

Mr. Weigelt: Our biggest challenge is that we are currently in challenger mode. We are fighting to regain the top spot within the marketplace, and there are others that are in the marketplace that we are competing heavily against.

Senator Plett: Who are your biggest competitors?

Mr. Weigelt: Our biggest competitors vary across the different marketplaces. When we look at online services, we can look at online service providers like Amazon and Google. When we look at devices, Apple is certainly a strong competitor in that space.

Senator Plett: I heard Phil Mickelson say a few years ago when Tiger Woods came on to the scene and started beating everybody, "Tiger Woods is making everybody a better golfer because we all have to work harder."

Would you say that the Googles and the Amazons have made Microsoft a better organization because it has to fight a little harder?

Mr. Weigelt: Competition is a great thing. When others are taking your share and reaching customers better than you are, yes indeed, it does make us a better company.

Ventures. Nombre de ces entrepreneurs profitent de l'accès aux outils et aux services de Microsoft pour offrir un contenu canadien aux quatre coins du monde, c'est-à-dire en permettre la lecture en transit et en offrant des services de médias.

En outre, dans le cadre de notre programme YouthSpark, nous encourageons les jeunes Canadiens possédant des compétences du XXI^e siècle à les mettre à profit pour réussir aujourd'hui et dans l'avenir.

Le monde des communications et de la radiodiffusion a évolué et continue de le faire à un rythme rapide. Nous sommes passés d'une époque où on consommait passivement une gamme limitée de contenus à une époque où les clients décident non seulement de ce qu'ils consomment, mais aussi de comment et où ils le font et comment ils interagissent avec d'autres pendant qu'ils le font. Ce sont ces nombreux choix qui créent des possibilités fantastiques pour ceux qui génèrent du contenu et ceux qui en profitent et ceux qui, à l'instar de Microsoft, cherchent à les réunir. Nous sommes à une époque palpitante. Merci.

Le président : Merci beaucoup. Je dois admettre que, il y a environ 20 ans, j'ai eu le plaisir d'écouter l'exposé de votre fondateur, cofondateur et président, M. Gates. Il a dit que, dans 20 ans, nous regarderions des émissions au grand écran, mais que nous ne saurions pas si la diffusion vient d'Internet ou même du four à micro-ondes. Mais nous regarderions du contenu.

Je suis le premier à reconnaître que Microsoft a su voir loin devant par le passé, et j'espère que vous voyez loin devant dans l'avenir pour définir ce qui changera notre environnement.

Le sénateur Plett : J'ai une question très simple. Quels sont vos plus grands défis?

M. Weigelt : Notre plus grand défi tient au fait que nous sommes actuellement en mode compétition. Nous luttons pour demeurer au sommet sur le marché, et il y a d'autres joueurs sur le marché avec qui nous compétitionnons de façon féroce.

Le sénateur Plett : Qui sont vos principaux compétiteurs?

M. Weigelt : Cela dépend du marché. En ce qui concerne les services en ligne, nos principaux compétiteurs sont des organisations comme Amazon et Google. Lorsqu'il est question d'appareils, Apple est sans aucun doute un compétiteur solide.

Le sénateur Plett : Il y a quelques années, lorsque Tiger Woods est arrivé et a commencé à vaincre tout le monde, j'ai entendu Phil Mickelson dire : « Tiger Woods rend tout le monde meilleur au golf, car nous sommes tous obligés de travailler plus dur. »

Diriez-vous que des compétiteurs comme Google et Amazon ont fait de Microsoft une meilleure organisation, car elle doit lutter un peu plus fort?

M. Weigelt : La concurrence est une chose merveilleuse. Lorsqu'un autre joueur vous prend votre part et réussit mieux que vous à atteindre les clients, alors, effectivement, cela fait de vous une meilleure société.

Senator Eggleton: What thoughts do you have about the public broadcaster, the CBC, and how this changing environment could help sustain them in the future? The organization is going through struggles, partly because of budget cuts, but also it is trying to find its way in this new world that you know a lot about. What kind of advice would you have in terms of how we should shape the public broadcasting entity in the future?

Mr. Weigelt: Being a technology person and not in the broadcast community, it is a little bit awkward to look at the business models that they have put in place. But certainly from a technology perspective, when you look at the content offerings that CBC provides across a variety of different channels, I think they are working diligently to reach the audience that they are intending to reach.

Certainly, when we look at the current state of the media news gathering, there is a large change afoot. One thing that is quite intriguing is the use of citizen reporters, citizen journalists, for example, and the trend that is there around that type of news gathering. So how do you curate that news and make it something that is compelling for a broad audience? I think all broadcasters are challenged with that environment.

One other thing that intrigues me is the different tastes of consumers. There is an online gaming television network now called Twitch TV where people actually watch other people as they play video games. To me, it is a little bit bewildering, but it is a new form of content that has a particular demographic that is interesting. I think there could be opportunities to look at some of those emerging trends around what young people are looking to, what entertainment options there are, and perhaps seeing how they can integrate that into their offerings.

Senator Munson: You just said “citizen reporters.” On a serious note, having been one for 35, 40 years, it is like watching the tragedy in Ottawa last week. Reporters can make mistakes, obviously, in reporting, but then you have citizen reporters who are reporting, and some of it is verbatim. It is a happening thing and they have all this new technology. Doing that kind of reporting, there is an obligation on your fellow citizen in that what you are saying could influence or endanger the life of somebody at the same time. Do you accept that? Everybody is a reporter now without context.

Mr. Weigelt: Correct, and I think that is where the CBC really shone last week, and the counterparts south of the border really highlighted the fact that the CBC broadcast was very levelheaded in the way that they presented the facts and were respectful. In certain cases, they withheld, and said, “Well, we are not quite ready to reveal and disclose that information,” as they were finding things happening in real time, whereas others were perhaps more free-flowing with the information.

Le sénateur Eggleton : Quels sont vos commentaires au sujet du radiodiffuseur public, la CBC/Radio-Canada, et de la façon dont cet environnement changeant pourrait l'aider à survivre dans l'avenir? L'organisation traverse une période difficile, en partie à cause des compressions budgétaires, mais elle essaie aussi de se retrouver dans ce nouveau monde que vous semblez très bien connaître. Quels seraient vos conseils sur l'orientation que nous devrions faire prendre au radiodiffuseur public dans l'avenir?

M. Weigelt : Comme je suis un professionnel de la technologie et non pas un membre de la communauté de la radiodiffusion, je ne saurais trop parler du modèle d'entreprise que cette société a mis en place. Mais, certes, du point de vue de la technologie, si on regarde le contenu qu'offre la CBC/Radio-Canada par l'intermédiaire de toute une gamme de modes de communication, je crois que les gens travaillent avec diligence pour atteindre le public ciblé.

Certes, lorsqu'on regarde la collecte actuelle de nouvelles médiatisées, on constate qu'un important changement arrive. Une chose assez intéressante est l'utilisation de journalistes citoyens, par exemple, et la tendance à privilégier ce type de collecte de nouvelles. Alors, comment organiser un tel bulletin de nouvelles et en faire quelque chose d'attirant pour un public général? Je crois que tous les radiodiffuseurs doivent relever le défi qui vient avec cet environnement.

Une autre chose que je trouve intéressante, c'est la différence de goûts des consommateurs. Il existe aujourd'hui un réseau de télévision en ligne axé sur les jeux, Twitch TV, où des gens regardent d'autres gens jouer à des jeux vidéo. Pour moi, c'est un peu déconcertant, mais il s'agit d'une nouvelle forme de contenu qui attire un public particulier, ce qui est intéressant. Je crois qu'il y a peut-être des occasions d'observer ces nouvelles tendances concernant l'intérêt des jeunes, les options en matière de divertissement, et de voir comment on peut intégrer cela au contenu offert.

Le sénateur Munson : Vous venez de parler de « journalistes citoyens ». Pour aborder un sujet un peu plus sombre, j'ai été journaliste pendant 35 à 40 ans, et je regardais la tragédie qui a eu lieu à Ottawa la semaine dernière. Les journalistes peuvent faire des erreurs, bien sûr, dans le cadre de leur travail, mais là, on a des citoyens qui font le travail de journaliste, et certains propos sont rapportés textuellement. Il s'agit d'un phénomène bien réel, les gens ont accès à toute cette nouvelle technologie. Dans le cadre de ce type de journalisme, nous avons un devoir à l'égard de nos concitoyens, car nos propos pourraient influencer ou mettre en péril la vie de quelqu'un. Comprenez-vous cela? Aujourd'hui, tout le monde est journaliste sans contexte.

M. Weigelt : C'est exact, et je crois que c'est là que la CBC/Radio-Canada s'est vraiment démarquée la semaine dernière — et ses homologues au sud de la frontière l'ont mis en lumière —, la chaîne est restée très sobre en présentant les faits et a fait preuve de respect. Dans certains cas, elle s'est abstenue de donner l'information et a dit : « Nous ne sommes pas tout à fait prêts à révéler ces renseignements », car elle constatait que des événements survenaient en temps réel, tandis que d'autres chaînes auraient laissé circuler l'information plus librement.

Senator Munson: Back to one obligatory question we have here: In designing and modifying your Windows operating system, how much attention or resources are devoted to programs and applications dedicated to media streaming and downloading at Microsoft?

Mr. Weigelt: That is an interesting question. When we look at the way that our services and tools are being delivered, we find that the experience — we call it the “natural user interface” — the end user experience with rich content, be it video, streaming or voice, is baked into the operating system. To look at it as a separate effort would be difficult, so it is built right into that experience.

Increasingly when we look at tool sets like our latest operating system in the new interface, we have the live titles and the video content there, so it is just part of that experience.

Senator Munson: You use the word “interface.” We use it so much now, it is easy to understand. I remember in 1979 or 1980 at CTV some guy in computer technologies told us as we had these big computers in front of us that we had to interface with them. I had no idea what he was talking about. What am I supposed to do with that computer in terms of technology?

Mr. Weigelt: You are right, and that is a query of focus that we have; to transform that experience from an interaction where you actually have to give thought to what to press or the mouse to something more natural, almost as if you are interacting with an individual or a personal assistant.

We call it “natural language voice.” We have a personal assistant called Cortana that you can speak with to get the video background. Perhaps it is a video overlay to your world around you. We all carry mobile devices and phones with us. Today, there are technologies that we are working on that allow you to put an overlay onto the world around you so you can see perhaps a news item on that recent restaurant so that you know, “Well, perhaps my stomach is not as strong as I hoped it was to be able to go and enjoy whatever is in that restaurant.”

Senator Munson: One final question. Microsoft is a good company and it does good things, but it is about making money. These platforms, ultimately, everybody is talking about it in the digital platforms and what we do and how we get our news.

I know that we senators now all have an iPad, and I am a total junkie. I am totally fixed on this. I can't wait until the morning to read my newspapers; I am getting it at night and I am getting it in real time.

Le sénateur Munson : Pour revenir à une question que nous devons poser ici : lorsque vous concevez et modifiez le système d'exploitation de Windows, quelle est la part d'attention ou de ressources que Microsoft consacre aux programmes et aux applications destinés à la lecture en transit et au téléchargement?

M. Weigelt : C'est une question intéressante. Lorsque nous regardons la façon dont nos services et outils sont offerts, nous constatons que l'expérience — nous l'appelons « interface utilisateur naturelle » —, l'expérience de l'utilisateur final, qui accède à un contenu riche, sous forme de vidéo, de lecture en transit, ou de fichier vocal, est intégrée au système d'exploitation. Il serait difficile de l'envisager comme un effort distinct, alors elle est entièrement intégrée à cette expérience.

Graduellement, lorsque nous regardons des ensembles d'outils comme notre dernier système d'exploitation dans la nouvelle interface, les titres d'actualité et les vidéos sont directement accessibles, alors tout cela fait partie de la même expérience.

Le sénateur Munson : Vous avez parlé de l'« interface ». Nous utilisons ce terme si souvent, et il est facile à comprendre. Je me souviens que, en 1979 ou en 1980, à CTV, un gars de la technologie informatique nous a dit, lorsque nous étions devant de gros ordinateurs, que nous devions interagir avec l'interface. Je n'avais aucune idée de quoi il parlait. Que devais-je faire avec cet ordinateur sur le plan technologique?

M. Weigelt : Vous avez raison, et c'est une question qui nous préoccupe; transformer cette expérience d'une interaction où il faut penser à la touche à enfoncer ou à l'élément à sélectionner en quelque chose de plus naturel, un peu comme si vous interagissiez avec une personne ou un assistant personnel.

Nous appelons cette expérience « interaction vocale en langage naturel ». Nous avons une assistante personnelle appelée Cortana à qui vous pouvez parler pour obtenir du contenu vidéo. Il peut s'agir d'une vidéo superposée à votre environnement. Nous avons tous des appareils mobiles et des téléphones sur nous. Aujourd'hui, il existe des technologies qui permettent d'intégrer une couche d'information au sujet de votre environnement pour que vous puissiez voir, par exemple, un article sur un nouveau restaurant pour que vous sachiez que votre estomac n'est peut-être pas aussi solide que vous l'auriez espéré pour pouvoir apprécier les mets servis dans ce restaurant.

Le sénateur Munson : Une dernière question. Microsoft est une bonne société qui fait de bonnes choses, mais son objectif est de faire de l'argent. Dans les plates-formes, au bout du compte, tout le monde en parle dans les plates-formes numériques, ce que nous faisons et comment nous nous renseignons sur l'actualité.

Je sais que les sénateurs ont tous maintenant un iPad, et je suis complètement dépendant. Cet appareil prend toute mon attention. J'ai hâte au lendemain pour lire mes journaux; je les obtiens la nuit et en temps réel.

These applications cost money. I watched curling this morning. I don't have the application on here, but it would cost money for me to have the application to watch the live streaming.

You talked about on your device and then out on the taxi, then I am someplace else and I want to do something else. The consumer at the end of the day really doesn't know how much he or she has spent, just hopes — it is like the bundle packages you get from some telephone companies. You think it is a certain amount, and it is a lot more than you thought. The newspaper costs you a buck a day or 50 cents a day. Is there analysis of that sort, what it is costing us and what does it mean to our economy and our own individual pocket book?

Mr. Weigelt: That is a great question. Any time you deliver a service, you need to consider what's the business model behind that service? There is a lot of creativity and innovation around business models today. Some are subscription based. When you look at Xbox live subscription service, we collect a subscription on a monthly basis, and you get additional content based upon that.

Others are advertising revenue-based services, like the traditional television broadcast-type environment where advertisers will help support that service. We are seeing even more creativity where people will pay for per-episode type transactions. You will see disintermediation occurring as well where broadcast television networks no longer have to go through a cable provider and will go direct to the consumers.

I think when we look at the different models there, the eventual cost to the end consumer, some may be zero cost and some may have an amount dealt to their existing content bills that they get at the end of the month.

Senator Munson: Briefly, we had Mr. Pelley here this morning who embraced the idea, as Mr. Lacroix had said, that CBC has to embrace the whole digital platform and focus on that kind of thing. What role would Microsoft play in those different platforms, the software part of it? Would you encourage the CBC to do that as a business person?

Mr. Weigelt: There are a few different roles that Microsoft plays currently with the CBC. We do have their application on our portable devices, so that allows people to gain access to news and streaming content, or even "Hockey Night in Canada." We help enable CBC in doing that.

We also provide services online, commonly called "cloud services," and one of the more popular services that we have is the content provision as you are content streaming, which allows local content providers to access a world-wide audience quite quickly. We used that during the Olympics for NBC, for example,

Ces applications coûtent de l'argent. Je regardais le match de curling ce matin. Je n'ai pas l'application, mais il faudrait que je paie pour avoir l'application me permettant de le regarder en temps réel.

Vous avez parlé de regarder une émission sur son appareil, puis dans le taxi, ensuite, et ailleurs, vouloir faire autre chose. À la fin de la journée, le consommateur ne sait pas vraiment combien de temps il a passé; il ne peut qu'espérer... C'est comme les forfaits que vous vendent certaines compagnies de téléphone. Vous croyez que ce sera un certain montant, mais cela finit par coûter beaucoup plus cher que vous le croyiez. Le journal vous coûte 1 \$ par jour ou 50 cent par jour. Y a-t-il des analyses à ce sujet, sur les coûts pour le consommateur et l'incidence sur notre économie et nos propres finances personnelles?

M. Weigelt : C'est une excellente question. Dès que vous offrez un service, vous devez songer au modèle d'entreprise qui le soutient. Une grande part de créativité et d'innovation est consacrée aux modèles d'entreprise aujourd'hui. Certains services sont offerts par abonnement. Si on prend le service d'abonnement de Xbox Live, nous percevons des frais d'abonnement mensuels, et les abonnés obtiennent du contenu supplémentaire.

D'autres services sont financés par la publicité, comme les types d'environnements télévisuels classiques, où des annonceurs aideront à financer le service. Nous voyons de nouvelles modalités apparaître, où les gens paient pour un épisode, par exemple. On voit aussi apparaître le phénomène de la désintermédiation, où des réseaux de télédiffusion ne passent plus par un câblodistributeur et s'adressent directement aux consommateurs.

Je crois que, si on regarde les différents modèles offerts, en ce qui concerne le coût éventuel pour le consommateur final, dans certains cas, il sera nul, et, dans d'autres, il peut y avoir un montant ajouté à la facture existante envoyée à la fin du mois.

Le sénateur Munson : Brièvement, nous avons entendu le témoignage de M. Pelley ici ce matin, et il était en faveur de l'idée, comme l'a expliqué M. Lacroix, selon laquelle la CBC/Radio-Canada devait s'adapter à la plate-forme numérique et axer ses efforts sur les activités connexes. Quel rôle jouerait Microsoft en ce qui concerne les différentes plates-formes, l'aspect informatique de la chose? En votre qualité d'homme d'affaires, encourageriez-vous la CBC/Radio-Canada à le faire?

M. Weigelt : Microsoft joue deux ou trois rôles différents auprès de la CBC/Radio-Canada à l'heure actuelle. Nous offrons son application sur nos appareils portatifs, pour que les gens puissent accéder aux nouvelles et au contenu diffusé en transit, ou même à *Hockey Night in Canada*. Nous aidons la société d'État à le faire.

Nous offrons aussi des services en ligne appelés « services en nuage », et l'un des services les plus appréciés est celui de la fourniture de contenu pendant la lecture en transit, qui permet à des fournisseurs de contenu locaux d'accéder à un public mondial très rapidement. Nous avons utilisé cette méthode pendant les

to stream the Olympics around the world, so it provided another avenue, a channel for them to be able to broadcast on an on-demand basis using very, very cost effective tools.

We also have other technologies. One in particular is a co-browsing technology that allows you to almost have a synchronized portable device with the screen that is before you, and you can then provide additional content options as you are seeing the push broadcast. It may include advertising. It may include other episodes that could be downloaded on a pay-per basis. It really transforms that interaction from a passive interaction with content that is being provided to more active, so that you can perhaps share socially with others who are watching, or contribute through an online social media community. We provide those tools to help assist the content providers in reaching that broad audience.

Senator Munson: Thank you.

Senator Housakos: Can you give us your view on how successful CBC's campaign to go digital has been? We know they have spent tens of millions of dollars in the last few years, in essence, trying to catch up. I was wondering if you have any opinion on how successful their strategy with digital has been.

There have been conflicting views. They seem to feel like they are progressing with success, and others say for the tens of millions of dollars they have spent, it hasn't been nearly as effective.

It is also crystal clear to us that CBC has been in competition the last few years with vertically integrated communication companies that have become broadcasters, and as a result, CBC in large part has just lost the traction required in this new era of technological platforms to be able to compete.

On that front as well, can you give us your opinion? Is it too late for the CBC or are there still strategic alliances they could be making with other organizations in order to bring them up to speed quickly enough to be able to compete with vertically integrated organizations? As the fluidity of communications continues to evolve and change, I just don't see how a stand-alone broadcaster can survive in this marketplace. Could you share your views on that?

Mr. Weigelt: I will start with the first one.

Not having direct access to the metrics that they are tracking on any particular platform makes it very difficult to determine whether or not they have achieved their objectives on their digital reach. Certainly, when I look at the content options and the device options available to the Canadian consumer or the

Jeux olympiques présentés par NBC, par exemple, dans le cadre de la lecture en transit partout dans le monde, alors il y avait pour cette chaîne un autre intermédiaire, un mode lui permettant de diffuser des émissions sur demande à l'aide d'outils très, très économiques.

Nous avons d'autres technologies. Par exemple, nous offrons une technologie de co-exploration qui vous permet d'avoir un appareil portable presque synchronisé avec l'écran que vous regardez, puis il est ensuite possible d'ajouter des options relatives au contenu pendant le visionnement de l'émission principale. Il peut y avoir de la publicité, et d'autres épisodes pouvant être téléchargés à la carte. Cette technologie permet véritablement de transformer l'interaction du mode passif à l'égard du contenu présenté en un mode plus actif, pour que l'utilisateur puisse échanger avec d'autres spectateurs ou apporter une contribution par l'intermédiaire d'un réseau de médias sociaux en ligne. Nous offrons ces outils pour aider les fournisseurs de contenu à atteindre un large public.

Le sénateur Munson : Merci.

Le sénateur Housakos : Pouvez-vous nous donner votre avis sur la réussite de la campagne de la société d'État pour passer à l'ère numérique? Nous savons qu'elle a dépensé des dizaines de millions de dollars dans les dernières années, essentiellement pour essayer de se rattraper. Je me demandais si vous aviez une opinion quant à la réussite de sa stratégie numérique.

Les opinions vont dans les deux sens. Pour certains, sa progression est fructueuse, tandis que pour d'autres, compte tenu des dizaines de millions de dollars dépensés, la stratégie n'a pas été vraiment efficace.

En outre, il ne fait absolument aucun doute pour nous que la CBC/Radio-Canada compétitionne depuis quelques années avec des sociétés de communication à intégration verticale qui sont devenues des radiodiffuseurs et, par conséquent, elle a perdu en grande partie les assises nécessaires dans cette nouvelle ère de plates-formes technologiques lui permettant de soutenir la concurrence.

Pouvez-vous nous donner votre opinion sur cette question aussi? Est-ce trop tard pour la CBC/Radio-Canada, ou peut-elle encore conclure des alliances stratégiques avec d'autres organisations pour reprendre du terrain assez rapidement afin de faire concurrence à des organisations à intégration verticale? Vu l'évolution et le changement constants de la fluidité des communications, je ne vois tout simplement pas comment un radiodiffuseur indépendant peut survivre sur le marché. Pourriez-vous nous donner votre perspective à ce sujet?

M. Weigelt : Je vais commencer par répondre à la première question.

Comme je n'ai pas accès directement aux paramètres utilisés pour évaluer le rendement sur une plate-forme donnée, il est très difficile de déterminer si la société a atteint ou non ses objectifs numériques. Certes, quand je regarde les options relatives au contenu et à l'appareil offertes au consommateur canadien ou

worldwide consumer from the CBC website across multiple platforms — you can choose the device that best suits you to be able to download the applications and the content that you require to be able to view that — I find they provide a broad selection of tool sets there, and we are quite proud to have them on our platform as one of those providers.

When we look at competing with the vertical communities, in some cases, I think you see the vertical communities being heralded for their reach and audience, but not necessarily for their business models around whether or not they have really solidified on a profitable business. Some of the new emerging news outlets are still trying to figure out how to best make that work.

So one of the things that I think is a challenge for a large organization is just keeping pace with the cadence of the marketplace. Certainly, when I look within Microsoft, we used to use a three- to five-year planning horizon. We would look out and say, “This is what customers will want to do in three to five years, and here is how we are going to address those needs.” We found that was too slow, and we have had to accelerate that pace. We now look 18 months out. We figure out what customers might want to do in those 18 months, but then we map that every six months. Now we have a cadence of every month, where we release new features and functions just to keep pace with customer demands and customer requirements.

So when you are looking at entertainment options, communications options, people are expecting a fresh new look on things and how do you keep up that pace? Perhaps that is wherein the magic lies, to be able to keep it fresh and provide new options to a community on a rapid basis.

The Chair: I will steal a line from my colleague, Senator Plett, about changing environment. We always talk about the Olympic Games in Vancouver. They were done on standard television, but by the time we made it to the Olympic Games in Russia, people were listening via CBC through tablets, iPhones, and the multiple services that we are now being offered.

To get to Microsoft, my son was at home listening to the Olympic Games through his Xbox which had been given to him as a gaming tool and now he is using it for Netflix and for traditional broadcasting. Is that an area where you are looking forward, to crossing the border from these being games to being tools for broadcasting?

Mr. Weigelt: We see the Xbox One as that one centre for entertainment within the living room. Often, people see computers as residing within your office, and we don't see that computer residing in the office. We see it being part of your life, that portable device. Many of us sleep with that portable device on our pillow.

étranger sur le site Internet de la CBC adapté à de multiples plates-formes — vous pouvez choisir l'appareil qui vous convient pour télécharger les applications et le contenu que vous voulez —, je constate qu'elle offre toute une gamme d'outils, et nous sommes très fiers d'offrir les services de cette société sur notre plate-forme.

Pour ce qui est de la concurrence des communautés verticales, dans certains cas, je crois qu'on les salue pour leur portée, leur auditoire, mais pas nécessairement pour leur modèle d'entreprise, car on ne sait pas si elles se sont réellement consolidées en vue d'assurer leur rentabilité. Certaines nouvelles sources d'actualités essaient toujours de déterminer la meilleure façon de procéder.

Alors, une des choses qui sont difficiles, je crois, pour une grande organisation, c'est de simplement suivre le rythme du marché. Certes, à Microsoft, nous établissions nos plans selon un horizon de trois à cinq ans. Nous nous tournions vers l'avenir et nous disions : « C'est ce que voudront les consommateurs dans trois à cinq ans, et voici ce que nous allons faire pour répondre à ces besoins. » Nous nous sommes aperçus que c'était trop long et que nous devons accélérer le rythme. Nous prévoyons maintenant nos activités sur 18 mois. Nous déterminons ce que pourraient vouloir les consommateurs dans ces 18 mois, puis nous faisons le point tous les six mois. Maintenant, nous avons un échéancier au mois, selon lequel nous lançons de nouvelles fonctionnalités simplement pour rester à la hauteur des exigences et des besoins des consommateurs.

Alors, en ce qui concerne les options relatives au divertissement, les options relatives à la communication, les gens s'attendent à un vent de fraîcheur, alors il faut trouver le moyen de maintenir le rythme. C'est peut-être là que réside la magie; pouvoir rester au goût du jour et offrir de nouvelles options à une communauté de façon rapide.

Le président : Je vais reprendre les mots de mon collègue, le sénateur Plett, au sujet de l'environnement changeant. Nous parlons toujours des Jeux olympiques à Vancouver. Ils ont été diffusés à la télévision normale, mais, lorsque les Jeux olympiques de Russie sont arrivés, les gens les regardaient à Radio-Canada sur leur tablette, leur iPhone et par l'intermédiaire des multiples services offerts aujourd'hui.

Pour en venir à Microsoft, mon fils écoutait les Jeux olympiques sur sa Xbox, qui lui avait été offerte pour jouer à des jeux, mais, maintenant, il l'utilise pour Netflix et la radiodiffusion classique. Est-ce un secteur que vous envisagez, la transformation d'un simple jeu vidéo à un outil de radiodiffusion?

M. Weigelt : Nous voyons Xbox One comme l'unique centre de divertissement dans le salon. Bien souvent, les gens considèrent qu'un ordinateur va dans un bureau, et nous ne voyons pas cet ordinateur dans un bureau. Nous le voyons comme faisant partie intégrante de votre vie, comme appareil portatif. Bon nombre d'entre nous dorment avec un appareil portatif sur notre oreiller.

Now, mind you, I am not going to listen to the sports game as I am trying to fall asleep, because it is going to be a little bit too nerve wracking, but we move around with those devices. The Xbox One is that centre for everything in your living room.

Now, the hardcore gamers have poked at us a little bit to say that we have lost our way because we have got the other tools there. It is still a fantastic gaming device, but we now also provide you with music options that you can stream, video options that you can stream, and there is also a web browser so you can get access to other content that is there.

The Chair: So that is a strong trend that now has future for Microsoft?

Mr. Weigelt: Yes, and we certainly foresee freeing the screen from the traditional view of the computer, so we see screens being ubiquitous. One day, perhaps there will be a screen here on the desk, and we will be able to see what is happening almost in real time, if there is a news item or something else that comes up.

The Chair: Thank you.

Senator Munson: I was just wondering if you notice around the room today that all of us have these devices that we are using. He was just using one. I was just using one. Senator Dawson had his iPad. Senator Plett was paying attention. Senator Housakos, he had something on the go. We are all doing something and we are listening at same time.

While I admire multitasking, I guess some of the fear I have is that sometimes we have so much of it. We used to have a defined space to go to in order to sit down and watch things and do things and read things, but now we are just moving at warp speed.

Is there a policy or an analysis that Microsoft and others in this great big wide world use that says, “Yes, you can have all these things, but be respectful of others at the same time”? Are we actually listening to each other in this new digital age? It seems to me we are not always listening.

Mr. Weigelt: That is a great question, and we do focus extensively on the human device interaction. How do people interact with one another? What are some of the social cues that are required? On our phones, you now have quiet hours so it can actually shut off. You can set quiet hours and then, say, if you are in a meeting, it will turn off automatically so we don't interrupt the speaker.

If it is a family member, you can, say, burst through if they call three times, so starting to get some of those social cues within the technology to work through that. Sometimes these things aren't thought up right at the beginning. We talk to people and say, “What would you want this to do?” “I want it to alert me about

Bon, toutefois, je ne vais pas écouter un match en essayant de m'endormir, ce serait un peu trop stimulant, mais ces appareils nous accompagnent dans nos activités quotidiennes. Xbox One est le centre de divertissement pour votre salon.

Bon, les amateurs de jeux vidéo purs et durs nous ont un peu reproché de nous être perdus dans tous les autres outils introduits. Il s'agit encore d'une console de jeux vidéo fantastique, mais nous vous offrons maintenant des options de diffusion de musique en continu et de lecture en transit de fichiers vidéo, et vous pouvez aussi naviguer sur le Web pour accéder à d'autre contenu.

Le président : Alors, il s'agit d'une solide tendance qui présente maintenant un avenir pour Microsoft?

M. Weigelt : Oui, et nous envisageons certainement de libérer l'écran de son environnement classique, qui est celui de l'ordinateur; pour nous, l'écran sera omniprésent. Peut-être que, un jour, il y aura un écran ici sur le bureau, et nous pourrions voir les choses arriver presque en temps réel, s'il y a une annonce ou quelque chose d'autre qui arrive.

Le président : Merci.

Le sénateur Munson : Je me demandais simplement si vous aviez remarqué que, dans la salle, aujourd'hui, nous utilisons tous ces appareils. Il vient d'en utiliser un. Je viens d'en utiliser un. Le sénateur Dawson avait son iPad. Le sénateur Plett était attentif. Le sénateur Housakos, il était occupé. Nous faisons tous quelque chose et écoutons en même temps.

J'admire le fonctionnement multitâche, mais je crains un peu que, parfois, cela ne devienne abusif. Nous avions autrefois un espace défini où aller pour s'asseoir et regarder quelque chose, puis faire des choses et lire des choses, mais, maintenant, nous fonctionnons tout simplement en accéléré.

Y a-t-il une politique ou une analyse qu'ont adoptée Microsoft et les autres joueurs aux quatre coins du monde pour dire : « Oui, on peut avoir toutes ces choses, mais il faut respecter les autres en même temps »? Nous écoutons-nous véritablement les uns les autres en cette ère numérique? Il me semble que ce n'est pas toujours le cas.

M. Weigelt : C'est une excellente question, et nous prêtons beaucoup d'attention à l'aspect humain de l'interaction avec les appareils. Comment les gens interagissent-ils entre eux? Quels sont les signaux sociaux nécessaires? Sur nos téléphones, nous avons maintenant la fonction « ne pas déranger », de sorte qu'ils se mettent en veille. On peut régler des heures de repos, puis, si vous êtes dans une réunion, par exemple, le téléphone s'éteindra automatiquement, de sorte que vous n'interrompez pas la personne qui parle.

S'il s'agit d'un membre de la famille, vous pouvez, par exemple, faire désactiver la fonction au bout du troisième appel, alors on commence à intégrer ces signaux sociaux à la technologie. Parfois, de telles fonctionnalités ne sont pas bien conçues dès le départ. Nous parlons aux gens pour leur demander : « Que voudriez-vous

this important appointment.” “All the time?” “Sure, all the time,” and then they get a couple of gotchas. “Well, maybe not all the time,” so we work through those types of things.

Likewise, we see that the driving mode will prevent you from looking at texts while you are driving, because we know that is something that is horrendous that is in the marketplace, people texting while driving. Those things will come through.

There are demographics. My daughter who is 14 years old will find it quite normal to have her friends over, but everybody is talking with one another on social media. Now, in my house when we are watching TV, it is devices down. I would say lids down, because we found that at one point, the four of us were all texting with one another or speaking through social media, and yet we are all in the room. We said that was crazy, so we have had to put in our rules to manage that.

Senator Plett: That is all a matter of self-discipline, no matter what you do. Like you say, you can set it to alert me if my wife is calling, or alert me when anybody is calling. We have gotten to a new age, and whether you need to take the fault or the credit, I guess, is up in the air. But before the Microsofts of the world and others, whoever is creating the device, it used to be that when one would leave the office at nine o'clock in the morning for meetings until noon you were out of contact for three hours. We all managed to do our business.

Now, there isn't one of us who believes that we can be out of contact for ten minutes. We go on the golf course, and these devices become the most irritating devices in the world when somebody else is doing it. I go on a foursome, and three guys are e-mailing or two guys, and I am frustrated until my call comes in.

Mr. Weigelt: You are exactly right. I think when you start to look at how technology is used and how people perhaps are too consumed by what is happening, they need to take that time to step away. We do see some exciting potential, coming back to how people consume media, in that social aspect, for example, to be able to do split screen, and watch something unfold in real time and talk with others and communicate and connect to others while that is happening. We find that is increasing the social aspects, believe it or not, of these tools and technologies.

We have done some work with the NFL where we actually have your fantasy football team streaming beside and showing how you would fair during the live telecast. You can see and compare and contrast that and have that interaction with your friends. Again, a new way of interacting with live action content, but also bringing in the gaming aspects of things.

que cette fonction permette d'accomplir? » « J'aimerais qu'elle me rappelle un rendez-vous important » « Toujours? » « Bien sûr, toujours », puis, il y a quelques ratés. « Eh bien, peut-être pas toujours », alors nous travaillons à surmonter ce genre de choses.

De même, nous voyons que le mode conduite vous empêchera de regarder des messages texte lorsque vous êtes au volant, car nous savons que c'est un phénomène épouvantable sur le marché, les gens qui textent pendant qu'ils conduisent. Ces choses arriveront.

Il y a l'aspect démographique. Ma fille âgée de 14 ans trouve tout à fait normal que ses amis viennent chez elle, mais tout le monde se parle par l'intermédiaire des médias sociaux. Bon, chez moi, lorsque nous regardons la télévision, il faut déposer les appareils portatifs. Je dirais qu'il faut les fermer, car nous nous sommes aperçus que, à un certain moment, nous nous envoyions tous les quatre des messages texte ou nous échangeons par l'intermédiaire des médias sociaux, mais nous étions tous dans la même pièce. Nous nous sommes dit que c'était absurde, alors nous avons dû établir des règles pour gérer ce phénomène.

Le sénateur Plett : C'est toujours une question de discipline personnelle, peu importe ce que vous faites. Comme vous dites, je peux régler mon appareil pour qu'il m'avise que ma femme appelle ou lorsque quelqu'un d'autre appelle. Nous sommes entrés dans une nouvelle ère, et la question de savoir si vous êtes à blâmer ou à glorifier reste à déterminer. Mais, avant les Microsoft et tous les autres de ce monde — ceux qui créent les appareils —, lorsqu'on quittait le bureau à 9 h pour assister à une réunion jusqu'à midi, on n'était pas joignable pendant trois heures. Nous réussissions quand même à faire nos affaires.

Maintenant, il n'y en a plus un qui croit qu'il ne peut être joignable pendant 10 minutes. Nous arrivons sur le terrain de golf, et ces appareils deviennent la chose la plus agaçante au monde lorsque c'est quelqu'un d'autre qui les utilise. Nous jouons à quatre, et deux ou trois personnes envoient des courriels, et je suis frustré jusqu'à ce que mon téléphone sonne.

M. Weigelt : Vous avez tout à fait raison. Je crois que, lorsqu'on commence à regarder quelle utilisation les gens font de la technologie et comment les gens sont peut-être trop attachés à ce qui arrive, il faut profiter d'un certain moment pour prendre du recul. Il y a des éléments très prometteurs, pour revenir à la façon dont les gens consomment les médias, à l'aspect social, par exemple, qui permettent de séparer l'écran en deux et de regarder un événement en temps réel tout en parlant et en communiquant avec d'autres. Nous considérons que cela renforce l'aspect social, croyez-le ou non, de ces outils et de ces technologies.

Nous avons travaillé avec la NFL, pour permettre à l'utilisateur de constituer une équipe de football fictive et de voir, dans une fenêtre distincte, quels résultats elle obtiendrait durant l'émission en direct. Vous pouvez voir et faire des comparaisons et interagir avec vos amis. Voilà encore une nouvelle façon d'interagir avec du contenu en direct tout en intégrant le volet jeu.

The Chair: You mentioned that you had some relationship with broadcasters, and you mentioned CBC. How do you see the role of broadcasters with that fragmented market where people are listening to different devices. How do you plan television scheduling and the promotion of shows if everybody is not going to be listening to it close to the same time? Do you cooperate with the broadcasters on those issues?

Mr. Weigelt: We do. We cooperate with the broadcasters extensively and as much as we can in any marketplace. What is interesting to watch is the shift in patterns. In the past, there was a linear programming model where you turned it on, and basically, there was the 24 hours of broadcast that was brought through, so one after another sequentially.

Slowly but surely, people started to use personal video recorders to record content, time shift, and watch things on their own time. We now see that people will get episode by episode, or they even will do things like binge watching. So on a Sunday, they will watch 12 hours of the “Royal Canadian Air Farce” just because they want to get caught up.

So there is a variety of different content consumption models that are available to each broadcaster. Some may decide that they are going to use the traditional model on an online streaming model. In the United States a broadcaster is actually contemplating doing just that, to say, “Look, we are going to take our traditional cable model, which has our schedule from 6 a.m. to 6 a.m. every day, and putting that through the Internet. At the same time, we will compliment that by supplying on demand streaming with those particular shows and those binge watching options.”

So it is putting consumers at the centre to be able to satisfy their requirements and providing them choice and then being able to understand from the consumers what they do and do not enjoy. In this online world, you don't have to now rely on a third party to say, “Yeah, they wrote down that show properly in their book.” Now you can see this is what they watch, this is what they clicked on. Here is the advertisement that they enjoyed, and you can get that rich data from the content you provide.

Senator MacDonald: Thank you for being here today, sir.

Steve Jobs and Bill Gates knew that as consumer product makers, they would sometimes have to kill their own products and introduce new ones to bring them along. Microsoft, of course, faced with the same issue with the PC being seen in a different light than it was 15 years ago or so.

CBC, on the other hand, tends to be working on a model that was still around in the 1970s with CBS, NBC or ABC, this general interest, over-the-air TV model. You mentioned keeping pace with business, but they are a huge company, the CBC. How can

Le président : Vous avez mentionné avoir une relation avec des radiodiffuseurs, et vous avez mentionné la CBC. Comment voyez-vous le rôle des radiodiffuseurs dans ce marché fragmenté où les gens se servent de différents appareils? Comment établir un téléhoraire et promouvoir des émissions si les gens ne vont pas écouter en même temps? Coopérez-vous avec les radiodiffuseurs à ce chapitre?

M. Weigelt : Oui. Nous coopérons avec les radiodiffuseurs dans une large mesure et autant que nous le pouvons sur n'importe quel marché. Il est intéressant d'observer la transformation des habitudes. Par le passé, le modèle de programmation était linéaire : on allumait le téléviseur, et, essentiellement, une programmation était présentée pendant 24 heures, alors c'était séquentiel.

Lentement mais sûrement, les gens ont commencé à utiliser des appareils vidéo pour enregistrer du contenu diffusé à une certaine heure pour le regarder quand bon leur semble. Maintenant, les gens obtiennent un épisode particulier quand ils le veulent ou ils font des choses comme écouter une série en rafale. Un dimanche, par exemple, ils écouteront *Royal Canadian Air Farce* pendant 12 heures simplement parce qu'ils veulent se plonger dans l'histoire.

Alors, les diffuseurs ont accès à toute une gamme de modèles de consommation de contenu. Certains peuvent décider d'utiliser le modèle classique selon un mode de diffusion en continu en ligne. Aux États-Unis, c'est exactement ce qu'un radiodiffuseur envisage de faire; « Regardez, nous allons prendre notre modèle de câblodistribution classique, qui comporte notre programmation d'une journée de 24 heures, et l'offrir en ligne. Nous allons aussi offrir des émissions à la carte et la possibilité d'écouter des épisodes en rafale. »

Alors, l'objectif est de mettre l'accent sur le consommateur pour répondre à ses besoins et lui offrir des choix, pour ensuite comprendre ce qu'il aime et ce qu'il n'aime pas. Dans notre monde en ligne, il n'est plus nécessaire de recourir à un tiers qui dira : « Ouais, les gens ont bien noté cette émission dans leur cahier. » Maintenant, on peut voir ce qu'ils ont écouté parce qu'ils ont cliqué dessus. Voici la publicité qu'ils ont aimée, et vous pouvez obtenir ces précieuses données du contenu que vous offrez.

Le sénateur MacDonald : Merci d'être venu aujourd'hui, monsieur.

Steve Jobs et Bill Gates savaient, en leur qualité de fabricants de produits pour les consommateurs, qu'ils devraient parfois anéantir leurs propres produits pour en introduire de nouveaux, afin de favoriser l'évolution. Microsoft, bien sûr, a connu la même situation avec le PC, qui n'est pas vu de la même façon qu'il y a 15 ans, par exemple.

La CBC/Radio-Canada, au contraire, tend à travailler à un modèle qui existe depuis les années 1970, avec CBS, NBC ou ABC, ce modèle de télédiffusion d'intérêt général, par les ondes. Vous avez mentionné la nécessité de suivre le rythme du marché,

they change? What are the challenges in changing a model that size? Take yourself, doing what you are doing for PCs and plant yourself in the CBC. What would you do?

Mr. Weigelt: Those are big shoes to fill for someone like me in a large company in an outpost here in Canada. You know, I see the tremendous change exercise that we are undergoing as a company. We, over the last three years, have really experienced a hockey stick in change within the company as we move to our devices and services.

Senator MacDonald: That is quite an analogy up here.

Mr. Weigelt: It is, and it is one that is near and dear to my heart. So when we look at the change, I think the first stop is the tone from the top. Our new CEO has really set up the landscape for us all to understand the changes required, and really to get us to look toward the future for an innovative approach, to regain that innovation that we were known for within the community. Often, that innovation wasn't seen outside the company walls, so we are really trying to demonstrate that innovation.

The tone from the top, I think, makes a big difference. Compelling events don't hurt, so compelling events around that changing face of computing, the move from packaged software to online software, was something that created a compelling event for us. The way that people make use of computing services has dramatically changed from the way that we used to do business. Then you have to be able to move and motivate the community to do that.

For CBC, perhaps that compelling event is the change to the nature of broadcast communications. In order to keep pace with that change, everybody that is part of the company needs to find that way to be successful in the future. That is how I would approach it.

Senator MacDonald: Thank you.

Senator Housakos: Undoubtedly, we live in an era of express consumption of information. Everything has to be summarized, and everything has to be quick, and everything has to be at our fingertips.

What we hear constantly from CBC/Radio-Canada, and from those who are big proponents of them, is that they do in-depth, high quality content, be it news, documentaries, shows and so on. Then they do some very, very interesting good, intellectual and cerebral work.

The question is: Is it feasible to be able to do that kind of high quality content and successfully get people in this era to take a step back, shut off their Xbox, BlackBerrys and iPads, and just focus on whatever platform they are using to listen to that document? An in-depth news story on any issue is not a 30-second

mais il s'agit d'une énorme entreprise, la CBC/Radio-Canada. Comment peut-elle changer? Quels sont les obstacles à surmonter lorsqu'on tente de changer un modèle de cette taille? Vous, par exemple, qui travaillez dans l'univers des PC, que feriez-vous si vous étiez transposé à la CBC/Radio-Canada?

M. Weigelt : C'est un défi de taille à surmonter pour une personne comme moi, dans la filiale canadienne d'une grande société. Vous savez, je constate l'énorme transformation dans laquelle est engagée notre société. Au cours des trois dernières années, nous avons réellement connu un changement marqué au sein de l'entreprise, un peu comme la forme d'un bâton de hockey, avec l'évolution de nos appareils et de nos services.

Le sénateur MacDonald : C'est toute une analogie.

M. Weigelt : Oui, et elle me tient à cœur. Alors, lorsque nous pensons au changement, je crois qu'il faut d'abord s'arrêter au message venant d'en haut. Notre nouveau PDG a vraiment préparé le terrain afin que nous comprenions tous quels changements étaient nécessaires et que nous puissions réellement nous tourner vers l'avenir pour concevoir une approche novatrice, afin de nous imposer de nouveau comme innovateurs dans la communauté. Bien souvent, cette innovation n'était pas observée à l'extérieur des murs de la société, alors nous essayons réellement de la démontrer.

Le message venant d'en haut, selon moi, a une grande incidence. Les impératifs ne font pas de tort; je parle des impératifs se rattachant au visage changeant de l'informatique. Le passage des progiciels aux logiciels en ligne a créé pour nous un impératif. La façon dont les gens utilisent les services informatiques a changé de façon radicale par rapport à la façon dont nous faisons nos activités auparavant. Ensuite, il faut être capable de bouger et de motiver la communauté à le faire.

Pour la CBC/Radio-Canada, l'impératif réside peut-être dans le changement de la nature des communications radiodiffusées. Pour suivre ce changement, toutes les parties de l'entreprise doivent trouver leur façon de réussir. C'est ainsi que je vois la chose.

Le sénateur MacDonald : Merci.

Le sénateur Housakos : Nous vivons sans aucun doute à une ère de consommation d'information expresse. Tout doit être résumé, tout doit être rapide et tout doit être facilement accessible.

Ce que nous entendons constamment de la CBC/Radio-Canada, et de ses grands défenseurs, c'est qu'elle offre du contenu en profondeur de haute qualité, que ce soit des nouvelles, des documentaires, des émissions et tout le reste. Elle fait du bon travail intellectuel et cérébral qui est très, très intéressant.

La question est la suivante : est-il réaliste d'offrir ce genre de contenu de grande qualité et d'amener les gens d'aujourd'hui à s'arrêter, à éteindre leur Xbox, leur Blackberry et leur iPad et à tout simplement se concentrer sur la plate-forme utilisée pour regarder un documentaire? Un reportage en profondeur n'est pas

news bite. It is usually a few minutes. Like I said at the beginning of my preamble, we live in an era where everybody wants to consume “fast food news.” Is CBC’s objectives and what they do feasible in this era of communication we live in?

Mr. Weigelt: I think when you take a look back at the tragic events of last week and the frustration that a lot of people experienced as they were trying to follow the news items in real time via citizen reporters, social networks and what not, there was a sense of comfort in being able to go to that curated news service to get that voice with the CBC to help provide context to those things.

Perhaps it is like a bag of potato chips. You can’t have just one. So that first potato chip kind of hooks you, and you say, “You know what? I am going to wait a little bit longer,” and then you have the second chip and you have the third chip, and then you are engrossed, and you are saying, “This is something that is compelling to me,” and then get that full substance.

So perhaps it is the nature of the hook used to excite people and get them to listen to that longer session. I know myself, sometimes when I am reading things on the plane, I will start off, “Oh, man, too long, did not read.” We have all experienced that before, “I am going to move on to the next one.”

But other things capture you and you say, “This is important to me.” So it gets down to the audience and what is compelling to the audience, what is important to the audience, and understanding what the consumer wants from that newscast. I would submit that people are willing and waiting for that content. It is just a matter of how do you present it in a way that keeps them engaged.

Senator Housakos: Having said that, there is a constant argument that we hear that people want that in-depth analysis. They want that in-depth news. They want those long documentaries that are so substantial. Yet if we look at the ratings of CBC, they don’t seem to indicate that they want it. As a result of the ratings they will choose to go with the quick, express, inexpensive story, so to speak.

I will use a specific example. Look at the ratings of “The National” and of Bell Media’s broadcast. You look at local news that CBC does in Western Canada compared to Shaw or Bell Media. The ratings don’t compare. Again, it is easy to say, “Well, there has to be an appetite for this in-depth content, valuable content, substantial content,” but the marketplace doesn’t seem to support that argument.

It is a problem that needs to be resolved. I for one do believe that we live in a society where people do want good content, in-depth content, and I understand we need to do it quickly and efficiently because we live in a competitive world. But there has to

la même chose qu’une couverture en bref de 30 secondes. Habituellement, il dure quelques minutes. Comme je l’ai dit au début de mon préambule, nous vivons à une ère où tout le monde veut obtenir des nouvelles en accéléré. Les activités et les objectifs de la CBC/Radio-Canada sont-ils réalistes à l’ère de communication dans laquelle nous vivons?

M. Weigelt : À mon avis, si on regarde les événements tragiques de la semaine dernière et la frustration qu’éprouvaient beaucoup de gens qui essayaient de suivre l’événement en temps réel par l’intermédiaire de journalistes citoyens, de réseaux sociaux et de tout le reste, on pouvait sentir un certain réconfort du fait qu’il était possible de consulter un service de nouvelles organisé et d’entendre la voix de la CBC/Radio-Canada pour obtenir un certain contexte.

C’est peut-être comme un sac de croustilles. On ne peut pas en manger seulement une. Alors, la première croustille vous donne envie d’en manger une autre, puis vous dites : « Vous savez quoi? Je vais attendre encore un peu », puis vous mangez la deuxième croustille, puis la troisième, puis vous ne pouvez plus vous arrêter et vous dites : « Voilà quelque chose qui a une réelle emprise sur moi », et vous allez au fond du sac.

Alors, il faut peut-être se pencher sur ce qui accrochera les gens et les amènera à écouter toute l’émission. Je me connais moi-même : parfois, lorsque je suis dans l’avion, je commence à lire quelque chose et je me dis : « Ah non, c’est trop long, je ne le lis pas ». » Nous avons tous déjà vécu une telle expérience. « Je vais passer au prochain article. »

Mais d’autres choses vous captivent et vous vous dites que c’est important pour vous. Alors, cela revient à l’auditoire et ce qui l’attire vraiment, ce qui revêt de l’importance à ses yeux, et il faut comprendre ce que veut le consommateur du bulletin de nouvelles. J’avancerais que les gens sont prêts pour ce contenu et l’attendent. Il s’agit seulement de trouver la façon de le présenter d’une façon qui retient leur attention.

Le sénateur Housakos : Cela dit, nous entendons constamment l’argument selon lequel les gens veulent une analyse de l’actualité en profondeur. Ils veulent de longs documentaires remplis de contenu. Pourtant, si nous regardons les cotes d’écoute de la CBC/Radio-Canada, elles ne semblent pas indiquer que c’est ce qu’ils veulent. Par conséquent, la société décidera de présenter l’histoire rapide, expresse et peu coûteuse, pour ainsi dire.

Je vais vous donner un exemple précis. Regardez les cotes d’écoute de *The National* et celles des chaînes de Bell Média. Regardez le bulletin de nouvelles que présente la CBC dans l’Ouest canadien, comparativement à celui de Shaw ou de Bell Média. Les cotes d’écoute ne sont pas comparables. Encore une fois, il est facile de dire qu’il doit y avoir une demande pour ce contenu riche et en profondeur, mais le marché ne semble pas appuyer cet argument.

C’est un problème qu’il faut résoudre. Pour ma part, je crois que nous vivons dans une société où les gens veulent effectivement obtenir du bon contenu en profondeur et je comprends que nous devons l’offrir de façon rapide et efficace, car nous vivons dans un

be a happy medium, and right now, I get the impression from what I have seen so far that all this innovation and technology is eating up the lunch of traditional broadcasters in this country.

Mr. Weigelt: I can't comment on the relative eyeballs that different newscasters are seeing across the country. When I look towards the digital portals, the curated content, the intent is to provide a selection for all tastes, or as many tastes as possible. There will be some news stories that may never get clicked on. They will show up, they will pop up, and unfortunately, the time of day or the audience that is there might not click on it.

But then on other days, they may click on that. So I think the approach to providing a variety of different content options to different audiences provides you the opportunity to reach those people that may stay a while and consume that content. I think the use of technology has really provided the consumer with choice in consuming those things that are most interesting to them, so it is up to that content provider to provide them the information they expect.

The Chair: Any other questions, colleagues?

Thank you, Mr. Weigelt.

Colleagues, our final witnesses are presenting as individuals: John P. Roman and Kady MacDonald Denton.

Mr. Roman.

John P. Roman, as an individual: Mr. Chairman, senators, thank you for having us appear before you.

I am here in two capacities: first, as the individual who proposed activating the APS clause of the 1991 Broadcasting Act to the CRTC in September. I did this to provide a solution to English Canada's massive television dilemma. The second is simply as a 32 year-old whose perspective on broadcasting may be different than that of earlier generations.

Working in the broadcast regulatory field for a few years now, I've noticed that, for the most part, the players have been dancing around the real issues affecting the Canadian broadcasting sector. Few have looked at the larger and fundamental question of how Canada might create a new, successful, and contemporary broadcast model. That's what I have tried to do, and I found myself focusing on National Public Broadcasting as the principle lever of broadcasting policy.

Please let me establish one caveat. I am an anglophone. When I discuss the CBC and Canadian content, unless I specifically mention Radio-Canada, I am always referring to the corporation's English services and English programming content. At its last licence renewal hearing, a CBC executive described CBC-TV as "a publicly-subsidized commercial service."

monde compétitif. Mais il doit y avoir un juste milieu, et, à l'heure actuelle, j'ai l'impression, à la lumière de ce que nous avons vu jusqu'ici, que toute cette innovation et cette technologie grugent le pain quotidien des radiodiffuseurs classiques du pays.

M. Weigelt : Je ne saurais parler du nombre relatif de téléspectateurs pour chaque bulletin de nouvelles au pays. Si je regarde le contenu organisé dans les portails numériques, l'intention est d'offrir une sélection pour tous les goûts ou le plus de goûts possible. Il y aura des reportages sur lesquels personne ne cliquera jamais. Ils apparaissent, mais, malheureusement, selon l'heure de la journée ou l'auditoire particulier, il n'y aura peut-être aucun clic.

Or, un autre jour, les gens peuvent décider de cliquer sur un tel reportage. Alors, je crois que le fait d'offrir toute une gamme d'options relatives au contenu à différents auditoires vous permet de joindre les gens susceptibles de rester un certain moment et de consommer le contenu. Je crois que la technologie a vraiment donné au consommateur le choix de regarder ce qui l'intéresse le plus, alors c'est au fournisseur de contenu de lui transmettre l'information qu'il s'attend à recevoir.

Le président : Y a-t-il d'autres questions, chers collègues?

Merci, monsieur Weigelt.

Chers collègues, nos derniers témoins sont ici à titre personnel. Il s'agit de John P. Roman et de Kady MacDonald Denton.

Monsieur Roman.

John P. Roman, à titre personnel : Monsieur le président et mesdames et messieurs les sénateurs, je vous remercie de nous avoir invités.

Je suis ici d'abord à titre de personne qui a proposé l'activation de la disposition relative aux SPC de la Loi sur la radiodiffusion de 1991 devant le CRTC en septembre. J'ai fait cette proposition afin de fournir une solution à l'immense dilemme télévisuel auquel fait face le Canada anglais. Ensuite, je suis ici en tant qu'homme de 32 ans dont la perspective sur la radiodiffusion est possiblement différente de celle des générations précédentes.

Je travaille dans le milieu de la réglementation sur la radiodiffusion depuis quelques années maintenant, et j'ai remarqué que, pour l'essentiel, les différents intervenants ne cessent d'éluider les enjeux réels qui touchent le secteur canadien de la radiodiffusion. Peu d'entre eux se sont penchés sur la grande question fondamentale, à savoir comment le Canada pourrait créer un nouveau modèle de radiodiffusion contemporain qui connaîtrait du succès. C'est ce que j'ai essayé de faire, et j'ai constaté que la radiodiffusion publique nationale constituait le principal levier pour ce qui est des politiques de radiodiffusion.

Laissez-moi mettre une chose au clair : je suis anglophone. Lorsque je parle de la CBC et du contenu canadien, sauf si je mentionne spécifiquement Radio-Canada, je parle toujours des services anglophones et du contenu anglophone de la programmation de la société. À la dernière audience pour le renouvellement des licences de la société, l'un des hauts dirigeants

On the evidence, the corporation now sees itself as primarily a commercial broadcaster. Its public service role has been seriously compromised.

With the blurring of broadcast imperatives, resulting from its desperate hunt for advertising revenue, CBC has now lost sight of its public objectives. This is compounded by the fact that its programming, overall, draws a dismal audience share.

But the biggest challenge facing both the CBC and the industry as a whole is the shift in technology, and the availability of new content that the Internet has introduced. Audience numbers for conventional television are down overall, and advertising revenue is declining. At the same time, attractive international content, and not just from America, has become easily accessible any time of day.

We won't get a second crack at this, and we won't be able to play catch-up if we don't act soon. Evidence provided to the CRTC indicates that domestic production will soon be driven out of business by international sources streaming their content onto our TVs, computers and tablets from OTT services that Canadian regulation is powerless to control.

The Broadcasting Act will take years to redesign, but it presently contains one saving grace: section 3(r), the provision for an APS, an alternative programming service. This could be quickly activated as a public model to provide a secure venue for continued domestic production with delivery via a streamed service.

The APS legislation in the 1991 act was designed specifically to address future audience needs, ones that the national public broadcaster could not meet. Based on its audience share, the CBC is, by and large, incapable of developing and delivering the entertainment programming that Canadians want.

Therefore, I am proposing two things: first, that CBC-TV combine with CBC News Network and focus only on what it does best — news, current affairs, and investigative journalism — adopting a non-commercial model for provision of international, national, regional, and local news.

Second, to replace this element, I am suggesting the activation of the APS legislation to create a non-commercial public streaming service whose mandate would be to engage, challenge, and, yes, entertain Canadians.

de la CBC a décrit CBC-TV comme « un service commercial subventionné par l'État ». De toute évidence, la société se considère maintenant essentiellement comme un radiodiffuseur commercial. Son rôle comme service public a été gravement compromis.

La recherche désespérée de revenus publicitaires a brouillé les exigences en matière de radiodiffusion, ce qui a fait en sorte que la CBC a maintenant perdu de vue ses objectifs d'intérêt public. Cela est aggravé par le fait que sa programmation, de façon générale, attire une part d'auditoire lamentable.

Toutefois, le défi le plus important auquel font face à la fois la CBC et l'ensemble de l'industrie, ce sont les changements technologiques et l'accessibilité accrue à du nouveau contenu sur Internet. Les cotes d'écoute de la télévision générale sont en baisse dans l'ensemble, tout comme les revenus publicitaires. Parallèlement, du contenu international attrayant, ne provenant pas uniquement de l'Amérique, est devenu facilement accessible à n'importe quel moment de la journée.

Il n'y aura pas de seconde chance, et nous ne pourrons plus nous rattraper si nous n'agissons pas sans délai. Des éléments présentés au CRTC démontrent que le secteur canadien de la production sera bientôt acculé à la faillite par des sources internationales dont le contenu est diffusé sur nos téléviseurs, nos ordinateurs et nos tablettes par l'entremise de services de TPC sur lesquels la réglementation canadienne n'a aucun pouvoir.

La refonte de la Loi sur la radiodiffusion exigera des années de travail. Toutefois, la loi renferme un élément qui pourrait lui sauver la mise : l'alinéa 3r), la disposition sur les SPC, les services de programmation complémentaires. Elle pourrait être rapidement activée en tant que modèle public apte à fournir un environnement sûr permettant la poursuite de la production de contenu canadien qui serait distribué par l'entremise d'un service de transmission sur demande.

La disposition sur les SPC dans la loi de 1991 a été conçue expressément pour répondre aux besoins futurs de l'auditoire, ceux auxquels le radiodiffuseur public national ne peut pas répondre. Si on se fie à sa part d'auditoire, la CBC est, dans l'ensemble, incapable d'élaborer et de diffuser la programmation de divertissement que les Canadiens désirent.

Par conséquent, je propose deux choses : premièrement, que CBC-TV se joigne à CBC News Network et qu'elle se concentre sur ce qu'elle fait de mieux — informations, actualités et journalisme de terrain — tout en adoptant un modèle non commercial en ce qui concerne la diffusion d'informations internationales, nationales, régionales et locales.

Ensuite, afin de remplacer CBC-TV, je propose l'activation de la disposition sur les SPC afin de permettre la création d'un service non commercial de diffusion en continu dont le mandat serait de susciter l'engagement des Canadiens, de les stimuler et, aussi, de les divertir.

It would be an exclusively online streaming service that Canadians could access on their own schedules. Its programming would be fully funded, not supported with a pathetically small licence fee so as to properly support high quality Canadian production.

This programming and constantly developing library of content would be owned by the Canadian people and remain available for generations of Canadians to enjoy. All content would be in both official languages, accessible to the visually and hearing impaired, and it could be easily subtitled for minority language groups to enjoy.

This is a solution, not just to the Canadian conundrum or the CBC conundrum, but also to ensuring there will be a viable Canadian production sector for generations to come.

The Chair: Madam Denton?

Kady MacDonald Denton, as an individual: Senator Dawson, Members of the Senate Transport and Communications Committee, thank you for this opportunity to speak.

I am Kady Denton, now living in Peterborough, Ontario. I am self-employed and a member of no political party. I am here as an individual who cares about the future of the CBC, and to speak also on behalf of the organization “I love CBC - Peterborough.”

This group, I love CBC -Peterborough, formed in response to the comment by our Member of Parliament who was then the Parliamentary Secretary to the Minister of Heritage. He broached the idea of closing CBC when he said, “Maybe it’s time we get out of the broadcasting business.” That was November 2010. There was an immediate and visceral response throughout the Peterborough region.

Six thousand people wrote to the Prime Minister saying, “Mr. Harper, please assure me that your government does not intend to cut funds, sell off, or otherwise diminish our famous and respected national broadcasting system.” There was no response from the Prime Minister, nor was there any response to our petitions signed by another 4,000 people. These 10,000 plus people still care passionately about the CBC.

There have been further protests and petitions in the region in response to cuts in funding to the CBC and in response to Bill C-60, the government’s Budget Implementation Bill that would allow the government to intervene in the collective bargaining negotiations of the CBC. Those are immediate matters, and it has also angered people that there is a curious indifference on the part of the government to the unique role of CBC.

Il s’agirait d’un service de diffusion en continu offert exclusivement sur le Web auquel les Canadiens pourraient accéder au moment qui leur convient. Sa programmation serait entièrement financée, et non soutenue par des droits de licence pitoyables, afin que la production de contenu canadien de haute qualité soit financée de façon adéquate.

Sa programmation et sa bibliothèque de contenu en constante évolution appartiendraient aux Canadiens et demeureraient accessibles afin que les générations de Canadiens à venir puissent en profiter. L’ensemble du contenu serait offert dans les deux langues officielles et accessible aux personnes ayant une déficience visuelle ou auditive, et il serait facile de le sous-titrer afin que les groupes linguistiques minoritaires puissent aussi en profiter.

Cette solution réglerait le problème canadien et le problème de la CBC tout en veillant à assurer l’existence d’un secteur canadien de la production rentable pour les générations à venir.

Le président : Madame Denton?

Kady MacDonald Denton, à titre personnel : Sénateur Dawson, membres du Comité des transports et des communications du Sénat, merci de me donner l’occasion de prendre la parole.

Mon nom est Kady Denton, je vis actuellement à Peterborough, en Ontario. Je suis travailleuse autonome et je ne suis membre d’aucun parti politique. Je suis ici en tant que personne qui se soucie de l’avenir de la SRC et pour parler au nom du regroupement I love CBC — Peterborough.

Ce regroupement, I love CBC — Peterborough, s’est formé en réaction au commentaire qu’a fait notre député à la Chambre des communes; il était alors secrétaire parlementaire du ministre du Patrimoine canadien. Il a lancé l’idée de fermer la SRC lorsqu’il a dit : « Peut-être est-il temps que nous nous retirions du domaine de la radiodiffusion. » C’était en novembre 2010. La réaction dans l’ensemble de la région de Peterborough a été immédiate et viscérale.

Six mille personnes ont écrit au premier ministre pour dire : « Monsieur Harper, veuillez m’assurer que votre gouvernement n’a pas l’intention de réduire le financement, de céder ou d’amoinrir de quelque façon que ce soit notre célèbre et respecté réseau national de radiodiffusion. » Le premier ministre n’a pas répondu, tout comme personne n’a répondu à notre pétition, qui a été signée par 4 000 personnes de plus. En tout, cela fait plus de 10 000 personnes qui se soucient toujours avec passion de la SRC.

Il y a eu d’autres protestations et d’autres pétitions dans la région en réaction aux coupes imposées à la SRC et au projet de loi C-60, le projet de loi de mise en œuvre du budget du gouvernement qui allait lui permettre d’intervenir dans les négociations collectives de la SRC. Il s’agit de questions urgentes, et l’étrange indifférence du gouvernement face au rôle unique de la SRC a suscité la colère des gens.

There has been no response to our letters and petitions over these years, with one exception. The exception was being told by our Member of Parliament that funding to the CBC would be “maintained or increased. That is a promise.” But we know that hasn’t happened.

In 2015, we will make the CBC an election issue in the Peterborough riding. That is what we will do. I am sure the future of the CBC will be an election issue in many parts of Canada, given its state of crisis. CBC has enormous popularity throughout Canada, according to any polls we have seen. But in all the discussion about popularity and numbers, something gets missed. Radio, iPod, and television are peculiarly intimate — one set of pictures, one viewer, one voice, one listener, one voter. There is a thread of engagement between the broadcast and the one person. We make the click, we come to the medium. Propaganda and advertising, direct messaging come to us. There is a difference. We know the difference. I think that helps to explain the deep loyalty Canadians have to the CBC.

Because it is public, owned by all of us for all of us as citizens of Canada, CBC elicits a most special trust. We can’t imagine Canada without CBC. A private broadcaster’s concern is the profit stream. The CBC has a different mandate. It is our public space in the media, like a public greenway in a city of privately owned ballparks and arenas. It is a space for all of us that no other media can provide. You know that, and it is how Canadians feel.

This group of people I have told you about in Peterborough has this request. This is their request: Let the CBC get on with its mandate to serve and inform the country. Let it be edgy and brave, entertaining and investigative. Increase funding to a level comparable to the public broadcasting systems of other democratic countries.

This committee is looking at the challenges faced by CBC in relation to the changing environment of broadcasting. There are technical challenges. Canada also faces social challenges. That’s precisely why CBC is so important.

I encourage your committee to hear more from actual viewers and listeners and voters. I am sure you will hear a strong vote of endorsement. We are here throughout Canada — on trap lines, subways, working alone in studios or study centres, tractors, boats, condos, cottages — joined together by the CBC and joined in our affection for the CBC.

Thank you.

The Chair: Thank you, Mrs. Denton.

Pendant toutes ces années, nos lettres et nos pétitions sont restées lettres mortes, à une exception près. En effet, notre député nous a dit que le financement de la SRC serait maintenu ou augmenté. Il en a fait la promesse. Mais nous savons maintenant que ce n’est pas ce qui est arrivé.

En 2015, nous ferons de la SRC un enjeu électoral dans la circonscription de Peterborough. C’est ce que nous ferons. Je suis certaine que l’avenir de la SRC sera un enjeu électoral dans plusieurs régions du Canada, étant donné la situation de crise. Selon tous les sondages que nous avons consultés, la SRC jouit d’une immense popularité dans l’ensemble du Canada. Malgré toutes les discussions à l’égard de la popularité et des chiffres, on oublie quelque chose. La radio, le iPod et la télévision sont purement personnels — une série de photos, un téléspectateur, une voix, un auditeur, un électeur. Il existe un lien d’engagement entre le diffuseur et la personne. Nous cliquons, nous choisissons le média. La propagande et la publicité sont des messages directs qui nous sont envoyés sans que nous les choisissons. Il y a une différence. Nous la connaissons. Je crois que cette distinction aide à comprendre le profond sentiment de loyauté des Canadiens à l’égard de la SRC.

Puisqu’elle est une société publique qui nous appartient à tous, les citoyens canadiens, la SRC suscite une confiance très particulière. Nous ne pouvons pas imaginer le Canada sans la SRC. Les préoccupations d’un radiodiffuseur privé se limitent aux profits. La SRC a un mandat différent. Il s’agit de notre espace public dans les médias, comme un espace vert public dans une ville parsemée de stades et de complexes sportifs appartenant au secteur privé. Il s’agit d’un espace collectif qu’aucun autre média ne peut nous offrir. Vous le savez, et c’est comme ça que les Canadiens se sentent.

Le groupe de personnes de Peterborough dont je vous ai parlé a une demande à faire. La voici : laissez la SRC continuer à remplir son mandat de servir et d’informer le pays. Laissez-la être audacieuse et brave, divertissante et informative. Augmentez son financement à un niveau comparable à celui dont profitent les réseaux publics de radiodiffusion des autres pays démocratiques.

Le comité se penche sur les défis que doit relever la SRC au chapitre de l’évolution du milieu de la radiodiffusion. Certains de ces défis sont techniques, mais le Canada fait aussi face à des défis sociaux. C’est exactement pourquoi la SRC est si importante.

J’encourage votre comité à entendre davantage de téléspectateurs, d’auditeurs et d’électeurs. Je suis certaine que vous constaterez une forte approbation. Nous sommes dispersés dans l’ensemble du Canada — dans les territoires de piégeage, dans les métros, travaillant seuls dans des studios ou des centres d’étude, dans des tracteurs, des bateaux, des condos, des bungalows — c’est la SRC, et notre affection pour elle, qui nous rassemblent.

Merci.

Le président : Merci, madame Denton.

I have Senator Plett and Senator Munson on the list for now.

Senator Plett: Mr. Roman, I have a couple of questions for you, and then Ms. Denton. You talked about advertising revenues, and that is certainly something we have heard a lot of, and we have heard a lot of reasons for that. I would like you to tell me why you think advertising revenues are declining.

Mr. Roman: Advertising revenue in broadcasting is declining in large part because of, well, two things. One, audiences are going elsewhere, but overall viewing is going up, which is kind of an odd dichotomy. The second reason is that there are PVRs.

Now, the people who never get cable in theory sometimes tend to migrate back towards cable as they mature, settle down and have families. But by that point, their Netflix subscriptions and their online viewing habits have trained them not to enjoy advertising in any capacity. They have gone a decade or two without it. So at that point, why would they suddenly go, "That sounds like a good option, when I can get a PVR from Rogers or Bell to then not watch commercials on Rogers or Bell channels." It is kind of a double standard there.

So as to why advertising revenue is falling, advertisers are going to have to look for other means by which to get revenue, and they can, but that creates a problem for the broadcasting and Canadian production side as to where those dollars come from in the future.

Senator Plett: Certainly, I agree with you, and that was the answer that we have been hearing over and over again, that the PVRs and the Netflixes of the world are taking over, and we can stream stuff, we can watch it on iPads, or do whatever we want without having to watch commercials. I think that is only going to continue and get worse.

APS is what you were talking about, alternative programming service. Do we not have a lot of that? Are Netflix and all the specialty stations not alternative programming services?

Mr. Roman: In 1995, there was a commission of the government led by one Peter Grant, who I believe you are seeing tomorrow morning, actually. He led the commission to say, "Do we need the APS, and if so, what format would it have?" Could the private sector do what the APS is in theory on the books to do?

At that time, the conclusion was we will have specialty channels. These will do all the things that Canadians will need. At the time, that suited our purposes. However, in the process, Bell, Rogers and all the rest did the bundling thing, and

Pour l'instant, j'ai le sénateur Plett et le sénateur Munson sur la liste.

Le sénateur Plett : Monsieur Roman, j'ai quelques questions pour vous, et ensuite pour Mme Denton. Vous avez parlé des revenus publicitaires. Nous en avons certainement beaucoup entendu parler, et nous avons entendu beaucoup de différentes explications. J'aimerais que vous me disiez pourquoi vous pensez que les revenus publicitaires sont en baisse.

M. Roman : La baisse des revenus publicitaires de la radiodiffusion s'explique, en grande partie, de deux manières. Premièrement, l'auditoire se déplace, mais l'écoute globale est en hausse, ce qui représente une étrange dichotomie. Ensuite, il y a l'existence des enregistreurs personnels de vidéo.

Actuellement, les gens qui n'ont théoriquement jamais eu le câble ont tendance à revenir au câble lorsqu'ils vieillissent, s'établissent et ont une famille. Mais avant d'en arriver à ce stade, leur inscription à Netflix et leurs habitudes de visionnement en ligne leur ont appris à ne pas apprécier quelque publicité que ce soit. Ils ont passé une ou deux décennies sans y être exposés. Donc, à ce stade, pourquoi se diraient-ils soudainement : « Ça me semble être une bonne option, même si je pourrais avoir un enregistreur personnel de vidéo de Rogers ou de Bell pour ensuite ne pas avoir à regarder les publicités sur les chaînes de Rogers ou de Bell. » C'est un peu deux poids, deux mesures.

Donc, pour revenir à la baisse des revenus publicitaires, les annonceurs vont devoir chercher d'autres manières d'obtenir des revenus, et ils peuvent le faire, mais cela crée une situation problématique pour le secteur de la radiodiffusion et de la production canadienne : d'où proviendra cet argent à l'avenir?

Le sénateur Plett : Assurément, je suis d'accord avec vous, et c'est la réponse que nous avons entendue encore et encore : les enregistreurs personnels de vidéo et les Netflix de ce monde sont en train de prendre le pouvoir, et nous pouvons regarder du contenu en continu, sur notre iPad par exemple ou faire ce que nous voulons sans avoir à regarder de publicités. Je pense que la situation va perdurer et s'aggraver.

Vous parliez des SPC, des services de programmation complémentaires. N'en avons-nous pas un grand nombre? Netflix et toutes les chaînes spécialisées ne sont-ils pas des services de programmation complémentaires?

M. Roman : En 1995, il y a eu une commission gouvernementale dirigée par un certain Peter Grant, que vous recevrez d'ailleurs demain matin, je crois. Il a dirigé la commission pour se poser la question suivante : « Avons-nous besoin des SPC, et, si tel est le cas, sous quelle forme? » Le secteur privé pourrait-il remplir le mandat théorique des SPC?

À cette époque, on a décidé de permettre les chaînes spécialisées. Elles devaient répondre à tous les besoins des Canadiens. À ce moment-là, c'était adapté à nos besoins. Toutefois, dans le processus, Bell, Rogers et tous les autres ont regroupé les services, et les Canadiens ont payé pour des chaînes

Canadians have paid for channels they haven't wanted, and at the same time, they have noticed a decline in quality content from various specialty channels.

As for things like Netflix being an alternative programming service, the mandate of the alternative programming service is specifically written out in the Broadcast Act. I will spare you the reading of it, but suffice to say it is to do the job of or to assist the national public broadcaster in doing the things it is not currently able to do to meet the needs of Canadian citizens.

Getting back to the question of can the privates do what the APS is doing, the APS was specifically put in the act and is designed to assist the CBC in meeting the mandate and the needs of Canadians. That is a public service as opposed to a private service. So for instance, the privates are looking at primarily, as Ms. Denton said, making a profit, and that is fine for businesses. That is what they are supposed to do, and they are doing high-quality content that is appealing to Canadians in some capacity, but there is a different mandate for a public broadcaster.

In this role, I suggest that the APS could fill that mandate in a new platform better than the CBC could.

Senator Plett: Thank you.

Ms. Denton, I know that as a taxpayer, you need to live within your means in your household, and I know that you want our governments to live within their means.

The cuts that were made to CBC were primarily cuts that were expected of all Crown corporations to try to balance budgets, and not specifically picking on CBC. CBC's ratings — and Senator Housakos has said this many times, and I am sure he will again — have shown that people are somewhat indifferent. Even "The National" has the lowest ratings of the three main broadcasters.

I watch "The National." I am not sure why they have the low ratings, because I actually prefer "The National" over the other ones. But nevertheless, they do, and ratings are something that have to be considered.

I am wondering where you get the idea — and maybe you don't; maybe I misread your presentation, and if I did, I apologize for that — that this government or the government before us were out to get CBC. I think the governments have been very supportive of CBC, but as I have said many times, governments don't have money. We administer yours and my tax dollars and we need to do it in a responsible manner.

qu'ils ne voulaient pas. Parallèlement, ils ont remarqué un déclin dans la qualité du contenu présenté par les différentes chaînes spécialisées.

Pour ce qui est de la question de savoir si Netflix est un service de programmation complémentaire, le mandat des SPC est décrit de façon précise dans la Loi sur la radiodiffusion. Je vais vous en épargner la lecture, mais il s'agit essentiellement d'aider le diffuseur public national à faire le travail qu'il n'est pas capable de faire actuellement pour répondre aux besoins des citoyens canadiens.

Pour revenir à la question de savoir si les entreprises privées peuvent faire ce que font les SPC, la disposition sur les SPC a été conçue et ajoutée à la loi précisément pour aider la SRC à remplir son mandat et à répondre aux besoins des Canadiens. Il s'agit d'un service public, par opposition à un service privé. Donc, par exemple, les entreprises privées cherchent principalement, comme l'a dit Mme Denton, à réaliser des profits, et cela est tout à fait normal. C'est ce qu'elles sont censées faire, et elles produisent du contenu de haute qualité qui attire les Canadiens dans une certaine mesure, mais un radiodiffuseur public a un autre mandat.

Selon cette description du rôle, je crois que les SPC pourraient remplir ce mandat à l'aide d'une nouvelle plate-forme mieux que ne pourrait le faire la SRC.

Le sénateur Plett : Merci.

Madame Denton, je sais qu'en tant que contribuable vous devez vivre selon vos moyens, et je sais que vous voulez que nos gouvernements fassent de même.

Les coupes qu'a subies à la SRC étaient principalement des coupes qui ont été imposées à toutes les sociétés d'État afin de tenter d'équilibrer les budgets, et non pour s'en prendre spécifiquement à la SRC. Les cotes d'écoute de la SRC — comme l'a dit le sénateur Housakos à plusieurs reprises, et je suis sûr qu'il le répétera — ont démontré que la population est assez indifférente. Même *The National* a les plus basses cotes d'écoute parmi les trois principaux radiodiffuseurs.

Je regarde *The National*. Je ne suis pas certain de comprendre pourquoi ils ont les plus basses cotes d'écoute, puisque je préfère *The National* aux bulletins de nouvelles des autres chaînes. Néanmoins, c'est la réalité, et il faut parfois tenir compte des cotes d'écoute.

Je ne sais pas d'où vous vient l'idée — et peut-être que ce n'est pas le cas; peut-être que j'ai mal interprété votre présentation, et, si c'est le cas, je m'en excuse — que le gouvernement actuel ou précédent avait l'intention d'avoir la peau de la SRC. Je crois que les gouvernements ont été d'un grand soutien pour la SRC, mais, comme je l'ai dit plusieurs fois, les gouvernements n'ont pas les moyens. Nous gérons l'argent de nos impôts à tous, et nous devons le faire d'une façon responsable.

I appreciate the petition. I appreciate that you want to make it an election issue. Good luck to you there. I don't think it will be an election issue. I don't think people will vote on what is going to happen with CBC. I think there are going to be far more pressing issues than that one, come the election.

My question is: Why do you believe that some governments, either ours or our predecessors, were out to nix CBC, if you will?

Ms. Denton: Why? Well, there have been recent significant cuts at the CBC. There has been interest in — certainly through Bill C-60 — the internal matters of CBC.

We have CBC. It is glorious. It is known throughout the world. It is Canada's treasure. It is Canada's face on the world. It is how the world knows of Canada. They go to the CBC. It's all there back in time in the archives, iPods. Anyone in the world can find out what is happening in Vancouver or Halifax, just as, if I want to know what is happening in New Orleans, I can find out what they are talking about there.

The world is interested in Canada for a variety of reasons, and it is the CBC to which they return. The CBC can be so much more. It can be used. It can sell Canada internationally. Where are the extra finances to let it spin, let it grow, let it strut, let it show what it can do? There are lots of things you can do without a great deal of money.

iPods are cheap and easy, and they are immensely popular. I quite agree. You don't need big budgets to get good effects. Nevertheless, with some money, you can begin to move and to do things. It is in the service of Canada, in the service of Canadian culture, Canadian arts and sciences. This is who we are. You can cut it or slice it. You can start other things. You can talk about the privates, but there is only one CBC, internationally known and internationally recognized.

Senator Plett: You are suggesting that CBC is supposed to sell Canada to the world.

Ms. Denton: It shows Canada to the world.

Senator Plett: CBC's mandate has never been that.

Ms. Denton: That is what is happening now with the changing technology.

Senator Plett: No, no. CBC's mandate has never been to be an international broadcaster.

Ms. Denton: But it happens because people from around the world tune in.

Je suis sensible à la pétition, au fait que vous vouliez en faire un enjeu électoral. Je vous souhaite bonne chance. Je ne crois pas que ce sera un enjeu électoral. Je ne crois pas que les gens vont voter en fonction de ce qui risque d'arriver à la SRC. Je crois qu'il y aura des enjeux beaucoup plus urgents au moment des prochaines élections.

Ma question est la suivante : pourquoi croyez-vous que certains gouvernements, le nôtre ou celui de nos prédécesseurs, avaient l'intention de donner le coup de grâce à la SRC, pour ainsi dire?

Mme Denton : Pourquoi? Eh bien, des coupes importantes ont récemment été imposées à la SRC. Il y a eu un intérêt pour — certainement par l'entremise du projet de loi C-60 — les affaires internes de la SRC.

Nous avons la SRC. Elle est remarquable. Elle est connue partout dans le monde. Il s'agit d'un trésor du Canada. Il s'agit du visage que le Canada présente au monde. C'est grâce à elle que le monde connaît le Canada. Les gens vont consulter la SRC — on retrouve de tout dans les archives — à l'aide de leur iPod. N'importe qui dans le monde entier peut s'informer sur ce qui se passe à Vancouver ou à Halifax, tout comme je pourrais, si je le voulais, m'informer sur ce qui se passe en Nouvelle-Orléans.

Le monde s'intéresse au Canada pour plusieurs raisons, et c'est vers la SRC qu'il se tourne. La SRC a la capacité d'être tellement plus. Elle peut être utilisée. Elle peut vendre le Canada à l'international. Où est le financement supplémentaire nécessaire pour la laisser tourner, grandir, se pavaner, nous montrer son plein potentiel? Plein de choses peuvent être faites, même avec peu de moyens.

Les iPods sont abordables et faciles d'utilisation, et ils sont extrêmement populaires. Je suis parfaitement d'accord. Il n'est pas nécessaire d'avoir des budgets importants pour avoir des résultats intéressants. Néanmoins, avec un peu d'argent, il est possible de commencer à bouger et à faire des choses. La SRC est au service du Canada, de la culture canadienne, des arts et des sciences de notre pays. C'est ce que nous sommes. Vous pouvez le couper ou le trancher. Vous pouvez commencer d'autres choses. Vous pouvez parler des entreprises privées, mais il n'y a qu'une seule SRC, connue et reconnue à l'international.

Le sénateur Plett : Vous laissez entendre que l'objectif de la SRC est de vendre le Canada au reste du monde.

Mme Denton : Elle présente le Canada au reste du monde.

Le sénateur Plett : Ça n'a jamais été le mandat de la SRC.

Mme Denton : C'est ce qui arrive actuellement avec les changements technologiques.

Le sénateur Plett : Non, non. Le mandat de la SRC n'a jamais été d'être un radiodiffuseur international.

Mme Denton : Mais c'est ce qui arrive, puisque des gens de partout dans le monde sont à l'écoute.

Senator Plett: It is not their mandate though. Their mandate is to be a national broadcaster, not an international broadcaster.

Senator Eggleton: At one time, there was radio international.

Ms. Denton: It is. It is our national public broadcaster. You are quite right, Senator Plett. That is the mandate, yes.

Senator Plett: To be a national public broadcaster and to sell Canadian content to Canadians.

Ms. Denton: Yes, to explain us to each other, so that the conversation is a national conversation, so that we are all part of that conversation. But you have eavesdroppers; that is my point.

Senator Plett: We are one country, coast to coast to coast. What do you say when 2 per cent of Albertans watch CBC?

Senator Munson: They are misinformed.

Senator Plett: I think the question was to the witness here, not to another broadcaster.

The Chair: The chair will have to take out his gavel.

Senator Munson: Sorry, I apologize.

Senator Plett: I think Alberta is part of Canada.

Ms. Denton: It most certainly is.

Senator Plett: They don't want to watch it.

Ms. Denton: Having lived there and in Manitoba, I have great heartfelt feelings for Western Canada.

There is more than the television, although there are many things CBC does brilliantly in television and a lot that can't be duplicated. But radio or the netcasting, this is where people are all the time every day, on their smartphones, checking in on the news first thing in the morning, checking in constantly through the day. Is that factored into the ratings that you talk about with the 2 per cent? I am not sure.

Senator Plett: One last question, chair — and it is not my place, ma'am, to debate with you; that is not what I want to do at all.

Ms. Denton: It is a conversation.

Senator Plett: You talked about the petitions you have, so government is supposed to listen to the petition, and fair enough. We should. If you bring a petition or four or 10,000 people, government should take note of that.

But if we have 33 million people in Canada and only five million of them want to watch CBC, should we not take note of that? Should that not be a deciding factor in what happens with CBC? You can say simply yes or no. You are saying that we

Le sénateur Plett : Mais ce n'est pas son mandat. Son mandat est d'être un radiodiffuseur national, pas un radiodiffuseur international.

Le sénateur Eggleton : À une époque, il y avait Radio-Canada International.

Mme Denton : En effet, il s'agit de notre radiodiffuseur public national. Vous avez parfaitement raison, sénateur Plett. C'est son mandat, oui.

Le sénateur Plett : D'être un radiodiffuseur public national et de vendre du contenu canadien aux Canadiens.

Mme Denton : Oui, pour nous expliquer les uns aux autres, afin que la conversation soit une conversation nationale, afin que nous en fassions tous partie. Mais il y a des personnes qui écoutent aux portes; c'est ce que je veux dire.

Le sénateur Plett : Nous sommes un seul pays, d'un océan à l'autre. Que me répondez-vous si je vous dis que 2 p. 100 des Albertains regardent CBC?

Le sénateur Munson : Ils sont mal informés.

Le sénateur Plett : Je pense que la question était destinée aux témoins, et non à un autre radiodiffuseur.

Le président : Le président va devoir sortir son marteau.

Le sénateur Munson : Désolé, mes excuses.

Le sénateur Plett : Je crois que l'Alberta fait partie du Canada.

Mme Denton : Très certainement.

Le sénateur Plett : Ils n'ont pas envie de regarder la CBC.

Mme Denton : Ayant vécu ici et au Manitoba, j'ai un profond attachement pour l'Ouest canadien.

Il n'y a pas que la télévision, même s'il y a plusieurs choses que la SRC fait de façon brillante en télévision et qu'une bonne partie de ces choses ne peuvent être copiées. La radio et l'Internet, voilà où les gens passent l'essentiel de leur temps chaque jour, sur leur téléphone intelligent; ils s'informent ainsi dès leur réveil, et y reviennent constamment durant toute la journée. Est-ce que les cotes d'écoute dont vous parlez, avec les 2 p. 100, tiennent compte de cela? Je n'en suis pas certaine.

Le sénateur Plett : Une dernière question, monsieur le président — et ce n'est pas mon rôle, madame, de débattre avec vous; ce n'est pas du tout ce que je désire faire.

Mme Denton : Il s'agit d'une conversation.

Le sénateur Plett : Vous avez parlé de vos pétitions, donc, le gouvernement est censé tenir compte de la pétition, et c'est juste. Nous le devrions. Si vous nous présentez une pétition signée par 4 ou 10 000 personnes, le gouvernement devrait en tenir compte.

Mais si nous avons 33 millions de personnes au Canada et que seulement 5 millions d'entre elles désirent regarder la CBC, devrions-nous en tenir compte? Cela ne devrait-il pas être un facteur décisif pour l'avenir de la société? Vous pouvez simplement répondre par oui ou par non. Vous dites que nous

should take note when 4,000 people want something. Should we take note when two million Albertans say “We don’t want to listen”?

And I am not from Alberta. I am from Manitoba. Our percentage of listeners in Manitoba is larger than that, but as we go into Western Canada, I think it is probably sliding, and we need to take note of that.

Ms. Denton: Yes. My point in mentioning the organization I love, CBC-Peterborough, is that I think it is not unique in that there is an intense loyalty to the CBC throughout Canada, and I would suggest that in many areas, it will indeed be an election issue.

Your responsibilities in this matter are broad and serious, and technology is changing. I have every confidence that the CBC has the talented people and the smarts and the savvy —

Senator Plett: Without a doubt.

Ms. Denton: — to push on and to do what they do best for Canadians, and if they are not watching now and not listening now, then they can be increasingly so with support.

Senator Munson: I don’t see private broadcasters marching towards the North of this country offering services because they think they can make a dime. Perhaps part of this whole argument is the fact that it is not about the numbers to survive, but about CBC’s position in the country of connecting Canadians, sort of the highway of broadcasting.

I think that is extremely important because while in Alberta the number may be falling, I don’t understand that, in Atlantic Canada, a gentleman who is the host of the morning show on CBC radio is the most listened-to person throughout all of Nova Scotia. He connects Nova Scotia. CBC connects Nova Scotia, and I find that extremely important. I have nothing against private broadcasting. I have worked in it for 30 years, but I am a big defender of CBC.

Do you think there should be another model, or could there be another model? For example, the United Kingdom, they still have a reasonable love affair with BBC. I lived there and you had to pay a little bit of money for a licence. I forget how much it was in the 80s, but there is that model. There is a model that we see in PBS, and various programs are brought to you by philanthropic foundations, and it is really good quality television. In radio, it is the same thing.

Do you think in this age that we are living in, which is the argument amongst many people that there are just so many other platforms that are offering past movies for dues and so on, CBC has a niche area in which to operate as opposed to trying to be all things to all people?

devrions tenir compte du fait que 4 000 personnes veulent quelque chose. Devrions-nous en tenir compte lorsque 2 millions d’Albertains disent : « Nous n’en voulons pas »?

Je ne viens pas de l’Alberta. Je viens du Manitoba. Les cotes d’écoute au Manitoba sont plus élevées, mais plus nous allons vers l’ouest du Canada, plus les cotes d’écoute chutent, je crois, et nous devons en tenir compte.

Mme Denton : Oui. En parlant du regroupement I love CBC-Peterborough, je voulais dire que ce regroupement n’est pas unique en son genre puisqu’il existe une loyauté intense envers la SRC dans l’ensemble du Canada, et je crois que ce sera en effet un enjeu électoral dans bien des régions.

Vos responsabilités à ce chapitre sont vastes et sérieuses, et la technologie évolue. Je n’ai aucun doute que les personnes qui travaillent à la SRC sont assez talentueuses, intelligentes et futées...

Le sénateur Plett : Sans aucun doute.

Mme Denton : ... pour persévérer et continuer de faire ce qu’elles font le mieux pour les Canadiens, et si elles ne regardent pas et n’écotent pas en ce moment, alors elles peuvent le faire encore plus avec du soutien.

Le sénateur Munson : Je ne vois pas les radiodiffuseurs privés commencer à offrir leurs services dans le nord du pays pour faire de l’argent. Peut-être que, en partie, l’important, c’est non pas les nombres suffisants pour survivre, mais le rôle de la SRC consistant à relier les Canadiens, un peu comme une autoroute de la radiodiffusion.

Je pense que cela est extrêmement important, parce que même si les cotes d’écoute chutent en Alberta, je ne comprends pas pourquoi, dans le Canada atlantique, l’animateur de l’émission du matin à CBC Radio est la personne la plus écoutée de toute la Nouvelle-Écosse. Il relie la Nouvelle-Écosse. La SRC relie la Nouvelle-Écosse, et je trouve cela très important. Je n’ai rien contre la radiodiffusion privée. J’y ai travaillé pendant 30 ans, mais je suis un grand défenseur de la SRC.

Pensez-vous qu’il devrait y avoir un autre modèle ou qu’il pourrait y avoir un autre modèle? Par exemple, au Royaume-Uni, la population entretient toujours une histoire d’amour avec la BBC. J’ai vécu là-bas, et il fallait payer un petit montant d’argent pour avoir une licence. Je ne me rappelle plus combien cela coûtait dans les années 1980, mais ce modèle existe. Il y a le modèle que nous voyons à PBS, où plusieurs émissions sont présentées par des organisations philanthropiques, et c’est de la télévision de très haute qualité. À la radio, c’est la même chose.

Croyez-vous qu’à notre époque, et c’est l’argument présenté par bien des gens, qu’il existe tout simplement trop d’autres plates-formes qui offrent au public de payer pour visionner d’anciens films et ainsi de suite, que la SRC a un créneau particulier dans lequel concentrer ses activités, et qu’elle ne devrait pas tenter de tout présenter pour plaire à tout le monde?

Ms. Denton: One area where CBC is doing extremely well now is through their website. It is handled extremely well and fits a lot of the disparate sort of people in different parts of Canada. People can check in at any time. There are the latest episodes of shows. There are the current shows. There are particular shows, the music live streaming, and most people have podcatchers and they have their schedule of iPods.

One suggestion there would be to open up more of CBC's archives and make those available, but that is a whole world. That is like entering the National Gallery of Canada. More rooms can be built on there, and it is not high expense. In the BBC, yes, they have done some neat things. They have just been reading *Moby Dick*, one chapter every morning. We have glorious Canadian actors with beautiful voices. We could be reading some — people could come in at their convenience.

But their mandate is particular to Canada. It is an individual response. There are more people who work alone and live alone in Canada than you might expect and who want their information at their convenience.

There is the one reliable, trusted friend. It is an earned authority, and they turn to their news or for news or for information to the CBC. We have to recognize that.

Was it a question, Senator Munson, that you asked? I have gone rambling on here.

Senator Munson: I was asking what other models might serve our country in a different way, because the CBC wants to be all things to all people, and the question had to do with licence and PBS model, that kind of thing, no advertising, and with some federal money.

Ms. Denton: Yes.

Senator Munson: It doesn't seem to be an issue in the U.K.

Ms. Denton: No. Those names on American PBS, good people. I don't have a comment on that. We watch a fair amount of CBC television, but the strength right now in CBC, is, of course, the radio, unequalled.

The Chair: Do you want to add something, Mr. Roman?

Mr. Roman: Yes, actually.

Senator Munson: I will ask the question while you are thinking of the answer, because I will be done. This streaming, online streaming, who pays everybody? I can't quite figure that one out. You just said the state of current affairs, news, and so on. Somebody has to pay these folks.

Mme Denton : Le secteur dans lequel la SRC réussit très bien actuellement est son site web. Il est très bien géré et plaît à toute une diversité de personnes provenant de différentes régions du Canada. Les gens peuvent le consulter à tout moment. On y trouve les derniers épisodes des émissions, les émissions actuelles, des émissions spéciales, de la musique diffusée en continu, et la plupart des gens utilisent des logiciels d'enregistrement des fichiers balados et ont l'horaire sur leur iPod.

Une suggestion serait de rendre disponibles plus d'archives de la SRC, mais c'est tout un monde. C'est comme entrer au Musée des beaux-arts du Canada. Il serait possible d'aménager plus d'espaces, et ce ne serait pas très cher. À la BBC, en effet, ils ont fait certaines choses très chouettes. Dernièrement, ils lisent *Moby Dick*, un chapitre chaque matin. Nous avons de fabuleux acteurs canadiens avec de magnifiques voix. Nous pourrions faire la lecture — les gens pourraient écouter au moment qui leur convient.

Le mandat de la SRC est propre au Canada. Il s'agit d'une réponse individuelle. Il y a plus de personnes qui travaillent seules et qui vivent seules au Canada que l'on pourrait s'y attendre, et elles veulent être informées au moment qui leur convient.

Ils ont un ami fiable et digne de confiance. Il a mérité ce titre. Ces gens, pour être informés et pour connaître l'actualité, se tournent vers la SRC. Nous devons en tenir compte.

Aviez-vous posé une question, sénateur Munson? J'ai perdu le fil.

Le sénateur Munson : Je demandais quels autres modèles pourraient servir notre pays d'une façon différente, parce que la SRC veut tout présenter pour tout le monde... et la question concernait la licence et le modèle de PBS, ce genre de choses, aucune publicité, et financé en partie par le gouvernement fédéral.

Mme Denton : Oui.

Le sénateur Munson : Cela ne semble pas être un problème au Royaume-Uni.

Mme Denton : Non. Ces noms qui apparaissent sur la chaîne américaine PBS, ce sont de bonnes personnes. Je n'ai rien à ajouter à ce sujet. Nous regardons une quantité appréciable du contenu télévisuel de la SRC, mais la force de la SRC en ce moment est sans contredit la radio.

Le président : Voulez-vous ajouter quelque chose, monsieur Roman?

M. Roman : Oui, effectivement.

Le sénateur Munson : Je vais poser la question pendant que vous pensez à la réponse, puisque j'aurai ensuite terminé. La diffusion en continu, la diffusion en ligne, qui paie pour cela? Je n'arrive pas à comprendre. Vous venez de parler de l'actualité, des nouvelles, et ainsi de suite. Il faut bien que quelqu'un paie ces personnes.

Mr. Roman: Yes. Dealing with your first question of models and all the rest, I lived in the U.K. while I was at law school a few years ago. At that time, the licence fee was I think £120 a year, and now it is up to £145 a year for the BBC.

Senator Munson: It was £40 in the 1980s.

Mr. Roman: Inflation does change things. PBS obviously finances things in a very different model.

With regard to CBC, the CBC is the biggest funder of Canadian programming. They do 701 million on Canadian programming as opposed to all of the privates doing 600 million, and that is according to the CRTC's numbers. So in that regard, it is money well spent.

Their audience share as a reflection of things might raise a couple questions, but still they are spending their money on Canadian content, and they are the biggest spender on Canadian content.

As to a funding model specifically, the Canadian funding model for broadcasting as a whole is unique in the world. This isn't something I view as a benefit. Most channels do a 20 per cent licence fee roughly for their content, and then the various producers of content go to media funds to top up to the 50 to 70 per cent and then find other means by which to try and fund their programs, including sometimes mortgaging houses and doing whatever they have to do to get their content made, and then hoping to make the money back not on the original sale to CBC or whomever, but to international sales and syndication.

This model realistically isn't going to work in the Internet age, just because it means that everyone, if we take that model, we have to do everything sort of on the cheap, because we are up to 70 per cent or 80 per cent, and then we have to kind of scrounge the last 20 per cent for our programming.

In doing so, we are competing with shows like the stuff on Netflix, which is fully funded, or the BBC which is fully funding its content, like *Sherlock*. If we are doing things continually with a 10, 20, 30 per cent budget less than what we want for our programs, they can't be of the same quality that we should be doing on an international or even a domestic scale because the best of the world is coming to us online. It just is. We have to prepare for that.

So maybe we have to rethink the whole funding model for the industry. One of the things that could work is doing a model where CBC gets more funding, or the CBC and the APS get more funding, and as a result, the private broadcasters don't have to do Canadian content. They can if they choose to, but they don't have

M. Roman : Oui. Pour ce qui est de votre première question sur les modèles et tout le reste, j'ai vécu au Royaume-Uni il y a quelques années, pendant mes études de droit. À cette époque, les frais de licence annuels de la BBC étaient de 120 £, je crois, et maintenant, ils sont passés à 145 £.

Le sénateur Munson : Ils étaient de 40 £ dans les années 1980.

M. Roman : L'inflation change la donne. De toute évidence, le modèle de financement de PBS est très différent.

En ce qui concerne la CBC, elle est la principale source de financement des émissions canadiennes. Ses investissements à ce chapitre se chiffrent à 701 millions de dollars, alors que ceux de toutes les sociétés privées totalisent 600 millions de dollars, selon les chiffres du CRTC. Donc, à cet égard, c'est de l'argent bien dépensé.

Ses parts d'auditoire soulèvent peut-être deux ou trois questions quant à sa situation, mais elle investit encore dans du contenu canadien, et ce, plus que toute autre organisation.

En ce qui touche tout particulièrement le modèle de financement, le modèle canadien en matière de radiodiffusion est unique au monde. Je ne considère pas cela comme un avantage. La plupart des chaînes paient des frais de licence d'environ 20 p. 100 pour leur contenu, et les producteurs de contenu se tournent ensuite vers les fonds médiatiques pour atteindre la barre des 50 à 70 p. 100, après quoi ils trouvent d'autres sources de financement — allant parfois jusqu'à hypothéquer leur maison et faisant tout ce qu'ils peuvent afin que leur contenu soit produit — et se croisent les doigts pour récupérer leur investissement non pas grâce à la vente initiale à la CBC ou à un autre diffuseur, mais grâce aux ventes internationales et à la souscription.

Soyons réalistes : ce modèle ne fonctionnera pas à l'ère d'Internet parce que, tout simplement, il suppose que tout le monde produise des émissions bon marché, car nous sommes à 70 p. 100 ou à 80 p. 100 et nous devons ensuite trouver les 20 p. 100 manquants pour notre programmation.

Ce faisant, nous sommes en concurrence avec des émissions comme celles de Netflix — qui sont financées à 100 p. 100 —, ou celles de la BBC, qui finance entièrement son contenu, comme l'émission *Sherlock*. Si nous travaillons continuellement avec un budget de 10, 20, 30 p. 100 de moins que ce dont nous avons besoin pour nos émissions, elles n'auront pas la qualité souhaitée à l'échelle internationale ou même nationale, car les meilleurs au monde viennent à nous en ligne. C'est ainsi. Nous devons nous y préparer.

Nous devrions donc peut-être revoir le modèle de financement global de l'industrie. Un des modèles qui pourraient fonctionner consisterait à augmenter le financement de la CBC — ou de la CBC et des services de programmation complémentaires —, de sorte que les diffuseurs privés n'auraient pas à produire du

to. You make a mandate for the public broadcasters to only do Canadian content. It is an option. I am not saying it is a requirement. There are a number of means to do that.

As for how to pay for the APS, there are a few different models. I proposed I think three to the CRTC. The first was — and this is going to be the least popular of any idea ever announced, but it is still one model that had to be considered — a tax on Internet and cellular phones, because this is where the Internet is being engaged. As a result, if you are going to be using these services, it will be online, and you will have access to it, so you tax directly. I recognize that taxes are ever so popular.

Plan B is if you reduce the requirements of Canadian content which the private broadcasters all admit they don't make money on. They all say we lose money on this, and they did say this at the CRTC at the Let's Talk TV hearing. They said, "We don't want to do local. We don't want to do Canadian content, or as little as possible because we are not going to make any money."

So as a result, you remove that requirement to do Canadian content, you get them to pay a bigger share than just what they do to the Canada Media Fund, and you give that directly to public broadcasting which focuses only on Canadian content, high-quality Canadian content.

The final option, and one that I am less keen on, is that since the CBC did claim it was a commercial broadcaster, let it be more commercial, and give some of the money to a new broadcaster to start it up. It wouldn't take much at first to start. It would eventually cost — and I estimated roughly \$600 million a year, which isn't an unsubstantial amount, but at that point, you can start it up for far less before you actually get the content requirements going, and that would be \$50 million or \$100 million a year. That money could be diverted from elsewhere.

I hope that answers your questions.

Senator Eggleton: I am one who thinks that taxes actually are a good thing. They do provide services. They provide civilization.

Anyway, your ideas are interesting. The original idea you talked about, Mr. Roman, was you thought the news and public affairs programming should continue in much the traditional way on Newsworld as it is now. The rest of it, you would the put on to an APS kind of system an alternate programming service. Would this make the CBC in that respect something like Netflix? Would it make it similar to that, except with Canadian content?

contenu canadien. Ils pourraient le faire s'ils le souhaitent, mais ce ne serait pas une obligation pour eux. Les diffuseurs publics auraient pour mandat de produire uniquement du contenu canadien. C'est une possibilité. Je ne dis pas que c'est une obligation. Il y a un certain nombre de façons de faire cela.

Concernant la façon de payer pour les SPC, il existe quelques modèles. Je crois en avoir proposé trois au CRTC. Le premier, c'était — et cette idée sera la moins populaire qu'on ait jamais proposée, mais elle doit tout de même être envisagée — d'appliquer une taxe sur Internet et les téléphones cellulaires, car c'est ainsi qu'Internet est utilisé. Donc, les gens qui utiliseront ces services le feront en ligne, et comme ils auront accès au contenu, on appliquera une taxe directe. Bien entendu, je reconnais que taxes ne sont jamais très populaires.

Le plan B consisterait à réduire les exigences en matière de contenu canadien, lequel, aux dires de tous les diffuseurs privés, n'est pas rentable pour eux. Ils affirment tous que cela leur fait perdre de l'argent, et ils l'ont d'ailleurs déclaré au CRTC et aux audiences de Parlons télé. Ils ont dit : « Nous ne voulons pas présenter du contenu local. Nous ne voulons pas présenter du contenu canadien, ou, en tout cas, le moins possible, car ce n'est pas rentable pour nous. »

Alors, on pourrait leur demander d'augmenter leur contribution au Fonds des médias du Canada et, en contrepartie, cesser de les obliger à présenter du contenu canadien, et donner directement ce mandat au radiodiffuseur public, qui serait seulement axé sur du contenu canadien de haute qualité.

Voici la dernière solution, bien que ce soit celle qui me plaît le moins : puisque la CBC a affirmé qu'elle était un radiodiffuseur commercial, rendons-la plus commerciale et affectons une partie des fonds à la création d'un nouveau radiodiffuseur. L'investissement initial ne serait pas très élevé. Cela pourrait coûter... Selon mon estimation, le coût se chiffrerait à environ 600 millions de dollars par année, un montant non négligeable, mais on pourrait le créer à un coût bien moindre avant de réellement appliquer les exigences en matière de contenu, c'est-à-dire 50 ou 100 millions de dollars par année. On pourrait trouver l'argent en réaffectant des fonds.

J'espère que cela répond à vos questions.

Le sénateur Eggleton : Je suis de ceux qui croient que les taxes sont en fait une bonne chose. Elles permettent de dispenser des services. Elles fournissent un apport à la civilisation.

Quoi qu'il en soit, vos idées sont intéressantes. La première idée que vous avez mentionnée, monsieur Roman, c'était que la programmation en matière de nouvelles et d'affaires publiques devrait, grosso modo, conserver sa forme actuelle à la Newsworld. Pour le reste, il faudrait mettre en place une certaine forme de SPC, un service de programmation complémentaire. Est-ce que cela transformera la CBC en une sorte de Netflix? Est-ce qu'elle fournira un service similaire, outre le fait que le contenu qu'elle présentera sera canadien?

Mr. Roman: I think you may have slightly confused what I said. I am not sure. I am proposing, yes, the CBC move to a strictly news, current affairs, et cetera as mentioned, but that the APS would become a Netflix equivalent. Is that what you are saying?

Senator Eggleton: Yes. Is that the model sort of thing?

Mr. Roman: I wish I could claim this was a fully original idea — and more or less, it was something I came up with on my own — but I found out afterwards that it is sort of a combination of BBC 3 and BBC 4. This was after I presented it to the CRTC.

BBC 3 is moving to an online-only model, and BBC 4's mandate is to be engaging and challenging. Inadvertently, I came up with what half of the British are doing. The CBC does need good funding, and it needs to re-double down on its news. It actually proposed at the Let's Talk TV hearing that once it got additional funding, it wouldn't be very keen on doing local news and local content.

So what I am saying is keep the current funding going for the CBC, and let them reinvest that in local, regional news, and at the same time, additional funding to do a Canadian version of content that should be done online.

Senator Eggleton: Cultural content?

Mr. Roman: Yes.

Senator Eggleton: You have been asked about why the ratings don't match the enthusiasm that you have been able to get from your endeavours in Peterborough. Of course, to that, I would say it is not all just about ratings. It is not all about having the most popular kind of programs. We compete with what comes from the American entertainment industry, but it is in fact Canadians telling their stories to each other and reaching out to all parts of the population in this country, which doesn't necessarily involve ratings in every case. There are, in fact, lots of parts of the population that need to be served by all this.

I think it is also worth noting something else you talked about: Radio. The most popular radio show in Toronto in the morning is on CBC Radio, so it can be done. It is demonstrated in radio that it can be also very popular. But on the television side, would you see any changes that could help raise the popularity of some of the programs, notwithstanding that that isn't everything that we need to consider?

Ms. Denton: Yes. I would say not to play it safe. Play it edgy. It is what appeals. It is what they are not getting out. People don't get elsewhere. The most popular programs are the ones that are pushing, are provocative, not just pleasing. It is where the public broadcaster is free to go. They can go into that kind of territory. That would be my advice.

M. Roman : Je pense que vous n'avez peut-être pas tout à fait compris ce que j'ai dit. Je n'en suis pas certain. Je propose effectivement que la CBC se concentre uniquement sur les nouvelles, les actualités, et cetera, comme je l'ai dit, mais que le SPC devienne l'équivalent de Netflix. Est-ce ce que vous dites?

Le sénateur Eggleton : Oui. Est-ce à peu près cela, le modèle?

M. Roman : J'aimerais pouvoir dire que c'est une idée tout à fait originale — et, dans une certaine mesure, elle est le fruit de ma propre réflexion —, mais j'ai découvert après coup qu'elle est en quelque sorte la combinaison de BBC 3 et BBC 4. C'est après avoir proposé mon idée au CRTC que je l'ai constaté.

BBC 3 deviendra un service offert exclusivement en ligne, et le mandat de BBC 4 est d'être une chaîne intéressante qui encourage la réflexion. Sans le savoir, j'ai proposé de faire exactement ce que font la moitié des chaînes de la BBC. La CBC a assurément besoin d'un bon financement, et elle doit recommencer à se concentrer sur les nouvelles. Elle a d'ailleurs affirmé, lors des audiences de Parlons télé, qu'elle ne serait pas très disposée à présenter des nouvelles et du contenu locaux si elle recevait plus de financement.

Alors, selon moi, il faut maintenir le niveau de financement actuel de la CBC pour qu'elle le réinvestisse dans les nouvelles locales et régionales et, en même temps, lui consentir plus de fonds pour qu'elle présente du contenu canadien en ligne.

Le sénateur Eggleton : Du contenu culturel?

M. Roman : Oui.

Le sénateur Eggleton : On vous a demandé pourquoi les cotes d'écoute ne sont pas à la hauteur de l'enthousiasme suscité par vos projets à Peterborough. Certes, à cet égard, je dirais que ce n'est pas seulement une question de cotes d'écoute. Il ne s'agit pas seulement de diffuser le genre d'émissions le plus populaire. Nous sommes en concurrence avec les émissions de l'industrie américaine du divertissement, mais l'important, en fait, c'est de permettre aux Canadiens de se raconter mutuellement leurs histoires et de toucher les groupes démographiques de partout au pays, ce qui n'est pas toujours une question de cotes d'écoute. De fait, il y a une grande partie de la population qui en bénéficierait.

Je crois qu'il faudrait également revenir sur un autre aspect que vous avez abordé : la radio. La chaîne la plus populaire à Toronto le matin, c'est CBC Radio, ce qui prouve la faisabilité de la chose. La radio est la preuve que les émissions du radiodiffuseur public peuvent aussi connaître beaucoup de succès. Mais, sur le plan de la télévision, voyez-vous des changements qui pourraient contribuer à rehausser la popularité de certaines émissions, bien que ce ne soit pas la seule chose dont nous devons tenir compte?

Mme Denton : Oui. À mon avis, il ne faut pas avoir peur de se mouiller. Il faut être audacieux. Voilà ce qui séduit. C'est ce qui manque à la SRC. Les gens ne sortent pas des sentiers battus. Les émissions les plus populaires sont celles qui vont plus loin, qui sont provocantes, pas seulement satisfaisantes. Le radiodiffuseur public a tout le loisir de suivre cette voie. Il peut s'aventurer sur ce territoire. C'est mon conseil.

I am a little puzzled by the discussion of ratings. Do I understand we are talking about television ratings here?

Senator Eggleton: I think that is primarily what they are talking about.

Ms. Denton: Well, most people have smartphones. That is a whole different story. They are downloading and streaming the programs that way. They can be sponsored too, so there is financial return there that could be investigated. Edgy, brave, investigative.

Senator Eggleton: Good luck on your endeavours to make this an election issue. Senator Plett talked about the fact that there have been cuts, yes, but there have also been cuts by the previous government. That is all very true. I think we are in a piling-on stage where it is becoming now very difficult for the survival of the CBC. Living within its means, yes, the fact is that it is being starved far too much.

The Chair: That was a preemptive strike, Senator Plett.

Senator Unger: Thank you, witnesses, for your very interesting perspectives. I am from Alberta, and I don't know about the percentage —

Senator Plett: Are you in the 2 per cent?

Senator Unger: But I almost never watch CBC television. I will watch the classical music section and "Saturday at the Opera."

Ms. Denton, you mentioned polls. You have seen many polls that are very supportive. Can you tell me which ones?

Ms. Denton: May I have your card and get that information to you?

Senator Plett: Get it to the clerk.

Ms. Denton: I would be delighted to. It is interesting what people pick and choose. I like "Saturday Afternoon at the Opera" too. We should be able to. We are not duty-bound to watch everything the CBC presents. This variety is one of the delights of our national public broadcaster.

Senator Unger: I agree with you, but on the other hand, you have to remember there is only one taxpayer, and they are heavily burdened these days, struggling to make ends meet. I would agree with my colleague, Senator Plett. I think when the election comes around, there will be far more pressing issues.

I recognize your passion for the CBC. Good for you and good for the people of Peterborough. There are places in Alberta where people are as passionate about the CBC as well. Thank you for your comments.

Ms. Denton: Thank you, Senator Unger.

Je suis un peu déroutée par la discussion sur les cotes d'écoute. S'agit-il de celles de la télévision?

Le sénateur Eggleton : Je pense que nous parlons surtout de cela, oui.

Mme Denton : Eh bien, la plupart des gens ont des téléphones intelligents. C'est une tout autre histoire. Ils téléchargent les émissions qu'ils veulent ou les regardent en diffusion continue. Elles peuvent être commanditées, aussi, alors il y a un potentiel de revenus qui pourrait être examiné. Il faut du contenu audacieux, courageux et axé sur l'investigation.

Le sénateur Eggleton : Bonne chance dans vos projets d'en faire un enjeu électoral. Le sénateur Plett a parlé du fait qu'il y a eu des compressions, certes, mais il y en a eu aussi sous le gouvernement précédent. C'est la pure vérité. Je pense que nous sommes arrivés à un stade où les problèmes accumulés mettent vraiment en péril la survie de la SRC. Elle doit vivre selon ses moyens, c'est vrai, mais le fait est qu'on l'a beaucoup trop affamée.

Le président : C'était une attaque préventive, cher collègue.

La sénatrice Unger : Mesdames et messieurs, merci de nous faire part de vos opinions très intéressantes. Je viens de l'Alberta et je ne connais pas le pourcentage...

Le sénateur Plett : Êtes-vous dans le 2 p. 100?

La sénatrice Unger : Mais je ne regarde presque jamais les émissions de la CBC. Cela dit, j'écoute la programmation de musique classique et l'émission *Saturday at the Opera*.

Madame Denton, vous avez parlé de sondages. Vous en avez vu beaucoup qui étaient très favorables à la SRC. Pourriez-vous me dire lesquels?

Mme Denton : Pourrais-je avoir votre carte et vous fournir l'information plus tard?

Le sénateur Plett : Fournissez-la au greffier.

Mme Denton : J'en serais ravie. C'était intéressant de savoir quelles émissions intéressent les gens. J'aime aussi *Saturday Afternoon at the Opera*. Nous devrions avoir la liberté de choisir. Nous n'avons pas le devoir de regarder toutes les émissions présentées par la SRC. Cette grande variété est un des atouts de notre radiodiffuseur public national.

La sénatrice Unger : Je suis d'accord avec vous; par contre, il faut se rappeler qu'il y a un nombre limité de contribuables et qu'ils sont accablés et peinent à joindre les deux bouts par les temps qui courent. Je suis d'accord avec mon collègue, le sénateur Plett. À mon avis, quand les élections approcheront, il y aura des enjeux bien plus urgents.

Je vois que la CBC vous tient à cœur. Tant mieux pour vous et pour les résidents de Peterborough. Il y a aussi des endroits en Alberta où les gens ont le radiodiffuseur public à cœur. Merci pour vos commentaires.

Mme Denton : Merci, madame la sénatrice.

Senator Housakos: Thank you both for being here and participating in this dialogue.

First of all, I will say in regard to the importance of taxes, and my honourable friend and colleague on the other side equated taxes to civilization. I can tell you that ancient Greeks invented civilization, but it was the ancient Romans who invented taxation. One really doesn't equate with the other.

Nonetheless, CBC has a fundamental branding problem in this country from my point of view. I agree with you, Madam Denton, that the CBC has fond memories for young and old Canadians alike. For me as a young kid growing up, the fondest memory regarding CBC is "Hockey Night in Canada." Sitting in front of the TV set Saturday night with my parents as a family, watching that hockey game beginning to end, was a weekly common occurrence. I started that tradition a few years back with my kids. They are both young hockey players.

CBC Internationale, Radio International is part of the heritage of CBC. You are right when you say it sent the news in Canada to the world, to Canadians around the world.

A year ago, there were some cuts made, and again, CBC decided to, instead of taking the compression of cuts and spreading them across the organization or making a strategic decision not to touch things that were the fabric of their organization, they decided to brutally cut Radio Internationale by 80 per cent.

We had special hearings, and we brought people from CBC to explain themselves on that. Of course, when they came to those hearings, they brought forward a portrait of how CBC International had become more efficient than they were before. They converted themselves to digital existence. Even though they cut their budget by 80 per cent, they cut the employees by 80 per cent, they increased their reach, their efficiency. That happened because of forced decision, as they portrayed it, on part of the government. So nothing hopefully precludes them from becoming more efficient, because they have to.

But back to "Hockey Night in Canada," they lost recently what was their cornerstone business. It is what tied this country together from coast to coast to coast. It really defeats their raison d'être, whether their main purpose, as defined by yourself, is bringing Canadians together and talking to Canadians about who we are and what we are.

So I hear both of your arguments, and they are both compelling and good arguments. But what I would like to hear and this committee would like to hear from you is not if we need the CBC or we don't. I think there is a propensity toward the idea that we need a public broadcaster. I think we all agree, both Liberals and Conservatives, and the proof is in the pudding. It

Le sénateur Housakos : Merci à vous deux de comparaître ici et de participer à ce dialogue.

Tout d'abord, je veux parler de l'importance des taxes, que mon honorable ami et collègue de l'autre côté de la salle associe à la civilisation. Je peux vous dire que ce sont les Grecs antiques qui ont inventé la civilisation, mais que ce sont les Romains antiques qui ont inventé les taxes. Il n'y a pas vraiment d'association à faire entre ces deux éléments.

Quoi qu'il en soit, je pense que le radiodiffuseur public a un problème fondamental d'image de marque dans ce pays. Je suis d'accord avec vous, madame Denton : il a procuré d'agréables souvenirs à des Canadiens de tous âges. Pour ma part, mon souvenir d'enfance le plus cher en ce qui a trait à la CBC, c'était de regarder *Hockey Night in Canada*. Presque tous les samedis soir, je m'asseyais devant le téléviseur avec mes parents, et nous regardions en famille le match de hockey au complet. Depuis quelques années, j'ai repris cette tradition avec mes enfants. Ce sont tous deux de jeunes joueurs de hockey.

CBC International, Radio-Canada International, cela fait partie du patrimoine de la SRC. Vous avez raison de dire qu'elle faisait connaître les nouvelles du Canada au monde entier, aux Canadiens à l'étranger.

Il y a un an, le radiodiffuseur public a été touché par des compressions, et, encore une fois, au lieu de les appliquer à plusieurs services ou de prendre la décision stratégique de ne pas sabrer dans ses services les plus importants, il a décidé de couper brutalement 80 p. 100 des fonds de Radio-Canada International.

Nous avons organisé des audiences spéciales et invité des représentants de la SRC à venir s'expliquer à ce sujet. Bien entendu, lors de leur comparution, ils ont déclaré que Radio-Canada International était devenu plus efficient qu'avant. Ils étaient passés à l'ère numérique. Même si on a amputé son budget et son effectif de 80 p. 100, il a accru son rayonnement et son efficience. Tout cela est le fruit d'une décision imposée — selon ce qu'ils ont dit — par le gouvernement. Il est donc permis de croire que rien ne l'empêche d'accroître son efficience quand cela s'impose.

Mais revenons à *Hockey Night in Canada*. Récemment, la CBC a perdu son émission phare. C'est elle qui soudait le pays du nord au sud et d'est en ouest. Cela va vraiment à l'encontre de sa raison d'être, s'il s'agit bien — comme vous l'avez dit vous-même — d'unir les Canadiens et de leur dire qui nous sommes et ce que nous sommes.

Je suis donc sensible à vos deux arguments, et ils sont tous deux valables et convaincants. Mais ce que j'aimerais savoir — et ce que le comité aimerait savoir —, c'est si, à votre avis, nous avons besoin de la SRC. Je pense que nous avons tendance à croire qu'il faut avoir un radiodiffuseur public. Je pense que nous sommes tous d'accord — les libéraux comme les conservateurs — et que

doesn't matter how much they cut, how much we cut. Successive governments can understand the taxpayers have limitations.

The real discussion here, what I would like for you to put on record, is what model do you recommend that will allow the CBC to provide some kind of formal public broadcasting in the future? Is it a PPS model, for example, where they bring in donations and they are matched by a certain amount?

Do we have a user-pay model where people who watch the CBC subscribe to it? Do we have a BBC model, for example, where we allow them to bring corporate donations and other types of donations from foundations and think tanks? There has to be an evolution, and there has to be some new formula if they are going to survive. This discussion about whether they survive or not has nothing to do with the next election. It has to do with economics.

I will tell you, if the model doesn't change — and we have had these discussions publically as a committee and amongst ourselves — the CBC will not survive in this current model. So can you share with us what suggestions or proposals you have in terms of what model you think is the ideal one?

Ms. Denton: I think strengthening the digital broadcasting and netcasting is important. That doesn't involve high expense, but that would mean it is everywhere at any time, and extremely flexible.

Speaking for myself, and I am just an ordinary person. If the CBC finds that it needs to bring in sponsors and have a name flash around the boards of the hockey arena, like Coke or what have you, go ahead. It is the content that follows that is going to rivet attention. I will leave my comment there.

There is a danger in talking about the CBC in nostalgic and sentimental terms. It is still a strong tool and can be. We needn't shuffle it off as some sort of set of dinosaur bones. This can be something that fully and vibrantly meets the mandate it should be meeting. Thank you.

Mr. Roman: I think I might take a slightly different tack here. I am generally of the view that throwing money at a problem without actually addressing the problem isn't going to lead to a solution, so just saying that funding is the only problem CBC has isn't really going to address the fact that, say, their audience share in a number of areas isn't very high.

Whether it needs to be exceptionally high or not, funding is a problem. But just throwing money at the problem isn't the solution. I have talked to a number of people in the industry who have said, "If the CBC lasts another five years, I would be

c'est l'évidence même. L'ampleur de leurs compressions ou des nôtres n'a pas d'importance. Le gouvernement a beau changer, les partis au pouvoir comprennent que la capacité de payer des contribuables a des limites.

La question cruciale — et celle que je veux voir inscrite dans le compte rendu —, est la suivante : quel modèle nous recommandez-vous d'adopter afin que la SRC dispense un certain service de radiodiffusion officiel dans l'avenir? Par exemple, est-ce un modèle financé par des dons auxquels on ajouterait un certain montant en guise de contrepartie?

Avons-nous un modèle d'utilisateur-payeur selon lequel il faudrait s'abonner pour regarder les chaînes de la SRC? Avons-nous un modèle comme celui de la BBC, par exemple, qui permettrait au radiodiffuseur public de recueillir des dons de grandes sociétés ainsi que d'autres types de dons provenant de fondations et de groupes de réflexion? Il doit y avoir une évolution, et il faut trouver une nouvelle formule si on veut assurer l'avenir de la SRC. Cette discussion au sujet de sa survie n'a rien à voir avec les prochaines élections. C'est une question d'ordre économique.

Je vous le dis : si le modèle ne change pas — et nous en avons discuté publiquement en tant que comité ainsi qu'entre nous —, la SRC ne survivra pas. Alors, pourriez-vous nous faire part de vos suggestions ou de vos propositions en ce qui a trait au modèle qui vous semble idéal?

Mme Denton : Je pense qu'il est important de renforcer la diffusion numérique et la diffusion Web. Cela n'entraînerait pas de grandes dépenses et permettrait de rendre du contenu accessible en tout temps, en plus d'offrir énormément de souplesse.

Voici mon opinion en tant que simple citoyenne. Si la CBC pense qu'elle doit trouver des commanditaires et afficher son nom sur des bandes de patinoire comme Coke ou d'autres entreprises, qu'elle le fasse. C'est le contenu qu'elle diffusera ensuite qui captera l'attention des gens. Voilà ce que j'avais à dire.

Il y a un danger à parler de la SRC de façon sentimentale et nostalgique. Le radiodiffuseur public demeure un outil puissant et il peut continuer à l'être. Nous n'avons pas à le rejeter comme si c'était des os de dinosaure. Il y a moyen de s'assurer qu'il remplisse pleinement et dynamiquement son mandat. Je vous remercie.

M. Roman : Je pense que mon opinion est peut-être un peu différente de la vôtre. À mon avis, généralement, il ne sert à rien d'affecter aveuglément des fonds à quelque chose qui pose problème sans régler le problème lui-même. Alors, on a beau dire que le financement est le seul problème qui touche la CBC, cela ne changera rien au fait que, par exemple, ses parts d'audience ne sont pas très élevées dans certains créneaux.

Qu'il doive être exceptionnellement élevé ou non, le financement est problématique. Mais essayer seulement de s'attaquer au problème à coup de millions n'est pas la solution. Certaines personnes de l'industrie à qui j'ai parlé m'ont dit ceci :

surprised, in its current iteration.” So what we have to figure out is not just how is the CBC going to survive, but what is the role of public broadcasting going forward into this whole new century, and how much money is that going to take?

There is a number of funding models open to us, but if we are already sort of uncorking the bottle, we might as well look at everything properly. I hope that answers your question.

Senator MacDonald: Thank you both for being here.

I just want to pick up on something Senator Housakos mentioned, because it reminded me of something. He talked about his memories of growing up watching “Hockey Night in Canada.” I remember before “Hockey Night in Canada,” as a young boy, we never missed Don Messer in my house. Mom and Dad always watched Don Messer.

The Chair: Who is that?

Senator MacDonald: Don Messer was still about the sixth-ranked show in Canada, and CBC cut it. Why did they cut it back in 1969, because the cognoscenti of Toronto didn’t think it was sophisticated enough for the country.

It is the truth. It didn’t matter what the ratings were, because it didn’t appeal to the elites in Toronto, so they figured the rest of the country didn’t have to see it, so I want to put that on the record.

The second thing I want to mention in terms of what CBC could have done over the years, when I see what broadcasting has done for the Blue Jays and revenue streams, back in the 1990s when the Expos were fighting with the 60 cent dollar, the CBC have contracted with the Expos to give them coverage coast to coast and to give them badly needed revenue when they needed it. But they didn’t. They did nothing but continue to consume hundreds of millions of dollars and spend hundreds of millions of dollars producing things that people didn’t want to see. But I know all kinds of people who wanted to see the Expos in the 1990s, and they couldn’t see them on television. I used to listen to Radio-Canada because CBC television wouldn’t carry them. I just want to put that on the record as well while we are here.

You use the analogy of a green space, and I think that was a pretty good analogy. We used to think the beach was only so long and all the beach front property belonged to the CBC. Of course, now we know that the beach front is unlimited. We live in an era of content, HBO, Netflix. It is all about content. These businesses leverage these brands and get people to watch the content to create value.

« Je serais étonné que la CBC conserve sa forme actuelle pendant encore cinq ans. » Alors, ce que nous devons déterminer, ce n’est pas seulement ce que la CBC doit faire pour survivre, mais aussi le rôle que doit avoir le radiodiffuseur public en ce nouveau siècle et la hauteur du financement nécessaire.

Un certain nombre de modèles de financement s’offrent à nous, mais si nous avons déjà commencé — permettez-moi l’expression — à déboucher la bouteille, aussi bien tout examiner comme il faut. J’espère avoir répondu à votre question.

Le sénateur MacDonald : Je vous remercie tous les deux de comparaître.

Je veux juste revenir sur une anecdote du sénateur Housakos, car cela m’a rappelé quelque chose. Il a dit qu’il se souvient de ses soirées d’enfance passées devant *Hockey Night in Canada*. Moi-même, je me rappelle que, chez moi, avant *Hockey Night in Canada*, nous ne manquions jamais l’émission de Don Messer quand j’étais jeune. Mes parents l’adoraient.

Le président : Qui est cet homme?

Le sénateur MacDonald : Don Messer arrivait environ au sixième rang des émissions les plus regardées au pays quand la CBC a mis fin à son émission. Pourquoi l’a-t-on supprimée en 1969? C’est parce que l’élite à Toronto ne la trouvait pas assez raffinée pour la population canadienne.

C’est la vérité. Le gratin torontois ne l’aimait pas, alors on a décidé de cesser de la diffuser au pays malgré ses cotes d’écoute élevées. Je tenais à le dire aux fins du compte rendu.

Il y a autre chose que je veux mentionner à propos de ce que la CBC aurait pu faire au fil des ans, et c’est de voir dans quelle mesure le fait de diffuser les matchs des Blue Jays a aidé cette organisation et amélioré ses flux de revenus. Dans les années 1990, quand les Expos devaient composer avec un dollar canadien qui ne valait que 60 cents américains, la CBC a passé un contrat avec les Expos pour diffuser leurs matchs dans tout le pays et leur fournir des revenus dont l’équipe avait bien besoin. Mais elle ne l’a pas fait. Elle n’a rien fait d’autre que de continuer à gaspiller et à dépenser des centaines de millions de dollars pour produire des émissions que les Canadiens ne voulaient pas voir. Je connais toutes sortes de gens qui auraient voulu voir les matchs des Expos à la télévision dans les années 1990, mais c’était impossible. J’écoutais alors Radio-Canada parce que la CBC ne les diffusait pas. Je veux juste le mentionner aux fins du compte rendu pendant que nous sommes ici.

Vous avez comparé la situation à un espace vert, et je trouve que l’image est assez bien choisie. Avant, nous pensions que la plage avait une certaine longueur et que toutes les propriétés bordant la mer appartenaient à la CBC. Certes, nous savons maintenant que la plage s’étend à l’infini. Nous vivons dans une ère de contenu où il y a des joueurs comme HBO et Netflix. Tout est une question de contenu. Ces entreprises font rayonner leur marque et amènent des gens à regarder le contenu pour créer de la valeur.

CBC doesn't do this. They spend money on the upkeep of a beach that nobody is setting umbrellas up on. It is a problem. So what you were talking about is leveraging the CBC brand, getting people to watch the stuff because it has the CBC logo, and I agree. It is a good brand, and it is a good logo. We mentioned this earlier. But right now, they spend a lot of their money on salaries, pensions, human resources, not content. A lot of their money goes into those two items.

So I think that is a problem. I am curious if either one of you think it is a problem, and what can they do to create better content? What can they do to change how they use their own resources, without just asking for more resources when we know they are not going to change?

Mr. Roman: There are two other instances. You probably have heard of them, but I will reiterate anyway. "Corner Gas" is a very successful TV show.

Senator Plett: Love it, very true.

Mr. Roman: It was initially passed on by the CBC. Also, there was a documentary that a producer who does documentaries wanted to put forward to the CBC. It was on the Group of Seven. It was going to be a series as Canadian as you can get realistically, at least in Ontario. He was told when he went to pitch the idea to the CBC, "We don't do arts documentaries." That is a direct quote.

This is part of the problem, figuring out what the CBC has to figure out. They need to know what they do, and they need to be able to do it, but they also need to understand that their strengths can't just be the status quo, because that can't lead to any progress. That is not to say they are incapable of finding new and original content, and they are starting to do some of that. But when it comes to costs versus content, they have already reduced their production, their in-house production, at least on the English side, rather substantially, so they no longer have a documentary section.

They purchase everything. That will reduce salaries, but it will also increase the cost of actually getting shows. I am not an expert on the financing of shows, but that is my understanding. So it is kind of a tricky game. Where can you save money, but not pay more money long term down the road? I don't have an answer for that. I know that is probably a problem that they are struggling with right now.

The Chair: Ms. Denton?

La CBC ne fait pas cela. Elle dépense de l'argent pour entretenir une plage sur laquelle personne ne plante son parasol. C'est un problème. Vous disiez donc que la CBC doit promouvoir sa marque et amener les gens à s'intéresser à ses émissions parce qu'elles portent son logo, et je suis d'accord. C'est une bonne marque et un bon logo. Nous en avons parlé tout à l'heure. Cependant, à l'heure actuelle, elle dépense beaucoup d'argent en salaires, en pensions et en ressources humaines, mais pas en contenu. Une grande partie de ses fonds sont consacrés à cela.

À mon avis, c'est problématique. J'aimerais savoir si l'un d'entre vous voit cela comme un problème et, le cas échéant, j'aimerais que vous me disiez ce qu'elle peut faire pour créer du meilleur contenu. Que peut-elle faire pour changer la façon dont elle utilise ses ressources, au lieu de simplement en demander davantage sans apporter de changements?

M. Roman : Il y a deux autres exemples. Vous en avez probablement déjà entendu parler, mais je vais tout de même les mentionner. *Corner Gas* est une émission de télévision très populaire.

Le sénateur Plett : Je l'adore. C'est vrai.

M. Roman : Initialement, elle était diffusée à la CBC. De plus, il y avait un projet documentaire qu'un producteur spécialisé dans ce créneau voulait proposer à la CBC. Il portait sur le Groupe des sept. C'était censé être une série on ne peut plus canadienne; du moins, pour l'Ontario. Quand il a proposé l'idée à la CBC, le producteur a reçu cette réponse : « Nous ne faisons pas de documentaires sur les arts. » C'est ce qu'on lui a dit, mot pour mot.

C'est une partie du problème, le fait que nous devons déterminer quelles conclusions la SRC doit tirer. Elle doit savoir ce qu'elle fait et avoir la capacité de le faire, mais elle doit aussi comprendre que sa force ne peut pas simplement reposer sur le statu quo, car cela ne peut pas déboucher sur des progrès. Je ne dis pas qu'elle est incapable de trouver du contenu nouveau et original, et elle commence d'ailleurs à le faire. Mais pour ce qui est du rapport entre les coûts et le contenu, le radiodiffuseur public a déjà réduit ses productions à l'interne — celles d'expression anglaise, du moins — de façon considérable, alors elle n'a plus de volet documentaire.

Elle achète tout. Cela réduira les dépenses salariales, mais augmentera aussi le coût lié à la diffusion d'une émission. Je n'ai pas d'expertise en financement d'émissions, mais c'est ce que je crois comprendre. Alors, c'est un peu risqué, ce petit jeu. Comment faire des économies immédiates sans devoir payer plus cher à long terme? Je n'ai pas de réponse à cette question. Je sais que c'est probablement un problème qui doit embêter la CBC à l'heure actuelle.

Le président : Madame Denton?

Ms. Denton: I work as a creative artist. I know creative artists from across Canada and I have taught them. There is nothing more disheartening, nothing that suppresses ideas more than to hear, “Oh, that is not right,” or, “Look what you have done.”

You are quite right. I don't mean that, but at some point, what creativity needs is, “We believe in you. Go, just go. Give us your best,” and then you get the best results. You know what I am saying. The heavy breathing over the shoulder is just about the most paralyzing thing that can happen when one is digging deep to deliver the very best one can. Mistakes are always made. It is part of the creative process. You toss out a lot. You don't get it right every time. I have every faith that the CBC is getting a lot of things right, right now.

Senator Plett: I love a lot of CBC programs. “Corner Gas” is one of my favourites, and yet I have to close the door to our television room in my house when I watch “Corner Gas,” because it drives my wife nuts.

We are not always in agreement. Senator Eggleton talked about CBC radio and it being one of the more popular shows. I don't think there is much argument about CBC Radio and their popularity. I really don't. One of my questions at some point will be to one of their witnesses, when we can get them, is what part of CBC's budget is CBC Radio? Because I don't think there is any argument about the need and the —

Ms. Denton: Brilliance.

Senator Plett: Yes, and they are good, professional people, without a doubt. I watched the channel last night in Halifax when we had this terrible, terrible tragedy in Ottawa. As much as many of us were happy that we weren't on the Hill when it happened, we also wanted to be there with our staff, and here we were we were watching CBC. Rosemary Barton and others on CBC did a fantastic job.

We heard today about the Americans complimenting CBC on the professionalism, so there is no argument. Senator Housakos said that most of us wanted a public broadcaster. I do. I think there is a need for a public broadcaster, but it is to what end. That is what we want to deal with and that is what we are grappling with.

I want to use a story that we heard in Halifax when we visited the CBC facilities. We are showed a state of the art production studio. They had spent \$800,000 on the state of the art production studio. The long and short of it is when you do these types of improvements, you become more efficient with less people. So it costs six jobs at a cost of about \$100,000 per job. So again, you see government being blamed because they made cuts to CBC who then cut jobs. Well, in this particular case, they cut six jobs

Mme Denton : Je travaille comme artiste créative. Je connais des artistes comme moi de partout au pays à qui j'ai appris le métier. Il n'y a rien de plus démoralisant, rien qui ne coupe autant l'inspiration que le fait de se faire dire : « Oh, ce n'est pas comme ça » ou « Oh, regarde ce que tu as fait. »

Vous avez tout à fait raison. Ce n'est pas ce que je veux dire, mais, à un moment donné, pour encourager la créativité, il faut dire : « Nous croyons en toi. Allez, vas-y. Fais de ton mieux. » Et c'est ainsi qu'on obtient les meilleurs résultats. Vous voyez ce que je veux dire. Il n'y a rien de plus paralysant que de sentir une respiration par-dessus son épaule quand on essaie d'en arriver au meilleur résultat possible. Des erreurs, ça arrive. Cela fait partie du processus de création. Il y a beaucoup d'efforts qui ne mènent à rien. Ce n'est pas le succès à tout coup. Je suis absolument convaincue que la CBC fait beaucoup de bonnes choses à l'heure actuelle.

Le sénateur Plett : Il y a beaucoup d'émissions de la CBC que j'adore. *Corner Gas* est l'une de mes préférées, et pourtant, je dois fermer la porte du salon quand je la regarde, car ma femme trouve cela insupportable.

Nous ne sommes pas toujours d'accord. Le sénateur Eggleton a parlé de CBC Radio et d'une de ses émissions qui est très populaire. Je ne pense pas qu'on remette en question CBC Radio et sa popularité. Pas moi, en tout cas. Quand les représentants de la CBC comparaitront, je compte leur poser cette question : quelle partie du budget de la CBC est affectée à CBC Radio? Car je ne pense pas qu'on remet en question la nécessité et le...

Mme Denton : Le talent.

Le sénateur Plett : Oui, elle regorge de professionnels doués, il n'y a pas de doute là-dessus. J'ai regardé cette chaîne hier soir à Halifax, après la tragédie vraiment horrible qui s'est produite à Ottawa. Même si nous étions nombreux à être contents de ne pas être sur la Colline quand le drame est survenu, une partie de nous-mêmes aurait tout de même voulu être là-bas avec nos employés, alors nous avons regardé la CBC. Rosemary Barton et ses collègues ont fait un travail fantastique.

Nous avons entendu parler aujourd'hui des Américains qui ont complimenté la CBC pour son professionnalisme, alors c'est unanime. Le sénateur Housakos a dit que la plupart d'entre nous voulions un radiodiffuseur public. C'est mon cas. Je pense que le besoin est là, mais il faut déterminer l'ampleur de son mandat. C'est là-dessus que nous voulons nous pencher et c'est à cela que nous réfléchissons.

Je veux vous faire part d'une histoire que nous avons entendue à Halifax quand nous avons visité les installations de la CBC. On nous a montré un studio de production à la fine pointe de la technologie. Il a nécessité 800 000 \$ d'investissements. Pour tout dire, quand on apporte de telles améliorations, on devient plus efficient avec des effectifs réduits. Elles ont donc mené à la suppression de six emplois rémunérés à environ 100 000 \$. Cette fois encore, le gouvernement s'est fait blâmer parce qu'il a réduit

because they did something that was good, and two people could do what eight people had done before, and do it in a better way.

So they need to be commended here where they are doing things and remaining as efficient as they can. I am more optimistic. I think they will be here in five years from now. Hopefully not in the way they are now, hopefully better, and maybe even hopefully at less cost to the Canadian taxpayers. I am not sure. But certainly, times are changing, and they need to change with it.

My question again is around ratings and so on and so forth. Now, they unceremoniously cut the Don Messer show. I had never heard of Don Messer until today.

Senator Eggleton: Oh my God, you are a young man.

Senator Plett: I guess I am that much younger. Nevertheless, they unceremoniously cut the Don Messer show because of Senator Eggleton and his crowd.

Sorry, Chair, I will get to my question right now.

I would really like both of you to answer this, even though it may be related more to Ms. Denton. When there is an unpopular show, a show that nobody is watching, should CBC cut it, even if there is a low percentage, 2 per cent of the people wanting to watch it? It is not a moneymaker. It is costing money. Should they cut the show or the program? Ms. Denton?

Ms. Denton: They are creative. Trust them. It is what you do with creative people. You trust that the best will come in time. Those are their decisions, not the government's decisions. Trust them.

Senator Plett: But they are a Crown corporation. They are an arm of the government.

Ms. Denton: They belong to the people, and they answer to their mandate. Trust them.

The Chair: Mr. Roman?

Mr. Roman: I would actually like to first get onto your radio popularity and funding point.

Senator Plett: Please.

Mr. Roman: CBC Radio, their audience for Radio 1 is 13 per cent across the country, which is quite respectable across the country. CBC Radio 2 is at 2 per cent, which is slightly worse. At the CBC licence renewal hearing in 2012, they requested to start advertising on CBC Radio 2, and in doing so, their audience share suffered severely, because they needed to search for new means of revenue, and that is fine. But they also at the same time were taking revenue out of radio to support CBC television. I

le budget de la CBC, qui a ensuite aboli des postes. Eh bien, dans ce cas-ci, les six postes abolis sont le fruit d'une judicieuse décision, car le travail de huit personnes peut maintenant être assumé par seulement deux, et le résultat est encore meilleur.

Il faut donc féliciter les responsables du bureau ici, car ils ont pris des mesures et demeurent le plus efficaces possible. Je suis plus optimiste. Je pense que le radiodiffuseur public sera encore là dans cinq ans. J'espère qu'il aura changé — pour le mieux — et qu'il coûtera même moins cher aux contribuables. Je n'en suis pas certain. Mais une chose est sûre : les temps changent, et la CBC doit s'ajuster.

Ma question porte encore sur les cotes d'écoute et les considérations de cette nature. Sans cérémonie, on a supprimé l'émission de Don Messer. Je n'avais jamais entendu parler de lui avant aujourd'hui.

Le sénateur Eggleton : Oh, mon Dieu, vous êtes jeune!

Le sénateur Plett : Il semble que beaucoup d'années nous séparent. Quoi qu'il en soit, on a brusquement mis fin à l'émission de Don Messer à cause du sénateur Eggleton et de ses collègues.

Désolé, monsieur le président. Je vais tout de suite poser ma question.

J'aimerais que vous y répondiez tous les deux, même si elle concerne peut-être surtout Mme Denton. Quand une émission n'est pas populaire, est-ce que la SRC devrait la supprimer, même si un faible pourcentage de la population — disons 2 p. 100 — la regarde? Elle n'est pas rentable. Elle coûte de l'argent. Le radiodiffuseur public devrait-il l'éliminer? Qu'en pensez-vous, madame Denton?

Mme Denton : Ce sont des créateurs de contenu. Faites-leur confiance. C'est ce qu'on doit faire avec les créatifs. Il faut leur faire confiance et se dire que le succès finira par venir. Ce sont leurs décisions, pas celles du gouvernement. Faites leur confiance.

Le sénateur Plett : Mais c'est une société d'État. C'est un organe du gouvernement.

Mme Denton : Le radiodiffuseur public appartient à la population et s'acquitte de son mandat. Faites confiance aux créateurs de contenu.

Le président : Monsieur Roman?

M. Roman : En fait, j'aimerais d'abord revenir sur le point que vous avez soulevé au sujet du financement et de la popularité de la radio.

Le sénateur Plett : Je vous en prie.

M. Roman : Pour ce qui est de CBC Radio, les parts d'auditoire nationales de CBC Radio 1 sont de 13 p. 100, un résultat tout à fait respectable. Celles de CBC Radio 2 sont de 2 p. 100, ce qui est légèrement inférieur. À l'audience de renouvellement de licence de la CBC en 2012, le radiodiffuseur public a demandé l'autorisation de commencer à diffuser des publicités à CBC Radio 2, et cela a beaucoup nui à ses parts d'auditoire. Il devait trouver de nouvelles sources de revenus, et

think they took out roughly \$40 million, so robbing Peter to pay Paul. They had two fully public services previously, CBC Radio 1 and CBC Radio 2 that were both noncommercial. These were true public broadcasting services.

Now, one is a commercial public service, and the other being CBC Radio 1 is still truly public. It is not that I am trying to get anywhere with that point; that is just something to note. As far as popularity goes, for CBC Radio 2, it took a massive hit because suddenly, there were commercials and they were doing music. Well, there are other commercial music stations elsewhere in the country, and the advantage that CBC Radio 2 had was that they were non-commercial. So if they are going to play the exact same game as everyone else, where is the benefit? What are they doing that is different, unique and distinctive for Canadians?

Now, should they cut an unpopular show, and I presume you are talking for CBC television and radio? Is that correct? Or just radio?

Senator Plett: Well, no, I would say probably anybody. If it is costing money and nobody wants to watch it, should they get rid of it? Certainly, CBC television is the larger portion of the budget.

Mr. Roman: Yes.

Senator Plett: Like I said, I like watching “Corner Gas,” but if nobody else in the country likes to watch “Corner Gas,” I have to accept the fact that maybe it shouldn’t be there. That is my feeling. What is yours?

Mr. Roman: From a personal standpoint, I have to recognize that first, the CBC does have a mandate, so it depends on what the program is supposed to do. If the program is there to meet the mandate, then obviously, it needs to be kept. That is the purpose.

The worry I have, though, for the CBC is that it does too much of this trying to pick and choose, trying to meet specific — and this is my personal view here — trying to meet specific targets. Have we checked out this demographic. Yes, we checked out this location. Have we checked out this demographic? Yes. There is little mass appeal in their audience because they are becoming so specific in what they are trying to do.

The APS legislation specifically mentions mass appeal, and I worry that that is what the CBC has kind of lost sight of. They have shows that work wonderfully and that do have appeal across the board, but in large part, they are trying to tick boxes. That is my perception of it.

c’est compréhensible. Mais, en même temps, il a pris des revenus de la radio pour les réaffecter à la télévision. Je pense qu’il a réaffecté ainsi aux alentours de 40 millions de dollars. Il a donc pris à Pierre pour donner à Paul. Il avait deux chaînes entièrement publiques auparavant — CBC Radio 1 et CBC Radio 2 — qui n’étaient pas commerciales. Il s’agissait de vrais services de radiodiffusion publique.

Maintenant, l’une d’entre elles est un service public commercial, et l’autre — CBC Radio 1 — est demeurée entièrement publique. Je n’essaie pas de vous amener à une conclusion particulière; c’est simplement un fait qui mérite d’être noté. La popularité de CBC Radio 2 en a pris pour son rhume, car soudain, cette chaîne musicale a commencé à diffuser des publicités. Eh bien, il y a d’autres stations musicales commerciales au pays, et le seul avantage qu’elle avait, c’était d’être non commerciale. Si elle se met à faire exactement la même chose que ses concurrents, comment tirera-t-elle son épingle du jeu? Qu’a-t-elle à offrir de différent, d’unique et d’original aux Canadiens?

Dites-moi, quand vous avez demandé si la CBC devrait éliminer les émissions qui ne sont pas populaires, je suppose que vous parliez de la télévision et de la radio; c’est juste? Ou était-ce seulement de la radio?

Le sénateur Plett : Eh bien, non, je pense qu’il serait probablement pertinent de se pencher sur les deux services. Si une émission coûte de l’argent et qu’elle n’intéresse personne, devrait-on s’en débarrasser? À coup sûr, la télévision accapare la majeure partie du budget de la CBC.

M. Roman : Oui.

Le sénateur Plett : Comme je l’ai dit, j’aime regarder *Corner Gas*. Mais si j’étais la seule personne au pays à regarder cette émission, je devrais accepter son éventuel retrait des ondes. C’est mon opinion. Quelle est la vôtre?

M. Roman : Personnellement, je dois reconnaître que, tout d’abord, la CBC a un mandat à remplir, alors tout dépend de la raison d’être de l’émission. Si elle vise à remplir le mandat, alors elle doit évidemment être maintenue. C’est le but de l’organisation.

Je crains cependant que la CBC se montre trop pointilleuse dans ses choix en vue d’atteindre — et ce n’est que mon opinion personnelle — des cibles précises. « Avons-nous touché ce groupe démographique? » « Oui, nous avons une émission pour cette région. » Elle n’arrive pas à séduire un vaste auditoire parce qu’elle se concentre sur des objectifs trop précis.

La notion d’intérêt pour le grand public était explicitement énoncée dans les dispositions législatives concernant le SPC, et je crains que la CBC l’ait perdue de vue. Certaines de ses émissions connaissent beaucoup de succès et attirent un public diversifié, mais j’ai l’impression que, bien souvent, elle essaie de cocher des cases.

“Arctic Air” was all right. We have a show that ticks a box for a certain demographic. “Republic of Doyle,” we have a show for the Maritimes. “Mr. D,” a show for the Maritimes. All of these things that are adding up, but not mass appeal because you are going for specific audiences, and that is my concern that that is their way forward as opposed to doing shows that the BBC would do, like “Sherlock” which has mass appeal that everyone can enjoy.

The Chair: Thank you, Mr. Roman and Ms. Denton, for your presentation.

(The committee adjourned.)

TORONTO, Tuesday, October 28, 2014

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:30 a.m. to examine the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

Senator Dennis Dawson (Chair) in the chair.

[English]

The Chair: Honourable senators, today, we are continuing our study into the challenges faced by the Canadian Broadcast Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

Our witness this morning is Peter S. Grant, who had the pleasure of preparing this sizable document for us that we will have to read, and there will be questions asked at the end of the meeting.

All joking aside, Mr. Grant, we have your document, but we would like to listen to your presentation.

Peter S. Grant, Counsel, McCarthy Tétrault: Thank you, Mr. Chairman. Good morning. My name is Peter Grant. I am counsel to the law firm McCarthy Tétrault LLP here in Toronto. I specialize in communications law, and I have practised in this area since 1969.

Over the 45 years of my career I have acted on a transactional basis at one time or another for essentially all the major companies in the broadcasting field in Canada. This includes the commercial over-the-air broadcasters like CTV and Global, the CBC, and many of the pay and specialty services.

I have the licence for Family Channel, History Television, Showcase and First Choice, now known as the Movie Network. I have also acted for interveners like the Writers and Directors Guilds, provincial governments and so forth. I have also acted on occasion for the CRTC itself in the courts.

Arctic Air n'était pas mal. C'est une émission qui permet de cocher une case associée à un certain groupe démographique. *Republic of Doyle* : voilà une émission pour les Maritimes. *Mr. D* : en voilà une autre pour cette région. Toutes ces émissions fonctionnent, mais ne séduisent pas le grand public parce qu'elles s'adressent à des auditoires précis, et je crains que la CBC continue dans cette voie au lieu de diffuser des émissions comme *Sherlock*, de la BBC, qui jouissent d'un grand succès populaire. Tout le monde peut apprécier cette émission.

Le président : Monsieur Roman, madame Denton, merci pour vos exposés.

(La séance est levée.)

TORONTO, le mardi 28 octobre 2014

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 10 h 30, pour examiner les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Le sénateur Dennis Dawson (président) occupe le fauteuil.

[Traduction]

Le président : Honorables sénateurs, nous continuons aujourd'hui notre étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications.

Notre témoin ce matin est Peter S. Grant, qui a eu le plaisir de rédiger à notre intention ce volumineux document que nous devrons lire, et des questions seront posées à la fin de la séance.

Sérieusement, monsieur Grant, nous avons votre document, mais nous aimerions entendre votre exposé.

Peter S. Grant, avocat, McCarthy Tétrault : Merci, monsieur le président. Bonjour. Je m'appelle Peter Grant. Je suis avocat au cabinet McCarthy Tétrault LLP, ici à Toronto. Je me spécialise en droit des communications et je pratique dans ce domaine depuis 1969.

Durant mes 45 années de carrière, j'ai représenté à un moment ou à un autre, au niveau transactionnel, essentiellement toutes les grandes compagnies du secteur de la radiodiffusion au Canada. La liste comprend les radiodiffuseurs commerciaux directs comme CTV et Global, et la SRC, et beaucoup de services payants et spécialisés.

J'ai la licence pour Family Channel, History Television, Showcase et First Choice, maintenant connu sous le nom de Movie Network. J'ai aussi représenté des intervenants comme la Writers Guild, la Guilde canadienne des réalisateurs, des gouvernements provinciaux, et cetera. J'ai aussi à l'occasion représenté le CRTC lui-même devant les tribunaux.

I am also the broadcasting arbitrator for Canada under the Canada Elections Act and in this role I adjudicate disputes between the political parties and the broadcasters over paid and free time election ads. I have performed this role for 21 years.

Today I am very pleased to appear before you to respond to any questions you may have about the Broadcasting Act and how it applies to the issues before you.

I have provided members of the committee with a copy of the most recent edition of the Canadian Broadcasting Regulatory Handbook which is published every two years by my law firm. Now in its 12th edition, this handbook includes an annotated copy of the Broadcasting Act and many other CRTC documents that may be useful to you.

I should tell you that my comments today reflect only my own personal views. They will not necessarily reflect the views of my law firm or any of its present or former clients, many of whom will have views across the map and many may have views opposed to each other.

With that caveat I welcome your questions. Thank you.

Senator Plett: Thank you for being here, Mr. Grant. Since you have provided the caveat at the end that these would be your personal opinions and your personal comments let me ask you a question as a legal person or as a legal individual. We have had some issues getting some information from CBC that we have been wanting to get, i.e. some of their salaries and so on and so forth.

When we go to a public broadcaster like BBC we can go on a website and get all the information that we want about their entire operation. CBC has been less than forthcoming with some information that we have tried to get, i.e. salaries, bonuses, and so on and so forth.

When we asked in a letter to get that through our Chair, first of all of course we got stonewalled by saying this is all private information and they don't need to release that.

When we pushed a little harder eventually we got a package that was sent to us in such a convoluted order that we couldn't figure out who was getting what. When we kept on pushing then all of a sudden our Chair gets a letter that says, "Oh, it is on the website. Why don't you look?" They had posted it on the website two days earlier and now they are trying to pretend that while we could have gone to the website to look.

I would like your comment first of all on your belief of a public broadcaster and the transparency that there should be in as far as taxpayers having the right to know. Certainly for us as public servants it is well documented what we make, what we get for

Je suis aussi l'arbitre en matière de radiodiffusion en vertu de la Loi électorale du Canada et, dans ce rôle, j'ai servi d'arbitre dans des différends entre les partis politiques et les radiodiffuseurs au sujet de la publicité électorale payée et gratuite. Je remplis ce rôle depuis 21 ans.

Aujourd'hui, c'est avec grand plaisir que je comparais devant vous pour répondre à toute question que vous pourriez avoir au sujet de la Loi sur la radiodiffusion et la manière dont elle s'applique aux questions dont vous êtes saisis.

J'ai remis aux membres du comité un exemplaire de la plus récente édition du Canadian Broadcasting Regulatory Handbook, qui est publié tous les deux ans par mon cabinet d'avocat. Ce guide, qui en est maintenant à sa 12^e édition, comprend une copie annotée de la Loi sur la radiodiffusion et beaucoup d'autres documents du CRTC qui pourraient vous être utiles.

Je dois vous dire que mes observations d'aujourd'hui ne refléteront que mon opinion personnelle. Elles ne correspondent pas nécessairement à l'opinion de mon cabinet d'avocat ou de l'un ou l'autre de ses clients actuels ou antérieurs, dont beaucoup ont des points de vue très diversifiés et parfois contradictoires.

Ayant émis cette réserve, je suis prêt à répondre à vos questions. Merci.

Le sénateur Plett : Merci d'être venu témoigner, monsieur Grant. Puisque vous avez émis à la fin la réserve que vous exprimerez ici vos opinions et observations personnelles, permettez que je vous pose une question à titre de juriste ou de particulier exerçant le droit. Nous avons eu quelques difficultés à obtenir de la SRC des renseignements que nous voulions obtenir, par exemple le montant des salaires, et cetera.

Dans le cas d'un radiodiffuseur public comme la BBC, nous pouvons consulter un site web et obtenir toute l'information que nous voulons sur l'ensemble des activités. La SRC a été très peu disposée à nous fournir les renseignements que nous avons demandés, notamment au sujet des salaires et des primes.

Quand nous l'avons demandé dans une lettre envoyée par notre président, on a commencé par nous répondre que c'était des renseignements privés et qu'on n'était pas tenu de les divulguer.

Quand nous avons insisté un peu plus fort, nous avons fini par obtenir un document, mais il était tellement embrouillé que nous n'arrivions pas à savoir qui touchait quel montant. Nous avons continué d'insister et tout d'un coup notre président a reçu une lettre disant : « Oh, tout cela est sur le site web. Pourquoi n'y jetez-vous pas un coup d'œil? » On l'avait affiché sur le site web deux jours auparavant et l'on prétend maintenant que nous aurions pu obtenir tout cela dès le départ simplement en consultant le site.

Je voudrais premièrement savoir si vous pensez qu'un radiodiffuseur public devrait faire preuve de transparence et si les contribuables ont le droit de savoir. Chose certaine, pour nous, qui occupons des charges publiques, ce que nous gagnons est bien

travel, and so on and so forth. CBC makes a great hullabaloo about reporting that many times. Yet when we want that information we don't get it. Do you have an opinion on that?

Mr. Grant: Thank you for the question.

I am familiar with the BBC. I was over in London three weeks ago. There the BBC does supply to the public, I think it was upon request of their trust which supervises the BBC, the salary ranges for its on-air announcers. I don't think they give the precise salary but they give the range.

I am not familiar with how much detail the CBC has provided to you whether in confidence or otherwise. I am sympathetic to the need for transparency, absolutely, particularly for a publicly financed broadcaster with a national mandate and so forth. I can understand the CBC's concern that they don't want the disclosure of information if it is public to interfere with their commercial relations. They are in the marketplace purchasing programming, paying licence fees in competition with others, and concerned about that being interfered with if all of their details were made public.

As for your right as a committee to obtain that information from the CBC, I am not familiar actually with the legislation governing this Senate committee.

Senator Plett: I am familiar with our rights as a Senate committee.

Mr. Grant: I would have thought you would have had the power to compel this.

Senator Plett: My question is more my rights as a taxpayer.

Mr. Grant: Yes. I think your right as a taxpayer would really be funnelled through bodies like parliament, like the Senate, like the House of Commons, committees and of course through the CRTC, because the CRTC is after all the independent regulatory body that has been assigned the task of supervising and regulating the corporation.

That is interesting because over in Britain the regulator doesn't regulate the BBC. Ofcom only regulates the private sector. In the early days, in my recollection back to the 1968 Broadcasting Act, the CBC wasn't happy to suddenly be regulated by the CRTC but of course they are.

Senator Plett: Then again I am asking you for opinions on something and they aren't necessarily legal. You are here testifying and clearly you have your own opinions on issues.

We have heard that CBC has overstepped their mandate by much of the things they are involved in. We have heard that CBC should maybe just become a newscaster again as opposed to a broadcaster. Would you have any opinion on that? Should they

documenté, de même que nos frais de déplacement et tout le reste. La SRC fait tout un flafra en publiant tout cela dans ses reportages. Pourtant, quand nous voulons obtenir ces renseignements, on nous les refuse. Avez-vous une opinion là-dessus?

M. Grant : Merci pour la question.

Je connais bien la BBC. J'étais justement à Londres il y a trois semaines. Là-bas, la BBC divulgue au grand public, je crois que c'est à la demande de la fiducie qui supervise la BBC, les échelles salariales de ses animateurs et présentateurs. Je ne crois pas qu'on donne le salaire exact, mais on donne une échelle.

Je ne sais pas à quel point la SRC vous a donné des renseignements détaillés, que ce soit publiquement ou en secret. Je suis absolument favorable à la transparence, en particulier dans le cas de radiodiffuseurs financés publiquement, dotés d'un mandat national, et cetera. Je peux comprendre les réserves de la SRC qui craint que la divulgation de ces renseignements puisse nuire à ses relations commerciales. La société est en concurrence avec d'autres radiodiffuseurs, elle achète des émissions, paye des frais de licence, et craint que la publication de renseignements détaillés puisse nuire à sa compétitivité.

Pour ce qui est du droit de votre comité d'obtenir ce renseignement de la SRC, je ne connais pas bien la loi qui régit ce comité du Sénat.

Le sénateur Plett : Je connais bien nos droits et ceux d'un comité du Sénat.

M. Grant : J'aurais cru que vous aviez le pouvoir d'exiger qu'on vous communique ces renseignements.

Le sénateur Plett : Ma question porte plutôt sur mes droits à titre de contribuable.

M. Grant : Oui. Je crois que vos droits à titre de contribuable sont vraiment canalisés par des entités comme le Parlement, le Sénat, la Chambre des communes, les comités et, bien sûr, le CRTC, car après tout, le CRTC est un organisme de réglementation indépendant auquel on a confié la tâche de superviser et de réglementer la SRC.

C'est intéressant parce qu'en Grande-Bretagne, l'organisme de réglementation ne réglemente pas la BBC. L'organisme appelé Ofcom réglemente seulement le secteur privé. Au début, et mes souvenirs remontent à la Loi de 1968 sur la radiodiffusion, la SRC n'était pas contente d'être subitement assujettie à la réglementation du CRTC, mais elle l'est toujours, bien sûr.

Le sénateur Plett : Bon, je vous demande votre opinion sur une question, mais pas nécessairement à titre d'avocat. Vous êtes ici pour témoigner et il est clair que vous avez vos propres opinions personnelles.

Nous avons entendu dire que la SRC a outrepassé son mandat dans beaucoup de ses activités. On nous a dit que la SRC devrait peut-être redevenir un spécialiste de l'information au lieu d'être un radiodiffuseur généraliste. Avez-vous une opinion là-dessus?

focus more on news, and I guess documentaries might be a form of news, and get out of the issue of producing movies and different television shows?

Mr. Grant: I have had occasion to study and give lectures on the role of public broadcasting around the world. I have appeared in conferences in Africa and Europe on that subject so I am quite familiar with what is seen as the general role of public broadcasting.

The CBC was cast in the model of the BBC in the thirties. It has what I would call a conventional view of what public broadcasting is, which is a broad view that would include mainstream programming, not just news but certainly including news. The general concept that public broadcasting has had around the world is to focus on broadcasting and programming intended for people in their role as citizens, not just as consumers. So it shouldn't be necessarily focused on advertising supported material.

Two of the public broadcasters, the Australian one and the British one, in fact don't have advertising. Many people think the fact that the CBC does sell advertising, which frankly started as soon as TV started in the fifties, was somehow a pact with the devil because it did mean that their programming costs and structure started to become very similar to that of the commercial broadcasters. I don't think we can go back and revisit that frankly, unless the government was prepared to substitute more government funding for the loss of advertising revenue.

Turning to your main question, is it appropriate for the CBC to get into programming like movies, prime time drama and so on, I think it should. One of the reasons is even if you have the private sector doing some of that they only do it because they are required to do it, to be honest. The public sector wants to do it but the problem is do they have the money to do it. Those program categories like prime time drama, to a certain extent children's programming, and certainly long form documentaries are expensive forms of programming that the market would not normally supply in a small market like Canada, so I think it is important for the CBC to be there.

They should be focusing on the types of those programs that I would say are pushing the envelope. It would not be necessarily police procedurals aping the American model. They would be things a bit experimental, interesting, newly emerging talent and that sort of thing. It is an area we know the private sector will not be into so there is a role for the CBC that would make it appropriate in my view.

La société devrait-elle se concentrer davantage sur les nouvelles, et je suppose que les documentaires pourraient être une forme d'information, et se retirer de la production de films et d'émissions de télévision?

M. Grant : J'ai eu l'occasion d'étudier le rôle des radiodiffuseurs publics et j'ai donné des conférences là-dessus un peu partout dans le monde. J'ai participé à des conférences en Afrique et en Europe sur cette question et je connais donc très bien ce qui est considéré comme le rôle d'un radiodiffuseur public.

La SRC a été créée dans les années 1930 en s'inspirant du modèle de la BBC. Elle a ce que j'appellerais un point de vue conventionnel de ce qu'est un radiodiffuseur public, à savoir un rôle de radiodiffuseur généraliste diffusant des émissions grand public, pas seulement de l'information, mais incluant assurément l'information. Le concept général de radiodiffuseur public que l'on a adopté un peu partout dans le monde consiste à se concentrer sur des émissions qui s'adressent aux gens à titre de citoyens, pas seulement de consommateurs. On ne met donc pas nécessairement l'accent sur des émissions financées à même les revenus publicitaires.

En fait, deux radiodiffuseurs publics, ceux d'Australie et de Grande-Bretagne, n'ont aucune publicité. Bien des gens croient que le fait que la SRC vende des annonces publicitaires, phénomène qui à vrai dire a commencé dès le début de la télévision dans les années 1950, est en quelque sorte un pacte avec le diable parce que cela voudrait dire que sa structure de programmation et de coûts a commencé à devenir très semblable à celle des radiodiffuseurs commerciaux. Franchement, je ne crois pas qu'on puisse retourner en arrière et revenir là-dessus, à moins que le gouvernement soit prêt à compenser la perte des revenus publicitaires en injectant davantage de fonds gouvernementaux.

Pour revenir à votre question principale, je pense qu'il est approprié que la SRC soit présente dans des domaines de programmation comme le cinéma, les dramatiques diffusées aux heures de grande écoute, et cetera. L'une des raisons est que, même si le secteur privé réalise de telles émissions, il le fait seulement parce qu'il est obligé de le faire, pour parler franchement. Le secteur public veut le faire, mais le problème est de savoir s'il a l'argent pour le faire. Ces catégories de programmation comme les dramatiques diffusées aux heures de grande écoute, dans une certaine mesure les émissions pour enfants et, assurément, les longs-métrages documentaires, sont des catégories d'émissions coûteuses que le marché ne fournirait pas normalement dans un marché aussi petit que le Canada et je trouve donc important que la SRC soit présente dans ce secteur.

La société devrait se concentrer sur le type d'émissions qui repoussent les limites, pour ainsi dire. Pas nécessairement des séries policières à la mode américaine, mais plutôt des choses un peu plus expérimentales, intéressantes, présentant de nouveaux talents, la relève, et cetera. Nous savons que le secteur privé ne sera pas tellement présent dans ce créneau et c'est donc un rôle qui serait plus approprié pour la SRC, à mon avis.

Senator Plett: This is more of a legal question. What is your opinion on broadcasters in general, news media in general? Obviously sensationalism is something people want to watch and hear and that at times is unfortunate.

When broadcasters report things on an individual, and especially public figures, that are blatantly false on “The National,” on Global, on their news program, to the detriment of somebody’s reputation, they admit they are at fault and they do a mild retraction on the bottom right-hand corner or bottom left-hand corner of page 48 or they do a mild retraction on their online story somewhere and they say, “Well we admitted our mistake.”

What is your opinion of broadcasters that clearly hurt the reputation of an individual because of their sensational broadcasting? What obligation do they have to that individual and indeed to the general public in saying we made a mistake here, what we said was false? Whether they apologize they at least admit their error.

Mr. Grant: I am with you on that, senator. First of all, even if they apologize and it is late in the day that doesn’t necessarily limit their damages in an action for defamation. We have acted in fact for the CBC on defamation cases, my law firm has. We have acted for people suing broadcasters and it is an expensive proposition. That is the main reason why it is difficult.

Of course prudent broadcasters are clearly liable if they are caught out and they discover that one of their stories was in fact inaccurate. There is no issue about that. The question is how can they limit the damages and the first thing they will want to do is to apologize and so forth.

I think it is an interesting question. The apology should be placed in as equal prominence to the original story. That is the general principle. It seems to me if they do not do that they would still under the law be potentially liable for damages because they wouldn’t have corrected the problem sufficiently.

Broadcasters also are subject to codes which are imposed by the CRTC. The journalistic code is the best example and the act itself, the broadcasting regulations, prohibits false news. There has never been a prosecution under those sections because the CRTC doesn’t have the time or the resources to go after it, but they will deal with complaints on programing.

In a different handbook that we publish there is a list in chronological order of all the complaints against the CBC on programs over the years.

Senator Plett: Would you supply that document to our clerk?

Le sénateur Plett : Ma prochaine question est davantage de nature juridique. Quelle est votre opinion sur les radiodiffuseurs en général, les médias d’information en général? Évidemment, le sensationnalisme attire les gens, c’est ce qu’ils veulent voir et entendre et c’est parfois regrettable.

Quand les radiodiffuseurs rapportent des choses manifestement fausses sur des personnes, en particulier des personnalités, aux bulletins de nouvelles, dans le cadre de leurs émissions d’information, et que cela peut entacher la réputation de quelqu’un, ils admettent avoir commis une erreur et se rétractent du bout des lèvres en petits caractères, dans le coin inférieur droit ou gauche de la page 48, ou bien ils le mentionnent brièvement en ondes et disent du bout des lèvres : « Voilà, nous avons reconnu notre erreur ».

Quelle est votre opinion au sujet des radiodiffuseurs qui entachent manifestement la réputation d’une personne en diffusant un reportage sensationnaliste? Ont-ils envers cette personne et même envers le grand public l’obligation de dire : nous avons commis une erreur, ce que nous avons dit était faux? Qu’ils présentent ou non leurs excuses, ils doivent au moins admettre leur erreur.

M. Grant : Je suis d’accord avec vous là-dessus, sénateur. Premièrement, même s’ils s’excusent après coup, cela ne limite pas nécessairement les dommages-intérêts encourus dans une poursuite pour diffamation. En fait, nous avons représenté à mon cabinet la SRC dans le cadre de poursuites pour diffamation. Nous avons aussi représenté des gens qui poursuivaient des radiodiffuseurs et c’est une entreprise coûteuse. C’est la principale raison pour laquelle c’est tellement difficile.

Bien sûr, les radiodiffuseurs prudents sont clairement responsables s’ils se font prendre et découvrent que l’un de leurs reportages était inexact. Il n’y a aucun doute là-dessus. La question est de savoir comment limiter les dommages et la première chose qu’ils voudront faire, c’est de s’excuser.

Je trouve que c’est une question intéressante. Les excuses doivent avoir une importance égale au reportage initial. C’est le principe général. Il me semble que si cette condition n’est pas remplie, le radiodiffuseur peut être tenu de verser des dommages-intérêts parce qu’il n’a pas suffisamment corrigé le problème.

Les radiodiffuseurs sont également assujettis à des codes imposés par le CRTC. Le code journalistique en est le meilleur exemple et la loi elle-même, ainsi que le règlement sur la radiodiffusion, interdisent de diffuser de fausses nouvelles. Il n’y a jamais eu de poursuites invoquant ces dispositions parce que le CRTC n’a pas le temps ni les ressources voulus pour le faire, mais il donne suite aux plaintes sur la programmation.

Dans un autre guide que nous publions, on trouve une liste, dans l’ordre chronologique, de toutes les plaintes déposées au fil des années contre les émissions de la SRC.

Le sénateur Plett : Pourriez-vous faire parvenir ce document à notre greffier?

Mr. Grant: Yes, I would be pleased to do so. It just takes up a single page. I think about 12 different programs over the year have been the subject of complaints. Some have been upheld. In some cases the CBC has been upheld. It is a mix.

Senator Plett: I am very interested in seeing it.

Senator Unger: Thank you, Mr. Grant. My question is a bit different but it definitely involves the CBC. I read an interesting article in *Maclean's* and from other news sources as well as sourced by two Toronto university professors.

The CBC had approached the other networks. This was done through a series of emails and they were all secret. The idea was to form a consortium to collude, to agree to decline advertising from political parties, especially leading up to an election and during the writ period.

Apparently what started this was the fact that the Conservative Party — I will name names here — used a clip from CBC where Mr. Mansbridge was interviewing Mr. Trudeau. This upset the CBC so this was their course of action. I didn't bring the information with me but there was a letter that was written by someone senior. Are you aware of this?

Mr. Grant: I am very aware of it.

Senator Unger: Would you comment? Is this contravening any particular law or regulation?

Mr. Grant: I guess I can tell you some significant facts because I am familiar with this under my role as the broadcasting arbitrator in federal elections.

I have seen the letter jointly signed by the news people of the five networks. I understand that there was some suggestion that maybe an amendment to the Copyright Act might be brought forward to allow in particular clips from newscasts to be part of political ads.

I will tell you that as an arbitrator I have the power to require a station to drop a Procter & Gamble ad and insert a political ad during the four-week election period because that is the way the act works. There is a certain amount of time each station is required to provide at the lowest appropriate rate to any party that has followed the notice procedures.

In my view the station is not permitted to censor the ad. The only grounds upon which an ad can be refused in my view is if it breaches the regulations, which is if it is obscene. But if it is for example misleading, that is not a ground for the station to refuse it.

In 2004 I guess it was Mr. Martin who was in that election. The Conservative Party did put an ad over to CTV which included a small clip of Peter Mansbridge interviewing Mr. Martin. I think it was on CBC Newsworld.

M. Grant : Oui, je vais me faire un plaisir de le faire. Il tient en une page. Je pense qu'une douzaine d'émissions ont fait l'objet de plaintes au fil des années. Certains plaignants ont eu gain de cause. Dans certains cas, c'est la SRC qui a eu gain de cause. On trouve les deux.

Le sénateur Plett : J'ai hâte d'en prendre connaissance.

La sénatrice Unger : Merci, monsieur Grant. Ma question est un peu différente, mais elle met certainement en cause la SRC. J'ai lu dans *Maclean's*, et ailleurs également, un article intéressant ayant comme source deux professeurs de l'Université de Toronto.

La SRC avait communiqué avec d'autres réseaux, au moyen d'une série de courriels tenus secrets. L'idée était de former un consortium pour faire de la collusion, pour refuser d'un commun accord la publicité des partis politiques, en particulier en période préélectorale et même après le déclenchement des élections.

Apparemment, cela a été déclenché par le fait que le Parti conservateur — je vais dire les choses telles qu'elles sont — a utilisé une séquence télé de la SRC dans laquelle M. Mansbridge interviewait M. Trudeau. Cela a irrité la SRC et c'était sa manière de répliquer. Je n'ai pas le document en main, mais une lettre avait été écrite par un haut placé. Êtes-vous au courant de ce dossier?

M. Grant : Je suis tout à fait au courant.

La sénatrice Unger : Pourriez-vous commenter? Est-ce que cela contrevient à une loi ou un règlement?

M. Grant : Je suppose que je peux vous donner des faits intéressants, car je connais bien ce dossier grâce à mon rôle d'arbitre en matière de radiodiffusion dans le cadre des élections fédérales.

J'ai lu la lettre signée conjointement par les responsables de l'information des cinq réseaux. Sauf erreur, on laissait entendre qu'il faudrait peut-être apporter une modification à la Loi sur le droit d'auteur pour permettre d'utiliser des séquences télévisées des radiodiffuseurs dans le cadre de publicités politiques.

Je peux vous dire qu'à titre d'arbitre, j'ai le pouvoir d'exiger d'une station qu'elle laisse tomber une annonce de Procter & Gamble pour la remplacer par une publicité politique durant la période électorale de quatre semaines, parce que c'est ce que stipule la loi. Chaque station est tenue de fournir un certain temps d'antenne, au tarif le plus bas convenable, à tout parti qui a suivi la procédure de préavis.

À mon avis, la station n'a pas le droit de censurer cette publicité. Le seul motif pour lequel on peut refuser de diffuser une annonce, c'est si celle-ci enfreint la réglementation, par exemple si elle est obscène. Mais si elle est par exemple trompeuse, ce n'est pas un motif suffisant pour que la station refuse de la diffuser.

En 2004, sauf erreur, c'est M. Martin qui était candidat aux élections. Le Parti conservateur a effectivement diffusé au réseau CTV une annonce dans laquelle on avait inséré une courte séquence de Peter Mansbridge en train d'interviewer M. Martin. Je pense que c'était sur le réseau CBC Newsworld.

The CBC immediately complained and these ads first of all go to the Telecaster Committee, which is a committee organized by the broadcasters. The CBC said, "How can they steal our clip from that program and put it in a Conservative ad?" That sounds like the CBC is somehow supporting the Conservatives.

The Telecaster Committee referred the matter to me as broadcasting arbitrator. I looked at the situation and I came to the conclusion that the length of the clip was not substantial enough to constitute a copyright infringement.

I told the Telecaster Committee in my view the ad should run. The Telecaster Committee agreed with me and accepted my advice and the ad did run on CTV. The CBC of course, I should tell you, was very angry with my view but in my view it is not a basis for declining an ad if there is a short clip that is insubstantial because under the Copyright Act in order to breach copyright you have to have a substantial taking of the work. In my view a few seconds from a program of an hour long is not substantial.

That is the story. I don't think I have been asked by anybody to speak about this before, but to my recollection that is how it played out.

Senator Unger: I have one additional point about the Fair Trading Act that I believe also covers the ability. I mean everyone now is using everyone else's stories without asking permission. That is impossible now. As you stated and as I understand, if it is just a small clip it doesn't represent a violation. That Fair Trading Act goes back a long time, does it not?

Mr. Grant: Are you referring to the Copyright Act here? I don't understand the reference to the Fair Trading Act.

Senator Unger: Technically it is the Copyright Act.

Mr. Grant: The Copyright Act I would think is the issue. That was certainly what the CBC was arguing to me, the Copyright Act. They own the clip. This was an appropriation of their property. "This is" their quote "unfair."

Apart from being a communications lawyer I also do a lot of copyright work. I am quite familiar with the act and it does allow people to use short, insubstantial parts of works.

Senator Unger: The issue here is the collusion. That contravenes another act. You can't get together with all your competitors and agree that you are going to do this, and that letter that you referenced is talking about that: "We will all agree not to accept."

La SRC a immédiatement porté plainte et de telles annonces sont d'abord envoyées au comité des télédiffuseurs, lequel a été mis sur pied par les radiodiffuseurs. La SRC a dit : « Comment peut-on nous voler cette séquence et l'insérer dans une annonce des conservateurs? » Cela donne l'impression que la SRC appuie les conservateurs.

Le comité des télédiffuseurs m'a renvoyé l'affaire, à titre d'arbitre en matière de radiodiffusion. J'ai examiné la situation et j'en suis venu à la conclusion que la durée de la séquence n'était pas suffisante pour constituer une violation du droit d'auteur.

J'ai dit au comité des télédiffuseurs qu'à mon avis, l'annonce devrait être diffusée. Le comité des télédiffuseurs a été d'accord avec moi, a accepté mon avis et l'annonce a bel et bien été diffusée au réseau CTV. Je dois vous dire que la SRC était très en colère contre moi, mais, à mon avis, la présence d'une courte séquence de peu d'importance n'est pas une raison suffisante pour refuser une annonce parce qu'en vertu de la Loi sur le droit d'auteur, pour qu'il y ait violation du droit d'auteur, il faut que l'œuvre ait été reprise dans une proportion importante. À mon avis, quelques secondes tirées d'une émission d'une heure ne représentent pas une proportion importante.

Voilà donc l'histoire. Je ne pense pas qu'on ne m'ait jamais demandé d'en parler, mais si ma mémoire est fidèle, c'est ainsi que les choses se sont passées.

La sénatrice Unger : J'ai une dernière observation au sujet du Fair Trading Act qui, sauf erreur, vise aussi cette éventualité. De nos jours, tout le monde utilise les reportages des concurrents sans leur demander la permission. C'est maintenant impossible. Comme vous l'avez dit et comme je le comprends, s'il s'agit seulement d'une courte séquence, cela ne représente pas une violation. Le Fair Trading Act remonte à il y a longtemps, n'est-ce pas?

M. Grant : Voulez-vous dire la Loi sur le droit d'auteur? Je ne comprends pas l'allusion à la Fair Trading Act.

La sénatrice Unger : Techniquement, c'est la Loi sur le droit d'auteur.

M. Grant : Je crois que c'est la Loi sur le droit d'auteur qui est en cause. Chose certaine, c'est sur la Loi sur le droit d'auteur que la SRC fondait son argumentation dans son plaidoyer devant moi. Ils sont propriétaires de la séquence. C'était un vol de leur propriété. Ils disaient littéralement « c'est injuste ».

En plus d'être avocat spécialisé en communications, je fais aussi beaucoup de travail dans le domaine du droit d'auteur. Je connais très bien la loi et elle permet bel et bien d'utiliser des extraits courts et peu importants des œuvres.

La sénatrice Unger : Le problème en l'occurrence est la collusion. Cela contrevient à une autre loi. Vous ne pouvez pas vous mettre d'accord avec tous vos concurrents pour décider d'agir d'une certaine manière, et c'est justement le but de cette lettre dont vous avez parlé : « Nous allons tous nous mettre d'accord pour ne pas accepter. »

Mr. Grant: Actually the letter was not signed by one of the broadcasters and that is Quebecor, so they were not a part of the group.

Senator Unger: Yes, that is right.

Mr. Grant: I have no idea whether they were approached or not, but I think also just to be blunt about it that once the election period starts the Canada Elections Act governs and that letter is useless. I can order those broadcasters to run an ad.

Senator Unger: So the need for secrecy in all of these 181 emails —

Mr. Grant: It wasn't very secret. The letter had been signed by everybody. I have seen a copy. All the political parties received it, of course.

Senator Unger: Yes.

Mr. Grant: It is not as if it is under wraps or anything. They have been quite public about it.

Senator Housakos: Thank you for being with us this morning.

In your opinion does the CBC Radio-Canada of today, 2014, respect the spirit of the federal Broadcasting Act?

Mr. Grant: Oh, that is a tough question.

Senator Housakos: Yes, but you can answer it both from the legal perspective and as a taxpayer.

Mr. Grant: The proper forum for deciding one way or the other is really the CRTC. As you may know the corporation's last renewal hearing, which took weeks of hearing, ended up in a decision issued on May 28, 2013. It is only a year and a half ago that they have been renewed. Interestingly they renewed for only a three-year period in certain respects so they would come back and report on various things.

I have to beg off on being able to state whether the CBC is complying or not. I am not in a position to judge that but I would just refer you to the CRTC decision which is quite lengthy. It is 69 pages long, and that is just the English version. There were a lot of licensee conditions added to the CBC's mandate obviously to respond to issues that had been raised by intervenors. For example, they have obligations now relating to local news in the smaller markets. Many hours a week have to be done even though that is very expensive to pull off with the small audiences involved, but that is the sort of thing that the CRTC has been looking at.

Senator Housakos: I did read their condition for licensing, and it was quite intriguing actually. Can you also shed some light because we haven't had the opportunity of having the CRTC before us? Why did it take so long for them to renew their licence?

M. Grant : En fait, la lettre n'était pas signée par l'un des radiodiffuseurs, nommément Québecor, lequel ne faisait donc pas partie du groupe.

La sénatrice Unger : Oui, c'est exact.

M. Grant : Je ne sais pas du tout si on avait ou non communiqué avec eux, mais je voudrais ajouter, pour dire les choses tout net, qu'une fois que la période électorale est commencée, c'est la Loi électorale du Canada qui régit le tout et cette lettre est donc inutile. Je peux ordonner aux radiodiffuseurs de diffuser une annonce.

La sénatrice Unger : Donc, la nécessité de garder secrets ces 181 courriels...

M. Grant : Ce n'était pas très secret. La lettre avait été signée par tout le monde. J'en ai vu une copie. Tous les partis politiques l'ont reçue, bien sûr.

La sénatrice Unger : Oui.

M. Grant : Ce n'est pas comme si on voulait cacher quelque chose. Ils ont été très francs à ce sujet.

Le sénateur Housakos : Merci d'avoir été des nôtres ce matin.

CBC/Radio-Canada de nos jours, en 2014, respecte-t-elle l'esprit de la Loi sur la radiodiffusion, à votre avis?

M. Grant : Oh! Vous me posez une question difficile.

Le sénateur Housakos : Oui, mais vous pouvez y répondre autant dans une optique juridique que comme contribuable.

M. Grant : L'entité compétente qui doit trancher en la matière, c'est vraiment le CRTC. Comme vous le savez peut-être, la dernière audience sur le renouvellement des licences de CBC/Radio-Canada, qui a duré des semaines, s'est achevée par une décision émise le 28 mai 2013. Voilà à peine un an et demi qu'elles ont été renouvelées. Il est intéressant de voir que le renouvellement n'est que pour trois ans sur certains aspects, afin de pouvoir représenter un nouveau bilan de la situation.

Comprenez bien que je ne suis pas en mesure de dire si CBC/Radio-Canada se conforme ou non à la loi. Je ne suis pas en mesure d'en juger et je vous renvoie à la décision du CRTC, qui est plutôt longue. La version anglaise compte 69 pages, sans parler de la version française. Un grand nombre de conditions ont été ajoutées au mandat de CBC/Radio-Canada pour les droits de diffusion, manifestement pour répondre aux questions soulevées par les intervenants. Par exemple, la société a désormais des obligations à l'égard des nouvelles locales dans les petits marchés. Elle doit diffuser un grand nombre d'heures par semaine, ce qui coûte très cher compte tenu de l'auditoire très restreint qui est rejoint, mais c'est le genre de choses auquel s'est intéressé le CRTC.

Le sénateur Housakos : J'ai en effet parcouru les conditions des licences et je dois dire que j'ai trouvé cela assez intrigant. Pourriez-vous nous éclairer un peu puisque le CRTC n'est pas venu témoigner? Pourquoi lui a-t-il fallu si longtemps pour

They did take a long period of time from the time when it lapsed to the time they actually renewed it. Do you have an opinion on that?

Mr. Grant: The act allows the commission to issue licences up to seven years in length. Frankly, with the workload in front of the commission they tend to prefer to have long licences so that people don't have to keep coming back.

Actually I misspoke. It is a five-year renewal that they got from September 1, 2013 to August 31, 2018. That is the current thing.

The commission received and considered more than 8,000 interventions regarding the application. You can see it is a major effort to do a renewal hearing with respect to the public broadcaster, there are so many issues and so many intervenors that want to be heard. I am quite respectful of the CRTC for pulling this together, having a public hearing and putting all of the interventions on its website and so forth.

Senator Housakos: I would also like your opinion regarding the system with the ombudsman that the CBC has. Private sector broadcasting corporations are governed under the national broadcasters' council. That is the forum where citizens have the opportunity to take their claims to. The CBC has a francophone and anglophone ombudsman to deal with complaints.

Can you share your thoughts with us on how they compare vis-à-vis the ombudsman process that the CBC has with the private sector's process?

Mr. Grant: I have to beg off of that, senator. I am not familiar with how the ombudsman has played out. I can understand why the CBC would want to have its own structure for this. I would bet you they get a lot more complaints and issues before them than the private broadcasters may.

The private broadcasters, you are right, have basically referred this to the Canadian Broadcast Standards Council which they themselves created and which the CRTC has now empowered to take charge of these complaints, but I am just not familiar with how the ombudsman's role has played out.

Senator Housakos: Can you tell us, because you have had a vast experience doing both private and public broadcasters in this country, what would be the most obvious difference between the two in terms of a philosophical approach?

Mr. Grant: There is a striking difference. The private sector, to make no bones about it, has its first obligation to the shareholders. As a result, in the absence of regulation in a small country like Canada the private broadcasters would focus essentially on news and sports that are categories in which they have nothing to fear from Hollywood.

renouveler les licences? Il a vraiment pris son temps entre leur expiration et le moment où il a fini par les renouveler. Avez-vous une opinion à formuler là-dessus?

M. Grant : La loi autorise le conseil à octroyer des licences d'une durée maximale de sept ans. Honnêtement, compte tenu de son volume de travail, le conseil a tendance à privilégier les licences de longue durée pour éviter que les gens ne reviennent trop souvent.

Attendez, je me trompe. C'est un renouvellement de cinq ans que la société a obtenu, du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2018. Voilà la situation actuellement.

Le conseil a reçu et étudié plus de 8 000 interventions relatives à la demande. Comme vous pouvez le constater, c'est une tâche monumentale que de procéder à une audience de renouvellement pour un radiodiffuseur public, compte tenu des innombrables questions et des nombreuses personnes qui souhaitent être entendues. Je dois saluer le CRTC pour la manière dont il réussit à organiser tout cela : tenir une audience publique, afficher toutes les interventions sur son site web et ainsi de suite.

Le sénateur Housakos : J'aimerais aussi avoir votre avis au sujet de la question de l'ombudsman à CBC/Radio-Canada. Les sociétés de radiodiffusion du secteur privé sont régies par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision, qui est la tribune où les Canadiens peuvent présenter leurs réclamations. CBC/Radio-Canada a un ombudsman pour les services anglais et un pour les services français qui s'occupent des plaintes.

Pouvez-vous nous dire ce que vous en pensez par rapport au processus d'ombudsman normalement suivi dans le secteur privé?

M. Grant : Je suis désolé, sénateur, mais je ne suis pas au courant de la question des ombudsmans. Je peux comprendre pourquoi CBC/Radio-Canada tient à avoir sa propre structure à cet égard. Je vous parie que la société a beaucoup plus de plaintes et de questions à régler que les radiodiffuseurs privés.

Vous avez raison, les radiodiffuseurs privés renvoient essentiellement les plaintes au Conseil canadien des normes de la radiotélévision qu'ils ont créé eux-mêmes et que le CRTC a désormais habilité à s'occuper de ces plaintes, mais je ne suis pas au courant de ce qu'il en est des fonctions de l'ombudsman.

Le sénateur Housakos : Puisque vous avez énormément d'expérience en matière de radiodiffusion privée et publique dans notre pays, pouvez-vous nous dire quelle est la différence la plus marquée entre les deux sur le plan des principes?

M. Grant : La différence est frappante. Chacun sait que le secteur privé a pour première obligation de desservir les intérêts de ses actionnaires. Ainsi, en l'absence de régulation dans un petit pays comme le Canada, les radiodiffuseurs privés s'occupent essentiellement de nouvelles et de sports, c'est-à-dire des catégories où ils n'ont rien à craindre de Hollywood.

They would not be doing long form documentaries. They would do no drama whatever. They would do possibly some magazine shows if they had a quota to fill. This was proved in the sixties and seventies when CTV, which was our only private national network then, had not a single drama show. It took the CRTC in 1979 to finally order the CTV network to come up with at least one hour of drama per week.

That was appealed all the way to the Supreme Court of Canada. My law firm acted for the CRTC and in the end the Supreme Court supported the commission's requirement that the CTV network do at least an hour or two of drama. With that jurisdictional support it has basically meant that the whole private sector, Global and CTV, were required to do drama. They would never have done it otherwise because they can get American drama at a fraction of the cost. It would make perfect financial sense for them to keep away from Canadian drama. It is an expensive proposition.

In the mid-eighties, once that decision came out in 1982, the government also created what we know now as the Canada Media Fund. With the stick of the decision and the carrot of the fund the private broadcasters had to get into the issue of drama.

My view is that the independent production sector in this country, which didn't exist prior to 1985 roughly, grew like Topsy. It is now a multi-billion dollar industry but it is all due to the combination of the carrot and the stick.

The CBC is not an institution that has shareholders. Rather its mandate comes from the government. It comes from the Broadcasting Act. As a result they march to a different drummer and they would love to do more drama.

Their problem is funding, because we all concede that to do a good hour of Canadian drama now costs maybe \$1.5 million an hour to produce. Some of the more expensive programs, particularly if they have a U.S. presale, are north of \$2 million.

I think the "Saving Hope" program on CTV is now around \$2.8 million an hour. For those kinds of costs the CBC really doesn't have the funding to be able to do as much as they would like to do. It is a funding issue for them.

The Chair: It is far from me to want to correct my deputy chair, but the CRTC director of broadcasting did appear in front of us on March 5, 2014.

Senator Housakos: I was mistaken.

The Chair: I wouldn't have said it but my clerk gave me a piece of paper.

Ils ne vont pas produire de longs-métrages documentaires. Pas de dramatiques non plus. Tout juste quelques magazines d'actualité s'il leur faut respecter un quota. La preuve, c'est que dans les années 1960 et 1970, CTV, qui était notre seule chaîne nationale privée à l'époque, n'avait pas la moindre émission dramatique. Il a fallu attendre jusqu'en 1979, date à laquelle le CRTC lui a enfin ordonné de diffuser au moins une heure de dramatique par semaine.

Il y a eu appel de la décision jusqu'à la Cour suprême du Canada. Mon cabinet a représenté le CRTC et, finalement, la Cour suprême a décidé en faveur de l'exigence du CRTC voulant que CTV diffuse au moins une ou deux heures d'émissions dramatiques. La cour ayant tranché, tout le secteur privé, à savoir Global et CTV, a été dès lors tenu de diffuser des productions dramatiques. Ils ne l'auraient jamais fait autrement puisqu'ils peuvent se procurer des émissions américaines à une fraction du coût. Ce serait parfaitement logique pour eux, financièrement parlant, d'éviter les dramatiques canadiennes. C'est quelque chose qui coûte cher.

Au milieu des années 1980, dans la foulée de la décision de 1982, le gouvernement a créé ce que nous appelons maintenant le Fonds des médias du Canada. La décision faisant office de bâton et le Fonds de carotte, les radiodiffuseurs privés se sont vus dans l'obligation de produire des dramatiques.

À mon avis, le secteur de la production indépendante du pays, pour ainsi dire inexistant avant 1985, a connu une expansion fulgurante. Il s'agit maintenant d'une industrie qui représente des milliards de dollars, et c'est le résultat de ce mécanisme de la carotte et du bâton.

CBC/Radio-Canada n'a pas d'actionnaires. Son mandat lui vient du gouvernement. Il relève de la Loi sur la radiodiffusion. La société s'est donc tracé sa propre voie et elle aimerait bien pouvoir faire davantage de productions dramatiques.

Son problème réside dans le financement, car nous savons tous que la production d'une heure d'une bonne dramatique canadienne coûte environ 1,5 million de dollars. Certaines émissions plus coûteuses, en particulier si elles sont vendues à l'avance aux États-Unis, dépassent les 2 millions.

Je crois que la production de l'émission *Saving Hope* sur CTV coûte quelque 2,8 millions de dollars par heure. CBC/Radio-Canada n'a vraiment pas les moyens de se payer ce genre de chose ni de faire autant qu'elle le voudrait. C'est un problème de financement.

Le président : Je suis loin de vouloir contredire mon vice-président, mais le directeur de la radiodiffusion du CRTC a en fait témoigné devant nous le 5 mars 2014.

Le sénateur Housakos : Je me suis trompé.

Le président : Je ne l'aurais pas mentionné, mais le greffier m'a glissé un petit mot.

Senator MacDonald: Mr. Grant, thank you for being here today. I have to say you have a perfect voice for broadcasting. You would be great on the radio. It is highly ironic that you are involved with this stuff.

The Chair: I wonder if they have an opening at CBC.

Senator MacDonald: Yes. I want to go back to the CRTC for a second, if I may. I want your thoughts on the role of the CRTC today. With the changes in technology obviously impacting the media do you think the CRTC should change and if so, how?

Mr. Grant: I have appeared in front of every chairman of the CRTC since 1968 and of course, as you know, 1991 is the current version of the act.

The act is pretty robust, to be honest. Some people in front of you, I gather, may have argued that it needs to be amended to deal with the over-the-top services. In fact it does deal with them. There is no question that a service like Netflix falls under the act and but for the exemption order that was issued by the commission it would have to go in and get a licence.

As to whether the commission's powers are sufficient, they have powers that are unexercised but if they chose to use them they could be quite effective. There are certain areas that I think do require amendment, not so much the Broadcasting Act but for example the Income Tax Act because we have a service like Amazon sending electronic books to Canadians. If they send them from the States they don't have to pay HST. It is the same with Netflix. Since it doesn't have an office or a phone in Canada they manage to send their service to however million Canadians without them required to pay HST. That to me is basically unfair to Canadian services that would like to compete.

This has nothing to do with requiring Canadian content programming. This is really just being non-discriminatory in the tax system. If I was trying to focus on what should be done about over-the-top services that is one discriminatory problem I would try to address.

Back to your question as to whether the act needs to be amended, I think it is useful every so many years to have a mini royal commission or a policy review task force to look at that. The last full-ranging study of the Broadcasting Act, as you know, was the Lincoln report back in May 2003. That is 11 years ago and a lot has changed in 11 years. I think it would be quite timely to have a task force or a policy review committee or something in the order of a royal commission that could study this in the next few years.

Le sénateur MacDonald : Monsieur Grant, merci de votre présence ici aujourd'hui. Je dois vous dire que vous avez une voix faite pour la radiodiffusion. Vous seriez parfait à la radio. Il est vraiment ironique que vous vous occupiez de ces choses.

Le président : Je me demande s'il n'y aurait pas un poste vacant à CBC/Radio-Canada.

Le sénateur MacDonald : Oui. J'aimerais retourner au CRTC un instant, si vous le permettez. Je voudrais savoir ce que vous pensez du rôle que joue le conseil aujourd'hui. Compte tenu des percées technologiques et de leur incidence sur les médias, croyez-vous que le CRTC devrait changer et, dans l'affirmative, comment?

M. Grant : J'ai comparu devant chaque président du CRTC depuis 1968 et, bien entendu, comme vous le savez, la version actuelle de la loi remonte à 1991.

Pour ma part, je pense que la loi est très solide. Je crois comprendre que certains témoins ont pu affirmer qu'elle a besoin d'être modifiée pour tenir compte des services de programmation par contournement, mais elle en tient compte. Il est évident qu'un service comme Netflix est visé par la loi et si ce n'était de l'exemption ordonnée par le conseil, l'entreprise aurait dû obtenir une licence.

Quant à savoir si les pouvoirs du conseil sont suffisants, il détient des pouvoirs qu'il n'exerce pas, mais qui pourraient s'avérer assez efficaces s'il décidait de s'en servir. Certains aspects doivent être modifiés, selon moi, mais non pas tant dans la Loi sur la radiodiffusion que dans la Loi de l'impôt sur le revenu, par exemple, car nous avons un service comme Amazon qui envoie des livres électroniques aux Canadiens. S'il les envoie des États-Unis, il ne paie pas de TVH. Il en est de même pour Netflix. Comme cette entreprise n'a pas de bureau ni de téléphone au Canada, elle s'arrange pour offrir ses services à des millions de Canadiens sans qu'il ne soit question de TVH. Cette situation est à mon sens foncièrement injuste pour les services canadiens qui aimeraient être dans la course.

Cela n'a rien à voir avec le fait d'exiger du contenu canadien. Il s'agit simplement de ne pas faire preuve de discrimination au plan fiscal. Si je devais m'occuper de ce qui doit être fait à propos des services de programmation par contournement, voilà un problème de discrimination que je m'efforcerais de régler.

Pour revenir à votre question de savoir si la loi a besoin d'être modifiée, j'estime qu'il serait utile de désigner à quelques années d'intervalle une mini commission royale ou un groupe de travail chargé d'examiner les politiques et de se pencher là-dessus. Le dernier examen exhaustif de la Loi sur la radiodiffusion, comme vous le savez, a été le rapport Lincoln, qui remonte à mai 2003. Onze ans se sont donc écoulés depuis et beaucoup de choses ont changé. Je crois qu'il serait assez opportun d'établir un groupe de travail ou un comité d'examen des politiques ou quelque chose comme une commission royale pour étudier la question dans les années à venir.

Senator MacDonald: You mentioned that the CBC in the fifties started aping the American networks by making a choice to carry commercials. On the websites now the CBC is generating a lot of revenue from ads. Normally I wouldn't care too much about this but the national newspapers in this country are suffering and operating on their websites behind paywalls trying to raise some revenue and trying to protect content.

I just want your opinion on the CBC acting like a private newspaper online and the effect on the market for online news ads.

Mr. Grant: It is an interesting question. Frankly I see it as fairly important to see our public broadcaster with a very vibrant and widely accessed website with news. I don't think I would go along with the principle that they must bow and not launch such a service for fear of competing too broadly with newspapers.

The newspapers have their own problems. I do agree that they are all in great difficulty as they enter the digital age. It is obvious for most people observing that sector that unless you are very local or you have a national brand you are probably in deep trouble. For Canadians there are a few newspapers with a national brand. There are some local papers but I think that is an area that is a real problem. I don't think the solution is to keep the CBC out of the market.

The Chair: Mr. Grant, you talked about the Lincoln report, but as you know nothing followed the report in the sense that there were no amendments to the Broadcasting Act. There was no modernization.

Going back to 1991 and let's say we do ask for a royal commission study, do you believe that it should be modernized? Do you believe in the application of the act as it stands on issues? You mentioned Netflix but Internet in general did not exist at that time, that whole over the net kind of coverage. Should we as a committee address the issue of the modernization of the Broadcasting Act?

Mr. Grant: As I say, my view is that the act already covers the Internet fairly well. Now there was of course a Supreme Court decision in the ISP reference which takes Internet service providers out of the act. Some regretted that because they were thinking that frankly Internet service providers were not dissimilar from broadcasting distribution undertakings like cable and satellite.

Since the cable and satellite people have to support the Canada Media Fund maybe the ISPs should support the media fund. There was that argument. That now cannot happen unless the act were to be amended, because the Supreme Court has ruled that ISPs, because they have no control over content at all, do not fall under the act and the CRTC cannot regulate them as broadcasting undertakings or require them to do things under the Broadcasting Act.

Le sénateur MacDonald : Vous avez dit que dans les années 1950, CBC/Radio-Canada a commencé à imiter les chaînes américaines en optant pour la diffusion d'annonces publicitaires. À l'heure actuelle, la société obtient des recettes non négligeables des annonces sur les sites web. Normalement, je ne m'en préoccuperais pas outre mesure, mais nos journaux nationaux souffrent et exploitent leur site web derrière des services payants pour tenter d'obtenir des revenus tout en protégeant le contenu.

J'aimerais avoir votre avis sur le fait que CBC/Radio-Canada agit comme un journal privé en ligne et sur l'effet sur le marché des annonces dans les nouvelles en ligne.

M. Grant : La question est intéressante. Il me semble qu'il est plutôt important que notre radiodiffuseur public possède un site web dynamique qui offre des nouvelles à un large public. Je ne suis pas d'accord avec le principe voulant qu'il s'incline et s'abstienne de lancer un tel service de crainte de faire une concurrence déloyale aux journaux.

Les journaux ont leurs propres problèmes. Je sais qu'ils ont tous beaucoup de mal en cette ère numérique. La plupart des observateurs du secteur vous diront qu'à moins d'avoir un service vraiment local ou un journal de tirage national, la presse écrite est en mauvaise posture. Il n'y a que très peu de journaux de tirage national au Canada. Nous avons quelques journaux locaux, mais je crois que c'est un domaine qui connaît de véritables problèmes. Je ne pense pas que la solution consiste à maintenir CBC/Radio-Canada à l'écart du marché.

Le président : Monsieur Grant, vous avez fait allusion au rapport Lincoln, mais comme vous le savez, le rapport n'a pas porté fruit puisque la Loi sur la radiodiffusion n'a pas été modifiée. Elle n'a pas été modernisée.

Pour revenir à 1991, et en admettant que nous demandions une étude par une commission royale, croyez-vous que la loi devrait être modernisée? Croyez-vous à l'application de la loi telle qu'elle existe actuellement? Vous avez parlé de Netflix, mais Internet en général n'existait pas à l'époque, toute cette couverture offerte sur la toile. Croyez-vous que notre comité devrait aborder la question de la modernisation de la Loi sur la radiodiffusion?

M. Grant : Comme je l'ai dit, je pense que la loi s'applique déjà plutôt bien à Internet. Bien entendu, il y a eu la décision de la Cour suprême selon laquelle les FSI n'étaient pas assujettis à la loi. Certains l'ont regretté, car ils pensaient que les FSI n'étaient pas tellement différents des entreprises de distribution de la radiodiffusion comme le câble et le satellite.

Puisque les fournisseurs de câble et de satellite doivent soutenir le Fonds des médias du Canada, les FSI devraient peut-être en faire autant. C'est un argument qui a été présenté. Mais cela est maintenant impossible à moins que la loi ne soit modifiée, car la Cour suprême a décidé que comme les FSI n'exercent aucun contrôle sur le contenu, ils ne sont plus visés par la loi et le CRTC ne peut pas les réglementer comme entreprises de radiodiffusion ni exiger qu'ils agissent en vertu de la Loi sur la radiodiffusion.

That is an area that I think would be worth revisiting because a number of countries are focused now on the role of the ISPs. They are focused on network neutrality and issues like that. You would want to see them in some respects brought under the Broadcasting Act but that would require legislative change.

The Chair: It would cover telecommunications in general, cellphone service.

Mr. Grant: Yes. As a telecom provider ISPs are subject to the Telecommunications Act. This is only the Broadcasting Act issues. In fact ISPs, as you know, are treated under the Telecommunications Act as carriers. They are deregulated so their rates aren't regulated, but the CRTC does have jurisdiction over them under that act.

The issue I raise is: Are there some aspects of what ISPs do that should bring them under the Broadcasting Act so that they can contribute as all the other players do to the creation of Canadian content, distribution, et cetera?

The Chair: When as Canadians we travel we sometimes don't have access to Canadian content because the ISPs are based in Canada and we are travelling in another country. Is it the Broadcasting Act that stops them from sending it over there or is it those countries' regulations that stop us from getting it?

Mr. Grant: There you go to the issue of gated sites. Of course it is in the interests of the program production industry to maintain geographic borders so they can maintain discriminatory licence fees between countries. That is why unless you have an anonymous proxy server you can't get into American services where they have only cleared the American program rights.

In my view we would want to have gated systems because they are central to the financing of expensive programming. As a result when Netflix does come into Canada, even though they are entirely located outside the country, they are obliged to adhere to our Copyright Act. That means every single program on the Canadian service must be cleared and paid for in Canada to the Canadian copyright owner of the program.

Similarly when you are in the United States you cannot access the Canadian version of Netflix because it has been gated and there are certain programs on that list of programs in their repertoire they may not have bought American rights for. As I understand it, most of the time Netflix is buying globally, so they are trying to buy for every country, but the point remains it is central to the financing of production programming that there be borders.

C'est un domaine qu'il serait bon de réétudier à l'instar d'autres pays qui se concentrent maintenant sur le rôle des FSI. Ils concentrent leurs efforts sur la neutralité des réseaux et ce genre de questions. À certains égards, il faudrait qu'ils soient visés par la Loi sur la radiodiffusion, mais il faudrait alors modifier la loi.

Le président : Cela concernerait les télécommunications en général, la téléphonie cellulaire.

M. Grant : Oui. En tant que fournisseurs de télécommunications, les FSI sont assujettis à la Loi sur les télécommunications. En l'occurrence, vous vous occupez seulement de questions liées à la Loi sur la radiodiffusion. En fait, les FSI, comme vous le savez, sont désignés dans la Loi sur les télécommunications comme entreprises de télécommunication. Comme ils sont déréglementés, leurs tarifs ne sont pas réglementés, mais le CRTC exerce tout de même une compétence sur eux en vertu de la loi.

La question que je soulève est la suivante : Y a-t-il des aspects des activités des FSI qui font en sorte qu'ils devraient être visés par la Loi sur la radiodiffusion et qu'ils contribuent au même titre que les autres acteurs à la création de contenu canadien, à la distribution, et cetera?

Le président : Quand les Canadiens vont à l'étranger, ils n'ont pas toujours accès à du contenu canadien parce que les FSI sont basés au Canada. Est-ce que c'est la Loi sur la radiodiffusion qui les empêche de transmettre ce contenu là-bas ou est-ce que ce sont les règlements de ces pays qui nous empêchent de le recevoir?

M. Grant : Vous abordez là la question des sites protégés. Il est bien entendu dans l'intérêt de l'industrie de production de la programmation de maintenir des frontières géographiques pour pouvoir conserver des droits de licence discriminatoires entre les pays. Voilà pourquoi, à moins d'avoir un serveur mandataire anonyme, vous ne pouvez pas avoir accès à des services américains qui ont obtenu des droits de programmation exclusivement pour les États-Unis.

Je pense que nous devrions avoir des systèmes protégés, car ils sont essentiels au financement d'une programmation qui coûte cher. Ainsi, quand Netflix vient au Canada, même si l'entreprise est basée à l'extérieur du pays, elle doit respecter notre Loi sur le droit d'auteur. Autrement dit, les droits de la moindre émission diffusée sur le service canadien doivent être versés au titulaire du droit d'auteur canadien.

De la même manière, quand on est aux États-Unis, on ne peut pas avoir accès à la version canadienne de Netflix, car elle est protégée, et il y a certaines émissions dans le répertoire de ses émissions pour lesquelles les droits américains n'ont pas été payés. Il me semble que la plupart du temps, Netflix achète les émissions à l'échelle mondiale et essaie donc d'acheter pour tous les pays, mais l'existence de frontières demeure essentielle pour le financement des productions.

Senator Plett: Senator Housakos asked a question that I wanted to ask about ombudsman. I am sorry that you couldn't give us an opinion on that because I was indeed interested in some of the dealings of the ombudsman as well.

Nevertheless you suggested or said, Mr. Grant, that you had travelled around the world talking about and meeting with public broadcasters. You also inferred that Canada was a small country and it is in population but clearly not in geography. It is a large country and probably the largest one that has a public broadcaster, save Russia possibly. Other than that we are the largest country geographically with a public broadcaster.

How does CBC compare with other public broadcasters? You have shared the BBC but clearly other countries have public broadcasters. Is CBC in line? Is it the Cadillac or the Volkswagen of public broadcasters? What is it?

Mr. Grant: I have actually acted for both the BBC bringing BBC Canada to Canada, and I have acted for Rai, the Italian public broadcaster when they wanted to come into Canada. I acted for them to figure out how to do that, so I am familiar with the broadcasters.

First of all, just to go to the question of funding, when you actually examine the per capita funding of the public broadcasters around the world you discover that Canada and its support for the CBC are fairly low on the list. The highest supporters would be Britain and Germany and some of the Nordic countries. Typically they are funding their public broadcaster to the tune of about \$1.30 to \$1.40 sometimes. Certainly in the British case it is about \$1.20 per person per year to support the public broadcaster.

The number for the CBC used to be in the low thirties. I think it has now dropped to about 27 cents per person. It is only about a third or even less of the money that you see going to public broadcasters in Germany with ZDF and ARD or Britain with BBC.

There is another group of countries of which France is an example where their support is around 80 cents. Again it is more than double what the Canadian number is but not as high as Germany or Britain and recall that Germany and Britain have bigger populations than Canada. When you multiply these numbers out, the budget for the BBC is around \$4.6 billion to \$4.7 billion Canadian. The budget for the CBC is about \$1.1 billion in parliamentary appropriation and \$250 million maybe in ad revenue and add another \$50 million or \$60 million from subscription fees for CBC Newsnet. We are talking maybe \$1.5 billion or \$1.6 billion compared with the BBC which has \$4.5 billion. It doesn't have five time zones or two official languages.

Le sénateur Plett : Le sénateur Housakos a posé une question que je voulais moi-même poser au sujet de l'ombudsman. C'est dommage que vous n'avez pas pu nous donner votre avis à ce sujet, car je m'intéresse aussi beaucoup aux questions liées à l'ombudsman.

Vous avez cependant suggéré ou dit, monsieur Grant, que vous avez voyagé partout dans le monde pour donner des conférences et rencontrer les radiodiffuseurs publics. Vous avez également laissé entendre que le Canada est un petit pays. C'est vrai pour le nombre d'habitants, mais certainement pas sur le plan géographique. C'est un vaste pays et probablement le plus grand à avoir un radiodiffuseur public, à l'exception peut-être de la Russie. Autrement, nous sommes le pays le plus vaste, géographiquement parlant, à avoir un radiodiffuseur public.

Comment se situe CBC/Radio-Canada par rapport à d'autres radiodiffuseurs publics? Vous nous avez parlé de la BBC, mais d'autres pays ont évidemment des radiodiffuseurs publics. Est-ce que CBC/Radio-Canada est à la hauteur? Est-ce la Cadillac ou la Volkswagen des radiodiffuseurs publics? Qu'en est-il?

M. Grant : En fait, j'ai représenté la BBC pour l'arrivée de BBC Canada au Canada, ainsi que pour la Rai, la société de radiodiffusion publique italienne, quand elle a voulu diffuser au Canada. Je les ai aidés à comprendre les démarches qu'il fallait suivre. Je connais donc bien les radiodiffuseurs.

Premièrement, en ce qui concerne le financement et ce que reçoivent les radiodiffuseurs publics par habitant un peu partout dans le monde, on s'aperçoit que le Canada et son soutien à CBC/Radio-Canada sont en bas de la liste. La Grande-Bretagne et l'Allemagne viendraient en tête, ainsi que certains pays nordiques. Habituellement, le radiodiffuseur public est financé à raison de 1,30 \$, parfois 1,40 \$. Dans le cas de la Grande-Bretagne, on peut parler d'environ 1,20 \$ par personne et par an pour financer le radiodiffuseur public.

Pour la SRC, on était à une trentaine de cents auparavant, mais je crois que ce chiffre est passé depuis à quelque 27 cents par personne. Cette somme représente à peine un tiers, voire moins, de l'argent destiné à ZDF et ARD en Allemagne ou la BBC en Grande-Bretagne.

Il y a un autre groupe de pays, dont la France est un exemple, où le soutien s'élève à quelque 80 cents. C'est encore plus du double du chiffre canadien, sans être aussi élevé que celui de l'Allemagne ou de la Grande-Bretagne, et rappelons que ces deux pays ont une population bien plus importante que celle du Canada. Si vous multipliez ces chiffres, le budget de la BBC se situe quelque part entre les 4,6 et les 4,7 milliards de dollars canadiens. Le budget de la CBC/Radio-Canada s'élève à environ 1,1 milliard de dollars au titre des crédits parlementaires, auxquels il faut peut-être ajouter 250 millions de recettes publicitaires et 50 ou 60 millions en droits d'abonnement à CBC Newsnet. Il s'agit d'environ 1,5 ou 1,6 milliard de dollars par rapport à la BBC, qui dispose de 4,5 milliards, sans avoir cinq fuseaux horaires ou deux langues officielles.

I am very sympathetic to the CBC when it says, “Gee, considering the funding we get we do a pretty good job.” I think Nordicity does a study of those every few years. The CBC, I am sure, would be able to provide it to you. They can give you the hard numbers on that, but the bottom line in terms of comparisons, the CBC has less funding per capita than most other public broadcasters.

Senator Plett: Should there be any correlation between ratings and subsidies if they can't get their ratings up and they are third? We just came from CBC and I was actually appalled at one of the answers we got when we spoke about “The National” and their being third out of the top three in ratings. We are told, “Yes, but Mansbridge has got to go up against some American movie. If he was in a different time slot his ratings would compare with Lisa LaFlamme's.”

“My goodness, you are in charge of the time slot.” “Yes, but we kind of like this time slot so we want to keep him there.” That is kind of the impression I got from them.

When a program has terrible ratings a television broadcaster including CBC drops the program. When a person is out there doing something they think is offensive, they fire him, maybe rightfully so. I guess that will come out in the wash, but should there be a connection between their ratings and the amount of money they get?

Before you answer I want to make one more comment. I think my colleague, Senator Housakos, said that Greece had dropped their public broadcaster and people didn't seem to even know they had done that. I am wondering, not every country is that fond of public broadcasters. My colleague next to me here, her province I am being told has about a 2 per cent listening audience in the province of Alberta. Where do we go? Do you have any comments or ideas?

Mr. Grant: This problem is whether a public broadcaster should focus on ratings or on other aims. It is a very difficult row they have to hoe. Clearly at some point if the ratings aren't there it is pointless to have the program.

On the other hand one can appreciate there are types of programs that Canadians need as citizens. Even if not everybody wants to watch them they should be available to them. That aspect of public broadcasting which is to make available minority programming niches, programming that wouldn't otherwise be available in the system, even though there may be a relatively small but intense audience, could be viewed as an important element in the mandate of a public broadcaster.

I don't have an easy answer to your question, senator. I can understand why the CBC would want to have higher ratings across the board, but if they also want to accomplish the objects of the act which would specified types of programming that not a

Je suis très sensible aux remarques de CBC/Radio-Canada qui affirme qu'elle se débrouille très bien avec l'argent dont elle dispose. Je crois que Nordicity fait une étude à ce sujet périodiquement. Je suis persuadé que CBC/Radio-Canada pourrait vous fournir cette information. Elle pourrait vous donner les chiffres exacts, mais il n'en reste pas moins que par rapport à la plupart des autres radiodiffuseurs publics, CBC/Radio-Canada reçoit moins de fonds par habitant.

Le sénateur Plett : Devrait-on lier cote d'écoute et subventions s'ils ne peuvent pas augmenter la cote et se classent au troisième rang? Nous rentrons tout juste des locaux de la SRC, et j'ai été abasourdi par l'une des réponses que nous avons obtenues au sujet de l'émission *The National* et de sa troisième place : « Oui, mais Mansbridge passe en même temps que des films américains. S'il était dans un autre créneau horaire, la cote d'écoute serait comparable à celle de Lisa Laflamme. »

« Allons donc, vous êtes responsable de la grille horaire. » « Oui, mais nous aimons bien ce créneau, alors nous voulons le garder là. » C'est l'impression qui m'est restée de cette rencontre.

Les émissions peu regardées sont supprimées de l'horaire par les télédiffuseurs, SRC comprise. Lorsque quelqu'un fait quelque chose qu'il juge choquant, on le renvoie — peut-être avec raison. Je suppose qu'on finira par en avoir le cœur net, mais devrait-il y avoir un lien entre la cote d'écoute et le degré de financement?

Avant de me répondre, permettez que je fasse une remarque supplémentaire. Si je me souviens bien, mon collègue le sénateur Housakos a expliqué que la Grèce avait mis la clé sous la porte de sa chaîne de radiodiffusion publique et que personne ne semblait s'en être aperçu. Je me pose la question : les populations ne sont pas si attachées que cela à leurs chaînes publiques. En Alberta, la province de ma collègue ici à côté de moi, la cote d'écoute serait de 2 p. 100, à ce qu'on m'a dit. Alors, que faire? Avez-vous des commentaires ou suggestions à formuler?

M. Grant : La question est de savoir si les radiodiffuseurs publics doivent se préoccuper de la cote d'écoute ou d'autre chose. C'est une situation très délicate. Il est évident que, en deçà d'une certaine cote d'écoute, il est inutile de garder une émission à l'horaire.

Par ailleurs, on peut comprendre que les Canadiens ont besoin de certaines émissions qui les représentent. Même si tout le monde ne les regarde pas, elles doivent être offertes. Ce rôle des radiodiffuseurs publics, qui consiste à offrir des émissions s'adressant à des auditoires peu nombreux, des émissions introuvables ailleurs, bien que ce genre d'auditoire soit limité, mais très fidèle, ce rôle, disais-je, pourrait être considéré comme un élément important du mandat des radiodiffuseurs publics.

Il n'y a pas de réponse simple à votre question, sénateur. Je peux comprendre que la SRC souhaite obtenir de meilleures cotes d'écoute à tous égards, mais, si le radiodiffuseur veut aussi concrétiser les objectifs de la loi — qui lui enjoint de fournir

lot of Canadians may want but a few want desperately and won't get from the private sector, then I can appreciate their conundrum.

Senator Plett: What is a few? In Halifax a week ago I asked the question what constitutes, I think the word was, a significant audience when we were talking about French language broadcasting in that particular hearing.

I got two different answers. One was that if there is a school in the area that constitutes a significant audience. Another answer I got is if there is more than one francophone in the area that constitutes a significant audience. That is more as a comment as opposed to needing an answer.

Mr. Grant: Yes, I understand.

The Chair: I have two lines of questioning. You mentioned the trust for BBC. What is the trust? Is it the board of governors? Are they the governing body? What is the legal structure?

Mr. Grant: Yes. The BBC governance in Britain, as I understand it, has changed over the years. It is currently regulated, if you will, by a trust that is created by the government but then handed to this group of appointed people to the trust who in effect operate like the board of governors to review the funding and so forth.

A key element of the BBC system, though, which we do not have in Canada, is that its funding does not come through parliamentary appropriation and is not reviewed annually by parliament in that regard. Instead it comes from a licence fee charged to all households in Britain that have a television set. It is collected, as I understand it, through the post office and remitted directly to the BBC and that is, therefore, predictable and fairly level funding.

The amount of the licence fee is set by the government but once it has been set then that is how the BBC is funded. There are a few other countries that have that system as well but, as you know, Canada works entirely through a parliamentary appropriation.

Interestingly prior to 1953 we had the British system. We had a licence fee for radio licences and it supported CBC radio. That was eliminated in the early fifties and ever since then the CBC has been entirely dependent on a parliamentary appropriation.

The Chair: On another line of questioning on virtual private networks that Canadians establish with an American address and the fact that if you have an Apple TV 2 you can jailbreak it to be able to access streaming, what is the legal status of those networks? Would those two not be going against what you said about protecting broadcasting rights for Canadian content?

Mr. Grant: Absolutely.

certain types d'émissions intéressant peu de Canadiens, mais que quelques-uns désirent désespérément et n'obtiendront pas des chaînes privées, je mesure son dilemme.

Le sénateur Plett : Qu'entend-on par « quelques-uns »? La semaine dernière, à Halifax, j'ai demandé ce qu'était — je crois que j'ai dit : un auditoire important. L'audience portait sur la radiodiffusion en français.

On m'a donné deux réponses. On m'a dit que, s'il y avait une école dans le secteur, on pouvait parler d'auditoire important. On m'a également dit que, s'il y a plus d'un francophone dans la région, c'est aussi un auditoire important. Ce n'était qu'une remarque en passant qui n'appelle pas de réponse.

M. Grant : Oui, je comprends.

Le président : J'ai deux types de questions. Vous avez parlé de fiducie concernant la BBC. De quoi s'agit-il? Du conseil d'administration? S'agit-il de l'organisme de gestion? Quelle en est la structure juridique?

M. Grant : En effet. Le mode de gouvernance de la BBC en Angleterre a évolué au cours des années, du moins c'est ce que j'ai compris. Elle est actuellement réglementée, si vous voulez, par une fiducie créée par le gouvernement, mais confiée au groupe de personnes nommées à la fiducie qui sont en réalité chargées de la faire fonctionner comme le ferait un conseil d'administration et s'occupent du financement, et cetera.

L'une des principales caractéristiques du fonctionnement de la BBC — qui n'existe pas ici au Canada — est le fait que le financement ne passe pas par des crédits parlementaires et qu'il ne fait pas l'objet d'un examen annuel par le Parlement. Il découle des redevances facturées à tous les ménages britanniques qui ont un poste de télévision. D'après ce que j'ai compris, cette redevance est perçue par les services postaux et remise directement à la BBC : il s'agit donc d'un budget prévisible et assez stable.

Le montant de la redevance est fixé par le gouvernement, mais ce montant une fois fixé, c'est le mode de financement de la BBC. Quelques pays fonctionnent également ainsi, mais, comme vous le savez, au Canada, il s'agit intégralement de crédits parlementaires.

Je rappelle que, avant 1953, nous étions alignés sur le système britannique. Il existait une redevance radio qui permettait de financer Radio-Canada. On l'a éliminée au début des années 1950, et, depuis, le radiodiffuseur public dépend entièrement d'un crédit parlementaire.

Le président : Autre chose... concernant les réseaux privés virtuels que des Canadiens créent à partir d'une adresse aux États-Unis et le fait que, si vous avez un module Apple TV 2, vous pouvez le débriquer pour avoir accès à la diffusion en continu, quel est le statut juridique de ces réseaux? Ces deux éléments ne font-ils pas obstacle à ce que vous disiez au sujet de la protection des droits de diffusion applicables au contenu canadien?

M. Grant : Tout à fait.

The Chair: But legally who can prosecute?

Mr. Grant: It is interesting. A few years ago the Copyright Board was looking at a tariff for the performing rights organizations against Internet sites. The Copyright Board said, “You can deal with streaming if it is coming from a file server in Canada, but we don’t know whether we have the jurisdiction to go after something that is completely outside the country and the stream is coming from a file server, say, in Buffalo or Bermuda.”

That case went to the Supreme Court of Canada and the court ruled against the board and said, “No, no, you, a Canadian performing rights society, have every right to go after an offshore file server to collect royalties for its streaming activities if there is a significant connection with Canada.” If they clear rights with Canada or they have subscribers in Canada, if it is a meaningful penetration of Canada then SOCAN, the rights organization, can go after these offshore sites. There is provision in the Copyright Act for service *ex-juris* so that you could in fact bring a lawsuit.

I talked to the counsel for SOCAN and asked them, “That is interesting. Do you actually get any money from these offshore sites? Why don’t they just tell you to take a hike?” I am told that they have hundreds of offshore music sites paying, voluntarily as it were, the tariffs to be able to send their music into Canada.

There are many reasons why that would make sense for a company outside Canada coming into Canada. They would want to be seen as being legal. They would not want to be seen as a scofflaw. At least that is a good sign that the act is robust enough to be able to go after these people.

The Chair: What about individuals that give themselves an American address and sign up for a program by a virtual private network?

Mr. Grant: I guess what you are talking about is subscribers as opposed to somebody starting a network and clearing rights.

The Chair: They would be subscribing to the American system.

Mr. Grant: That is a different issue than copyright piracy. What you are talking about there is a situation of people who are outside the geographic borders that were cleared of copyright trying to come in by pretending they are in the country but they are not really.

Le président : Mais, sur le plan juridique, qui pouvons-nous poursuivre?

M. Grant : Voilà une question intéressante. Il y a quelques années, la Commission du droit d’auteur a envisagé l’idée d’une grille tarifaire pour les sociétés de gestion du droit d’exécution contre les sites Internet. Elle avait alors déclaré ceci : « On peut contrôler la diffusion en continu si elle passe par un serveur de fichiers au Canada, mais nous ne savons pas si nous sommes habilités à intervenir quand il s’agit de quelque chose qui se trouve intégralement à l’étranger et que la diffusion passe par un serveur de fichiers situé par exemple à Buffalo ou aux Bermudes. »

Cette affaire est allée jusqu’à la Cour suprême du Canada, et le tribunal a donné tort à la commission en disant : « Non, non, en tant que société de gestion du droit d’exécution, vous avez parfaitement le droit d’exiger que des serveurs de fichiers étrangers versent des redevances pour leurs activités de diffusion en continu s’il y a un lien important avec le Canada. » S’ils négocient des droits avec le Canada ou s’ils ont des abonnés au Canada, s’il s’agit d’une pénétration significative du Canada, la SOCAN, c’est-à-dire la société de gestion des droits, peut s’en prendre aux sites étrangers. La Loi sur le droit d’auteur prévoit la signification *ex-juris*, qui permet d’entamer effectivement une poursuite.

Je me suis entretenu avec les conseillers juridiques de la SOCAN et je leur ai posé la question : « Voilà qui est intéressant... obtenez-vous réellement des paiements de ces sites étrangers? Pourquoi ne vous envoient-ils pas promener? » Il paraît que des centaines de sites de musique étrangers versent, volontairement pour ainsi dire, des droits pour pouvoir envoyer leurs productions au Canada.

Bien des raisons peuvent expliquer pourquoi c’est opportun du point de vue d’une entreprise étrangère désireuse de pénétrer le marché canadien. Elles veulent être considérées comme respectueuses de la loi. Elles ne veulent pas être considérées comme des escrocs. Cela prouve au moins que la loi est suffisamment solide pour permettre de les poursuivre.

Le président : Qu’en est-il de ceux qui se dotent d’une adresse aux États-Unis et s’inscrivent à un programme de réseau privé virtuel?

M. Grant : J’imagine que vous voulez parler des abonnés et non de quelqu’un qui crée un réseau et négocie des droits.

Le président : Il s’agit des personnes qui s’abonnent au système américain.

M. Grant : C’est un problème différent de celui du piratage des droits d’auteur. Vous parlez d’une situation où des gens qui se trouvent à l’étranger et n’ont pas versé de droits d’auteur essaient d’entrer en faisant semblant qu’ils sont ici sans y être vraiment.

That is a problem all over the world. If you go to Spain you see a lot of tourists there with illegal subscriptions to Sky TV from Britain even though they have not cleared the Spanish rights. That issue is a difficult one. It is an issue where the law is clear but the problem is: How do you go after these people?

The Chair: Even with their antenna to go to Florida for the winter.

Mr. Grant: Yes.

Senator MacDonald: I want to ask a question about independent production in Canada. In my experience from watching CBC when I see a drama in particular that I like it has often been produced by an independent producer that is backed by CBC. It is something I think I am more supportive of in general in terms of funding public funding.

You mentioned earlier about the carrot and stick approach that has helped launch the independent production industry in Canada. Is there anything that can be done to encourage us in regard to tax rebates or things of that nature? I am just wondering if there is something along those lines that you think would be useful to help encourage independent production in the country.

Mr. Grant: I think the system we have is complex and, as you say, includes the tax incentive side with tax write-offs or subsidies. You have the Canada Media Fund, which is a fund largely supported by a levy on cable and satellite distributors. You have a licence fee coming from the broadcasters which is higher than they would pay for a comparable American product but lower than the cost by a long shot.

You put all those together and hopefully you might have a distributor's guarantee based on a likelihood of some foreign sales. That is the model now that supports independent production. I can't think that we could tweak some of those, increase this and so forth. It is a model that has been highly successful. We really do have a vibrant independent production sector. Each of those legs of the stool is important for support and if any one of them was pulled away you could see a real reduction in the quantity and quality of independent production.

I can't think of any additional measures that would be called for. I think we have it right. The issue is really how to keep those in place so that the production industry is sustained.

Senator MacDonald: So there are enough legs on the stool.

Mr. Grant: Yes.

The Chair: Mr. Grant, thank you very much for your presentation and for your book. I think that is a very interesting debate for us to consider over the next few weeks.

Senators, our next witness is Mike Fegelman, Executive Director of HonestReporting.

C'est un problème dans le monde entier. Allez en Espagne, vous verrez beaucoup de touristes illégalement abonnés à Sky TV, chaîne anglaise, même s'ils n'ont pas versé les droits exigibles en Espagne. C'est une question difficile. La réglementation est claire, mais on ne sait pas comment poursuivre ces gens.

Le président : Même avec ceux qui emportent une antenne en Floride pour l'hiver?

M. Grant : Oui.

Le sénateur MacDonald : Je voudrais poser une question sur la production indépendante au Canada. D'après mon expérience de téléspectateur de la SRC, les dramatiques que j'apprécie sont souvent des productions indépendantes soutenues par la SRC. C'est le genre de choses que le financement public devrait favoriser selon moi.

Vous avez parlé tout à l'heure de la méthode du bâton et de la carotte, qui aurait facilité le développement du secteur de la production indépendante au Canada. Que peut-on faire pour encourager les nôtres en termes de rabais fiscaux ou de mesures de ce genre? Je me demande seulement s'il est possible de faire quelque chose à cet égard, qui vous semblerait utile pour aider les producteurs indépendants d'ici.

M. Grant : Je pense que notre système est complexe et comprend des stimulants fiscaux sous la forme de déductions fiscales ou de subventions. Il y a le Fonds des médias du Canada, qui est surtout financé par des prélèvements sur les recettes des distributeurs de services par câble et par satellite. Il y a les frais de permis des radiodiffuseurs, qui sont plus élevés que ce qu'ils paieraient pour un produit comparable aux États-Unis, mais qui sont bien inférieurs au coût.

Vous rassemblez tout cela et vous pourriez, dans le meilleur des cas, obtenir une garantie du distributeur en fonction de la probabilité de ventes à l'étranger. C'est le modèle qui, actuellement, soutient le secteur de la production indépendante. Je ne vois pas comment on pourrait modifier certains de ces éléments, augmenter ceci, et cetera. Il fonctionne très bien. Notre secteur de la production indépendant est florissant. Chacun des piliers de ce système constitue un support important, et, si l'on retirait l'un ou l'autre, on constaterait une réduction réelle de cette production, en quantité et en qualité.

Je ne vois pas ce qu'on pourrait y ajouter. Je pense que c'est très bien comme ça. La question, en fait, est de faire en sorte que cela reste ainsi pour que le secteur de la production continue d'être soutenu.

Le sénateur MacDonald : Le système s'appuie donc sur suffisamment de piliers.

M. Grant : Exactement.

Le président : Monsieur Grant, je vous remercie de votre exposé et de votre livre. Je pense que c'est un débat très intéressant qui va se poursuivre au cours des prochaines semaines.

Chers collègues, notre prochain témoin est Mike Fegelman, directeur exécutif de HonestReporting.

Mr. Fegelman, the clerk informs me that you have six or seven minutes for your presentation. My colleagues will call me to order if I let you go on too long.

Mike Fegelman, Executive Director, HonestReporting Canada: You can keep me in check. I encourage you to do so.

Thank you very much, Mr. Chair and distinguished members of the committee. I would like to begin by thanking the Standing Senate Committee on Transport and Communications for its important work in examining and reporting on the challenges faced by the CBC, specifically in relation to the changing environment of broadcasting and communications.

My organization, HonestReporting Canada, applauds this committee's efforts. We encourage its members to carefully consider the testimony before them and join together in exploring our recommendations to serve toward improve our public broadcaster.

I would like to begin by explaining our organization's genesis and values. HonestReporting Canada was founded in 2003 by a group of concerned Canadians who wanted to ensure fair and accurate Canadian media coverage of Israel. Frustrated by inaccuracies and unfairness of pan-Canadian media coverage of Israel post the second intifada, and specifically that of the CBC, HonestReporting was born. For example, when CBC "the National" featured reporting in 2004 which gave a platform to unfounded allegations that Israeli agents played a role in the abuse of Iraqi detainees at the Abu-Ghraib prison facility in Iraq, we were there.

This instance of journalistic malpractice prompted the CBC to issue an unprecedented two on-air clarifications on prime time television. A couple years later a CBC reporter sympathetically profiled a notorious Lebanese terrorist named Samir Qantar in an almost heroic light. This was a man who in cold blood murdered an Israeli father, his two-year-old daughter and two policemen.

During that brutal attack Qantar, who was then 16, dragged 32-year-old Danny Haran and his four-year-old daughter, Einat, from their apartment to the nearby beach. Qantar killed Haran by shooting him in the back and then drowning him while Einat watched. According to forensic evidence and eyewitness court testimony Qantar then killed the girl by smashing her skull against the rocks with the butt of his rifle. Her mother, Smadar, hid the two-year-old Yael but accidentally smothered her to death while trying to silence the toddler's cries. This attack is considered perhaps the most brutal in Israel's history and it has been seared onto the collective Israeli consciousness.

Following CBC's sympathetic portrayal of this terrorist we complained to the CBC. At an in-person meeting the CBC conceded to us that they had dropped the ball and dispatched

Monsieur Fegelman, le greffier m'informe que vous disposez de six ou sept minutes pour votre exposé. Mes collègues me rappelleront à l'ordre si je vous laisse parler trop longtemps.

Mike Fegelman, directeur exécutif, HonestReporting Canada : Prévenez-moi si je prends trop de temps. S'il vous plaît!

Merci beaucoup, monsieur le président et distingués membres du comité. Je remercie le Comité sénatorial permanent des transports et des communications d'avoir entrepris la tâche importante de procéder à l'examen et de rendre compte des difficultés qu'affronte la SRC, notamment en raison de l'évolution du contexte dans lequel s'inscrivent la radiodiffusion et les communications.

Mon organisation, HonestReporting Canada, vous félicite de vos efforts. Nous vous invitons à tenir compte attentivement des témoignages rendus ici et à examiner l'ensemble de nos recommandations qui visent à améliorer la qualité de notre radiodiffuseur public.

Permettez que je commence par expliquer la genèse et les valeurs de notre organisation. HonestReporting Canada a été fondée en 2003 par un groupe de Canadiens soucieux de garantir un compte rendu juste et exact de la situation en Israël dans les médias canadiens. C'est de la frustration provoquée par les inexactitudes et la partialité des reportages sur Israël à l'échelle des médias canadiens après la deuxième intifada — et notamment à la CBC — qu'est née HonestReporting. Par exemple, lorsque l'émission *The National* a laissé croire, en 2004, que des agents israéliens avaient joué un rôle dans les mauvais traitements infligés à des détenus irakiens dans la prison d'Abou-Ghraib, en Irak, nous étions là.

Cet exemple de mauvaises pratiques journalistiques a incité la CBC à diffuser deux déclarations sans précédent à des heures de grande écoute pour clarifier la situation. Un ou deux ans plus tard, un journaliste de la CBC a fait un portrait positif d'un terroriste libanais notoire du nom de Samir Qantar, comme s'il s'agissait d'un héros. Cet homme a assassiné de sang-froid un Israélien et sa fille de deux ans, ainsi que deux policiers.

Au cours de cette agression brutale, Qantar, alors âgé de 16 ans, a traîné Danny Haran, 32 ans, et sa fillette Einat, quatre ans, de leur appartement à la plage voisine. Il a tué Haran en lui tirant une balle dans le dos, puis en le noyant, cela sous le regard d'Einat. Selon les résultats de l'analyse médico-légale et selon les témoins qui ont comparu devant le tribunal, Qantar a ensuite tué la fillette en lui fracassant la tête sur les rochers à l'aide de la crosse de son fusil. La mère, Smadar, a dissimulé la petite Yael de deux ans, mais l'a étouffée sans s'en rendre compte en essayant de l'empêcher de crier. Cette agression est peut-être la plus brutale de l'histoire d'Israël et elle est restée gravée dans la mémoire collective des Israéliens.

À la suite de l'émission présentant un portrait sympathique de ce terroriste, nous avons déposé une plainte auprès de la Société Radio-Canada. Dans le cadre d'une rencontre en personne, la

another journalist to do a follow-up piece that properly did profile Qantar's true legacy of terror.

Last year this seemingly anti-Israel trend continued with the CBC giving airtime to an individual who alleged that Israel had deployed chemical weapons on Palestinian children. It was a modern day blood libel, plain and simple.

As an independent grassroots organization HonestReporting works with our 30,000 subscribers and we promote balanced and contextualized Canadian media coverage of Israel and the Middle East at large. We monitor the media in both official languages, recognize excellence and expose inaccuracy in Canadian reporting in the region.

Accordingly we are dedicated to ensuring that news coverage, whether national, local, academic or alternative, conforms to the journalistic standards that news organizations claim to adhere to. When these standards are ignored or violated our staff and our grassroots supporters take action by contacting news agencies and drawing attention to errors and requesting changes. Media outlets, correspondents and news professionals are held accountable for problematic reporting and are made aware of the need for factual, impartial and fair reporting. Since 2003 our organization is proud to have prompted several thousand apologies, retractions and revisions from various different media outlets.

Today, though, our focus will specifically be on CBC's coverage of Israel and to a lesser degree its combined reporting of the Arab world and the broader Middle East, a region that traditionally dominates the headlines and commands immense news coverage. NBC News correspondent Martin Fletcher recently observed that Israel is the "most analyzed, yet least understood country in the world." But why, why is Israel in particular in the middle of a battle for public opinion?

The singling out of the state of Israel for disproportionate censure is a phenomenon that is part and parcel of a campaign of delegitimization by Israel's enemies who look to defeat Israel in the media battleground as they cannot defeat it through conventional warfare. This war is taking place in the court of public opinion and in the media, which is the prism for most people to understand the world. How else to explain the misnomer of Israel being demonized as an apartheid state, along with being the unique target of BDS campaigns? Those are boycott, divestment and sanction campaigns which are perpetrated by Israel's enemies.

Israel after all is a sole democracy in a region that is suffering from instability, tyranny and a basic lack of human rights. In Israel, although a nation that is far from perfect, everyone is equal

SRC a admis qu'elle n'avait pas été à la hauteur et avait chargé un autre journaliste de faire un suivi et de rendre compte des véritables actes de terreur perpétrés par Qantar.

L'année dernière, cette tendance apparemment hostile à Israël s'est confirmée quand la CBC a offert du temps d'antenne à un individu prétendant qu'Israël avait employé des armes chimiques contre des enfants palestiniens. C'était une nouvelle calomnie pure et simple.

HonestReporting est une organisation populaire indépendante qui compte 30 000 abonnés. Nous défendons le principe d'un compte rendu équilibré et contextualisé de la situation en Israël et au Moyen-Orient dans les médias canadiens. Nous surveillons les médias des deux langues officielles, prenons acte des reportages d'excellente qualité et dénonçons les inexactitudes.

C'est ainsi que nous veillons à ce que les nouvelles — qu'elles soient nationales, locales, universitaires ou alternatives — respectent les normes journalistiques auxquelles les organisations de presse disent adhérer. Lorsque ces normes sont ignorées ou transgressées, notre personnel et nos partisans sur le terrain interviennent en prenant contact avec les agences de presse pour attirer leur attention sur leurs erreurs et demander des correctifs. Les organes d'information, les correspondants et les professionnels de l'information sont tenus responsables des comptes rendus problématiques et sont sensibilisés à la nécessité de rendre compte des faits en toute impartialité et équité. Depuis 2003, notre organisation est fière d'avoir obtenu plusieurs milliers d'excuses, de rétractations et de révisions de la part de différents organes d'information.

Aujourd'hui, cependant, nous nous intéresserons plus particulièrement à la façon dont la Radio-Canada rend compte de la situation en Israël et, à un moindre degré, à ses reportages sur le monde arabe et sur le Moyen-Orient en général, qui fait toujours la une des nouvelles et donne lieu à quantité d'émissions. Le correspondant de NBC News, Martin Fletcher, a récemment fait remarquer qu'Israël est « le pays le plus analysé et pourtant le moins bien compris du monde ». Mais pourquoi donc Israël se trouve-t-il au beau milieu d'une bataille de l'opinion publique?

La censure disproportionnée dont l'État d'Israël fait l'objet est un phénomène qui fait partie intégrante d'une campagne de délégitimisation menée par les ennemis d'Israël qui veulent obtenir la défaite d'Israël dans la guerre des médias parce qu'ils ne peuvent pas l'obtenir dans la guerre conventionnelle. Cette guerre se déroule devant le tribunal de l'opinion publique et dans les médias, qui sont le prisme par lequel la plupart des gens comprennent le monde. Comment expliquer autrement l'absurde diabolisation d'Israël présenté comme pays d'apartheid ou les campagnes BDS menées exclusivement contre lui? Ces campagnes de boycott, de désinvestissement et de sanctions sont le fait des ennemis d'Israël.

Israël, après tout, est la seule démocratie d'une région qui souffre d'instabilité, de tyrannie et de non-respect pur et simple des droits de la personne. En Israël — et bien que ce pays ne soit

before and under the law, whereas in the broader Middle East justice is often swift and done without a jury or judge but by an executioner.

During the Israel-Hamas conflict this past summer 700 journalists from over 40 countries covered the conflict and put a magnifying glass on Israel. That magnifying glass approach is fine and even to be applauded so long as that magnifying glass is also on the opposing side. However the power of dramatic headlines, photos, daily news reports and television footage is telling a story about Israel that is often told in an unfair manner and that is inaccurate in what has been termed “the media intifada.”

Western mainstream news organizations like the CBC play a critical role in shaping public opinion and public policy. It is incumbent upon the CBC therefore to ensure that its news coverage especially that of the Middle East is scrupulously fair, balanced and accurate. The CBC can't be seen by default to be advocating a particular political point of view which might make it an unwitting accomplice to Israel's detractors and a narrative that vilifies Israel.

With so many threats facing Israel today from nuclear proliferation, terrorism, Iran, Hezbollah, Hamas, unstable neighbours, the ascendancy of ISIS and the stalled peace process, it is important to ensure that our business and political leaders and the public who influence those leaders receive accurate information about Israel.

This brings us back to the CBC who time and again has reports and reporters who hold Israel to an impossible standard and the broader Middle East to a lesser one.

The Chair: I am sorry. I was just given your statement. It is probably going to be longer than the seven minutes we allowed you so I would like you to maybe summarize it. It is not that I want to control the message but we did give instructions of introductions of seven minutes.

Mr. Fegelman: I understand. It is not a problem. If I can I will just give two quick examples and then I will move towards my recommendation.

During this summer's conflict CBC was quick to rush to indict Israel for the death of 16 Palestinians who were seeking refuge in a UN school in Beit Hanoun on July 24. I am just going to show you a diagram to illustrate CBC's reporting. They featured this report that headlined, “Gaza conflict: Israeli fire hits compound housing UN school, killing 15.”

Instead of being investigative about the incident CBC took Palestinian allegations of Israeli culpability at face value, presumed Israel guilty of the incident despite a dearth of

pas parfait, tant s'en faut —, la loi ne fait acception de personne et s'applique également à tous, alors que, au Moyen-Orient en général, la justice est souvent expéditive et les accusés ne sont pas mis en présence d'un jury ou d'un juge, mais d'un bourreau.

Au cours du conflit entre Israël et le Hamas, l'été dernier, 700 journalistes en provenance de plus de 40 pays ont rendu compte de la situation en plaçant Israël sous une loupe. Soit, et même : qu'on s'en félicite, mais à condition que la loupe grossisse également l'avert et le revers de la médaille. Mais le pouvoir des gros titres, des photos, des reportages quotidiens et des images télévisées rendent compte de la situation en Israël d'une manière injuste et inexacte, au point qu'on a pu parler d'« intifada médiatique ».

Les organes d'information populaires occidentaux comme Radio-Canada jouent un rôle crucial dans la formation de l'opinion publique et l'élaboration de la politique gouvernementale. Il incombe donc à la SRC de veiller à ce que ses émissions de nouvelles — notamment lorsqu'il s'agit du Moyen-Orient — fournissent une information scrupuleusement impartiale, équilibrée et exacte. La SRC ne saurait donner l'impression par défaut de défendre un certain point de vue politique qui pourrait en faire la complice involontaire des détracteurs d'Israël et d'un discours dénigrant Israël.

Compte tenu des multiples menaces qui pèsent sur Israël de nos jours — de la prolifération des armes nucléaires à l'impasse des pourparlers de paix en passant par le terrorisme, l'Iran, le Hezbollah, le Hamas, les voisins instables et l'ascendance de l'État islamique, il est important de veiller à ce que nos entreprises et nos dirigeants politiques ainsi que ceux qui influencent nos dirigeants reçoivent de l'information exacte sur Israël.

Voilà qui nous ramène à la SRC, dont les reportages et les journalistes ne cessent de tenir Israël à une norme intenable et le Moyen-Orient en général, à une norme moindre.

Le président : Je suis désolé, on vient juste de me remettre votre déclaration. Cela durera probablement plus que les sept minutes que nous vous avons allouées. Je vous prie donc de résumer si c'est possible. Ce n'est pas que je veuille contrôler votre message, mais nous avons bien précisé que les introductions ne devaient pas dépasser sept minutes.

M. Fegelman : Je comprends, aucun problème. Si vous permettez, je vais simplement donner deux exemples rapides, puis je passerai à mes recommandations.

Au cours du conflit de l'été, Radio-Canada a tôt fait de condamner Israël pour la mort de 16 Palestiniens qui avaient cherché refuge dans une école de l'ONU, à Beit Hanoun, le 24 juillet. Je vais simplement vous montrer un diagramme illustrant la position de la CBC. Ce reportage était intitulé « Gaza conflict : Israeli fire hits compound housing UN school, killing 15 ».

Au lieu de faire enquête sur l'incident, la CBC a repris la thèse palestinienne concernant la culpabilité des Israéliens et elle a supposé qu'Israël était responsable malgré l'absence totale de

evidence and prior to the idea of releasing the findings of its investigation, Israeli officials had contended that there was a high chance and a very high probability the shell that hit the UN school was shot by Hamas, either intentionally or waywardly.

Following our intervention the CBC then changed the headline to reserve judgment. The headline then changed to: "Gaza conflict: UN school caught in crossfire killing 15," instead of laying blame exclusively on Israel.

This is just a snapshot of some of our important work in recent days. Historically I can tell you that about a third of our efforts revolve around the CBC's coverage and that we monitor the combined Canadian media coverage of Israel.

The Chair: You were going to make recommendations.

Mr. Fegelman: I am coming to the recommendations, yes.

We have issued approximately 1,000 complaints to the CBC and have received a 70 to 75 per cent success rate in terms of satisfaction of our concerns. I say that you shouldn't just take my word for granted.

The CBC itself has acknowledged its own shortcomings. For example, Radio Canada's ombudsman, Pierre Tourangeau who appeared before this committee, directed the CBC news department just this past year to be more vigilant in its reporting on Israel, in Radio Canada's coverage of the Israeli-Palestinian conflict.

The ombudsman concluded that there exists "again this year, real problems in the coverage of the Arab-Israeli dispute about the Palestinian issue." "The problems," continued the ombudsman, merit a "change in attitude toward the Israeli-Palestinian conflict."

I will move towards my conclusion. To improve the CBC our public broadcaster must strive to shed a spotlight on underreported stories such as Palestinian corruption and cronyism where its leaders syphon billions of dollars intended for their populace into their own personal coffers. Reports must be produced to show how the Middle East is a black hole when it comes to human rights and how despotic countries like Qatar and Iran are bankrolling international terrorism, how Iranian women are hanged for killing their own rapists and how Saudi Arabian women are treated like chattel.

Just look to the gruesome deaths of millions in the Congo in recent years, a story that amazingly fails to gain traction by our western media outlets. We have to question the kinds of priorities of news coverage that is out there.

preuves. Qui plus est, avant que ne soient diffusés les résultats de l'enquête, les autorités israéliennes avaient émis l'opinion que, selon toutes probabilités, le tir venait du Hamas et avait frappé l'école de l'ONU intentionnellement ou accidentellement.

Après notre intervention, la CBC a modifié le titre en suspendant son jugement : « Gaza conflict : UN school caught in crossfire killing 15 », soit « Conflit à Gaza : quinze morts dans une école de l'ONU prise entre deux feux », au lieu de condamner exclusivement Israël.

Ce ne vous donne qu'une idée de l'importance de notre travail dans les derniers jours. Je peux vous dire que, généralement, un tiers de nos interventions ont trait à la façon dont la CBC traite de la situation en Israël et que nous surveillons tous les médias canadiens à cet égard.

Le président : Veuillez formuler vos recommandations.

M. Fegelman : J'y viens, oui.

Nous avons déposé environ un millier de plaintes auprès de Radio-Canada et avons obtenu satisfaction dans 70 à 75 p. 100 des cas. Ne vous contentez pas de me croire sur parole.

La SRC elle-même a reconnu ses propres lacunes. Songez à Pierre Tourangeau, l'ombudsman de Radio-Canada, qui est venu témoigner devant le comité et qui a ordonné au service des nouvelles de la CBC, l'année dernière, de se montrer plus vigilant dans les reportages sur Israël et sur le conflit israélo-palestinien.

L'ombudsman a conclu : « Il y avait donc, cette année encore, des problèmes bien réels dans la couverture du différend israélo-arabe à propos de la question palestinienne. » Il a poursuivi dans les termes suivants : « Mais il faudra [...] peut-être même changer d'attitude à l'égard du conflit israélo-palestinien. »

J'arrive à ma conclusion. Pour que la Radio-Canada s'améliore, il faut que notre radiodiffuseur public s'efforce d'éclairer certains aspects moins analysés dans les reportages, comme la corruption et le népotisme en Palestine, où les dirigeants siphonnent des milliards de dollars destinés à la population pour les déposer dans leurs coffres personnels. Il faut parler de la façon dont le Moyen-Orient est un trou noir lorsqu'il s'agit des droits de la personne et expliquer comment des États despotiques comme le Qatar et l'Iran financent le terrorisme international, il faut dire que des femmes iraniennes sont pendues pour avoir tué leur violeur et que les femmes saoudiennes sont traitées en esclaves.

Songez seulement à la mort horrible de millions de Congolais dans les dernières années : voilà une situation qui, étonnamment, ne suscite pas l'intérêt des médias occidentaux. Il faut s'interroger sur les priorités en matière de nouvelles.

Ladies and gentlemen, the study you are undertaking is an important initiative in that while worthy of applause. It is only going to represent a meaningful initiative if it leads to substantive changes that see CBC standards and operating practices actually observed by the CBC.

In summary our recommendations are that an independent commission of inquiry be established to provide an external review of the CBC's Mideast reporting and that the role and mandate of the CBC's ombudsman should be expanded to equip the ombudsman with tools to actually enforce CBC news coverage. At present the CBC's ombudsman can only issue advisory rulings without any actual teeth and for some appear to be a form of window dressing.

While we have no problems with the current ombudsman, especially with the integrity of the ombudsman, we do believe that this position should be hired and employed from outside of the ranks of the CBC.

We believe that Middle East correspondents and journalists require more training to equip them with a clear understanding of the region and of the need for fair and balanced reporting.

Finally, traditionally underreported and omitted stories of the Middle East must see the light of day. I say for the record that we are not of the belief that the CBC has an animus or agenda against Israel, that it has an axe to grind with Israel, but we do believe and have the facts to prove the CBC itself acknowledges that it has many shortcomings. Actions can be anti-Semitic in effect if not in intent due to the cumulative effect of unfair, inaccurate and unbalanced media coverage of Israel.

If we are serious about improving the state of the CBC's journalism and fostering a greater sense of accountability, we must be true to our own values and enshrine the aforementioned policy recommendations into actual policies.

Mr. Chair and distinguished members of the committee, I thank you very much for the opportunity you have afforded me in addressing you. At this moment I welcome any questions you may have.

Senator Eggleton: I frankly don't know why you are here. It seems to me that if you have a complaint about journalism, the operation of the journalist within the CBC, you should be taking that to some other entity such as the CRTC or maybe some other body that exists out there. There are bodies I know that exist in the print media. I don't know about the electronic media.

This is a political body. Surely you are not suggesting that there should be political oversight on what journalists do.

Mesdames et messieurs, l'examen que vous êtes en train d'entreprendre est une initiative importante et digne de respect. Mais elle n'aura de sens que si elle donne lieu à des changements en profondeur qui inciteront Radio-Canada à respecter effectivement les normes et pratiques de fonctionnement qui sont les siennes.

En résumé, nous recommandons qu'une commission d'enquête indépendante soit constituée, afin d'obtenir un rapport externe sur la couverture journalistique de Radio-Canada sur le Moyen-Orient, et que le rôle et le mandat de l'ombudsman de la CBC soient étendus, dans le but de l'habiliter à faire appliquer les règles entourant la couverture médiatique de CBC. À l'heure actuelle, l'ombudsman de la CBC ne peut émettre que des avis consultatifs non contraignants qui semblent plutôt une mesure de façade.

Bien que nous n'ayons aucun problème avec l'ombudsman actuel, surtout en ce qui concerne son intégrité, nous croyons que ce protecteur du citoyen devrait être recruté et employé hors des rangs de la CBC.

Nous croyons que les correspondants et journalistes en reportage au Moyen-Orient devraient recevoir une formation plus poussée, afin d'assurer qu'ils ont une connaissance approfondie de la région et qu'ils saisissent l'importance du traitement juste et équilibré de l'information.

Enfin, les événements du Moyen-Orient traditionnellement peu couverts ou laissés de côté doivent être rendus publics. Je tiens à préciser que nous ne croyons pas que la CBC nourrit quelque hostilité envers Israël ou qu'elle a des comptes à régler avec Israël, mais nous sommes convaincus et en mesure de le prouver, la CBC le reconnaît elle-même, qu'elle présente de nombreuses lacunes. Certaines actions peuvent effectivement être antisémites même si ce n'était pas l'intention au départ, et ce, en raison de l'effet cumulé d'une couverture médiatique injuste, inexacte et inégale d'Israël.

Si nous désirons vraiment améliorer la qualité du journalisme à la CBC et favoriser une plus grande responsabilité, nous devons rester fidèles à nos valeurs et intégrer les recommandations susmentionnées dans des politiques concrètes.

Monsieur le président, distingués membres du comité, je vous remercie de m'avoir invité à témoigner devant vous. Je suis prêt à répondre à vos questions.

Le sénateur Eggleton : Je ne comprends vraiment pas pourquoi vous êtes ici. Il me semble que si vous avez une plainte à formuler à l'égard d'une forme de journalisme, celle qui a cours à la CBC, vous devriez présenter les faits à une autre entité, telle que le CRTC ou un autre organisme pertinent. Je sais qu'il existe des organismes dans la presse écrite, je ne sais pas pour la presse électronique.

Nous sommes un organe politique. Vous ne croyez certainement pas que le travail des journalistes devrait être soumis à un contrôle politique.

Mr. Fegelman: I will tell you about the process. We handle this with respect to any of our interventions with any media outlet. If an error occurs we complain directly to that media. If there cannot be a satisfactory remedy then it could be taken to a relevant, whether it is the Canadian Radio Television and Telecommunications Commission, the Canadian Broadcast Standards Council or the newspaper press councils for the print media. That is the protocol that we follow and we believe is best to be considered.

Senator Eggleton: That is a decent protocol. I am wondering why you are here because this is not the body to be doing that. Heaven forbid the government ever gets into journalistic oversight like they do in Russia and some other places. That is very contrary to our democratic understanding of separation between journalism and the political entity.

I am not saying you don't have a case. I am just saying I don't think this is the place to make the case. We are talking about the future of the CBC here.

Senator Plett: Is there a question?

Senator Eggleton: Yes. I am entitled to make comments. You do it all the time. In fact you spend an awful lot of time making comments. If I want to make comments I will do that, and it has led to a question.

I am not saying you don't have a case. I am just saying I don't see this as the body. We are talking about the future of the CBC, particularly in view of the changing dynamics of the broadcast world, the new digital platforms and all of that stuff. I would have thought you should continue on those other paths.

Mr. Fegelman: I will say, if I can answer your question, we will continue on those other paths but we do believe that CBC is exceptional in comparison to the other media outlets simply because public funds go to support Canadian broadcasting journalism. When that journalism, in our professional estimation and CBC acknowledges, is producing reporting that is systemically being problematic against Israel, we believe that there needs to be some oversight if it is not going to happen within.

Senator Eggleton: You think the government should interfere then.

Mr. Fegelman: We don't believe in government interference. We do believe that there should be some kind of an independent review. How that is comprised and appointed, that obviously would have to be carefully considered.

M. Fegelman : Je vais vous expliquer comment nous procédons. Toutes nos interventions auprès des médias s'effectuent de la même façon. Si une erreur se produit, nous présentons une plainte directement au média concerné. Si une solution satisfaisante ne peut être déterminée, la cause pourra être acheminée à un organisme pertinent, soit le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le Conseil canadien des normes de la radiotélévision ou les conseils de presse de la presse écrite. C'est le protocole que nous observons et nous croyons que c'est la meilleure façon de faire.

Le sénateur Eggleton : C'est un protocole raisonnable. Je me demande pourtant pourquoi vous êtes ici, car ce n'est pas l'organisme qui convient à votre démarche. S'il fallait que le gouvernement se mette à surveiller le traitement de l'information comme ils le font en Russie et ailleurs. Ceci serait vraiment contraire à notre conscience démocratique qui vise à séparer le domaine journalistique de la politique.

Je ne dis pas que votre cause n'est pas légitime, je dis seulement que l'endroit n'est pas approprié. Nous discutons ici de l'avenir de la CBC.

Le sénateur Plett : Y a-t-il une question?

Le sénateur Eggleton : Oui. J'estime avoir le droit de faire des commentaires. Vous le faites couramment. D'ailleurs, vous passez un temps considérable à émettre des commentaires. Si j'ai des commentaires à faire, je les fais, et cela a mené à une question.

Je ne dis pas que votre cause n'est pas légitime, je dis seulement que ce n'est pas l'endroit approprié pour en débattre. Nous discutons de l'avenir de la CBC, tout particulièrement dans l'optique de la dynamique changeante du monde de la radiodiffusion, des nouvelles plates-formes numériques et tout le reste. J'aurais cru que vous alliez aborder ces autres pistes de discussion.

M. Fegelman : Je vous dirai, si je peux répondre à votre question, que nous aborderons ces autres pistes de discussion, mais je dois souligner que Radio-Canada est un organisme exceptionnel comparativement aux autres médias, simplement parce que des fonds publics y sont injectés pour appuyer la radiodiffusion de contenu d'information canadien. Lorsque ce type de journalisme, selon notre estimation professionnelle et de l'aveu même de Radio-Canada, produit des reportages systématiquement problématiques à l'encontre d'Israël, nous croyons qu'un processus de surveillance devrait être mis en place à défaut de provenir de Radio-Canada elle-même.

Le sénateur Eggleton : Vous croyez que le gouvernement devrait intervenir alors.

M. Fegelman : Nous ne croyons pas que le gouvernement devrait intervenir. Nous croyons qu'une enquête indépendante est nécessaire. De quelle façon, et par qui, cela devra être déterminé avec soin, évidemment.

Senator Eggleton: You mentioned the CRTC and other possible appeal entities and you mentioned the ombudsman. Where do you think the appeal process breaks down? Where does there need to be a change in the appeal process?

Mr. Fegeleman: Let me be clear. I don't believe that the appeal process has any fundamental flaws. In fact we have a very good constructive relationship with the CBC. I mentioned that we have secured approximately a 70 per cent remedy of our concerns.

Our issues aren't necessarily with the ombudsman but we have seen that even if an ombudsman does agree that there were violations all they can do is say there were violations and nothing could follow from that. There is no enforceability. That is our major concern just with the role of the ombudsman's office but we are satisfied with existing standards and practices of the CBC.

Senator Housakos: Thank you, sir, for being here with us today.

Mr. Fegeleman: It is my pleasure.

Senator Housakos: Unlike my colleague I do appreciate your testimony. I do want to remind colleagues around the table that the CBC and organizations like the CRTC not only get their funding from the Government of Canada but they get their mandate from the Parliament of Canada.

This is a committee that is reviewing a large, important Crown corporation, the Canadian Broadcasting Corporation. Indeed a part of our study will include governance of that organization and how they deal with complaints from the public.

Of course politicians and parliamentary committees have absolutely no place in determining the editorial content of journalists and by no means will this committee do that either, but we certainly have a responsibility to overview and to study their governance and their public appeals process. The CRTC certainly did it when they gave a licensing on the condition that they strengthen the role of the ombudsman to respond to public complaints. We have already had the ombudsman of CBC before this committee to discuss those specific issues.

This is just one step forward basically to evaluate what we heard from the ombudsman and what he hear now from an organization that has undertaken to promote certain interests. They can challenge the editorial content of the CBC. They have the right to do so. I am not going to agree or disagree with you.

My question now specifically is: Do you believe that the bias on the part of the CBC is unique to the CBC, or have you had similar types of difficulties with other broadcasting corporations? What has been your experience in dealing with getting those complaints being dealt with by private corporations vis-à-vis public corporations? I would hate to believe there is a systemic anti-Semitic reflex in our public broadcasting corporation.

Le sénateur Eggleton : Vous avez mentionné le CRTC et d'autres entités possibles, ainsi que l'ombudsman. À quelle étape croyez-vous que le processus d'appel arrive à une impasse? Où doit-on apporter des changements dans le processus d'appel?

M. Fegeleman : Soyons clairs. Je ne crois pas que le processus d'appel comporte des lacunes fondamentales. En fait, nous entretenons une relation très constructive avec la SRC. J'ai mentionné que les cas portés à notre attention sont redressés à près de 70 p. 100.

Les problèmes que nous traitons ne concernent pas nécessairement l'ombudsman, mais nous avons constaté que même si l'ombudsman convient qu'il y a bel et bien eu des irrégularités, cela ne va pas plus loin. Il n'y a pas de mesure coercitive. Voilà notre principale préoccupation à l'égard du rôle de l'ombudsman; par ailleurs, nous sommes satisfaits des normes et des pratiques existantes à Radio-Canada.

Le sénateur Housakos : Merci, monsieur, d'être parmi nous aujourd'hui.

M. Fegeleman : J'en suis heureux.

Le sénateur Housakos : Contrairement à mon collègue, j'apprécie votre témoignage. J'aimerais rappeler à mes collègues ici présents que non seulement la SRC et les organismes tels que le CRTC sont financés par le gouvernement du Canada, mais de plus ils sont mandatés par le Parlement du Canada.

Notre comité est chargé d'étudier une société d'État de premier plan, la Société Radio-Canada. Il est certain qu'une part de notre étude se penchera sur la gouvernance de cette organisation et la manière dont sont traitées les plaintes provenant du public.

Bien sûr, ce n'est pas aux politiciens et aux comités parlementaires de spécifier les contenus éditoriaux des journalistes, et ce comité n'en a aucunement l'intention, mais nous avons certainement la responsabilité d'en examiner la gouvernance ainsi que le processus d'appel public. Le CRTC l'a fait lorsqu'il a accordé une licence à la condition que le rôle de l'ombudsman soit renforcé afin de réagir aux plaintes du public. L'ombudsman de la SRC s'est déjà présenté devant ce comité pour discuter de ces questions spécifiques.

Ceci n'est qu'un pas supplémentaire visant à étudier l'information fournie par l'ombudsman et celle qui provient maintenant d'une organisation qui a décidé de promouvoir certains intérêts. Ils ont bien le droit de contester le contenu éditorial de la SRC. Je ne vais pas dire que je suis d'accord ou non avec vous là-dessus.

Ma question est plutôt la suivante : croyez-vous que la partialité de la SRC est unique à la CBC ou avez-vous rencontré des cas semblables chez d'autres radiodiffuseurs? Quelle a été votre expérience en ce qui concerne le traitement des plaintes du côté des radiodiffuseurs privés comparativement aux radiodiffuseurs publics? Je déteste l'idée qu'il puisse exister un réflexe antisémite chez notre radiodiffuseur public.

Mr. Fegelman: Thank you for your question, Mr. Housakos. I am not of the belief that the CBC or its several thousand employees and reporters, journalists and editors wake up day in and day out with any intent to malign Israel. I think it is the byproduct of a lot of serious impediments to doing media coverage of the Middle East which is perhaps the most challenging and most difficult issue to cover in the field of journalism. It is an issue of access which from a very historical perspective is fraught with a lot of challenges about the education of journalists.

There is a challenge in terms of the lexicon that is often appropriated. I could go into many reasons. In fact I give a workshop that lasts about an hour and a half. The issues with respect to the CBC are not unique to the CBC. They appear in all news organizations, international and domestic as well.

For our monitoring of the Canadian media coverage of Israel, CBC produces the most media coverage of any other media outlet. It has great audience both in the French and English perspective. That is why we dedicate a lot of our resources to watching the CBC, but I don't believe that several thousand employees have a disdain against Israel.

Senator Housakos: Do you guys also work on any other issue or are you specifically focused on the cause in Israel?

Mr. Fegelman: If I am accused of a bias in any particular sense it is that my day in and day out focus is revolved around monitoring how the media report on Israel. I am not exclusively monitoring coverage of Qatari media by the Canadian media or Qatari issues by the Canadian media or Jordanian issues extensively.

Senator Housakos: Are there any other organizations in Canada or the United States that monitor media bias similar to what you? Obviously you are oriented to a specific issue but would there be other organizations in North America that would monitor media bias?

Mr. Fegelman: Absolutely. As we all know there are many hundreds of different special interest groups whether for women's rights and environmentalism or different political issues. The role of media watchdogs exists wide and far because they believe quite significantly that what is reported today oftentimes becomes foreign policy tomorrow. There are many, whether it is Greenpeace or some women's rights issue, whether they call themselves media watchdogs or have a segment of their activities actually engaging in media monitoring and activism.

Senator Housakos: I have recommended in the past that to strengthen the role and the independence of both the English and French ombudsman of the CBC it would be appropriate for the Parliament of Canada to consider giving them an independent budget and giving them more teeth. In that way they would not be liable to the wishes of the administration of the CBC. They wouldn't be accountable to the administration of the CBC. More

M. Fegelman : Merci pour cette question, sénateur Housakos. Je ne crois pas que la SRC ou ses milliers d'employés, de journalistes et d'éditorialistes se lèvent tous les matins avec l'intention de dénigrer Israël. Je crois qu'il s'agit de la conséquence des nombreux obstacles qui entourent la couverture médiatique du Moyen-Orient, qui constitue peut-être le sujet le plus difficile à couvrir dans le domaine du journalisme. C'est une question d'accès qui historiquement pose plein de problèmes liés à la formation des journalistes.

Il existe des difficultés au niveau du lexique approprié à utiliser. Je pourrais vous donner de nombreuses raisons. En fait, je donne un atelier d'environ une heure et demie sur le sujet. Les problèmes constatés à la SRC ne sont pas propres à la SRC. Ils surgissent dans toutes les nouvelles organisations, qu'elles soient internationales ou nationales.

Nous surveillons la couverture médiatique canadienne d'Israël et c'est Radio-Canada qui produit le plus de reportages, comparativement aux autres médias. Elle attire un large public, autant du côté francophone que du côté anglophone. C'est pourquoi nous affectons de nombreuses ressources à l'étude de la couverture de la SRC, mais je ne crois pas que plusieurs milliers d'employés font preuve d'un mépris envers Israël.

Le sénateur Housakos : Votre équipe travaille-t-elle à d'autres causes ou est-elle spécifiquement affectée à celle d'Israël?

M. Fegelman : Si l'on m'accuse de partialité d'un sens ou de l'autre, on doit se rappeler que mon travail quotidien porte essentiellement sur le suivi de la couverture médiatique d'Israël. Je n'étudie pas exclusivement la couverture des médias qatariens ou des problèmes du Qatar par les médias canadiens et je n'étudie pas les événements de la Jordanie à fond.

Le sénateur Housakos : Y a-t-il d'autres organismes au Canada ou aux États-Unis qui examinent la partialité des médias comme vous? Il est évident que vous vous concentrez sur un problème spécifique, mais y aurait-il d'autres organismes en Amérique du Nord qui étudient la partialité des médias?

M. Fegelman : Absolument. Nous savons tous qu'il existe des centaines de groupes d'intérêt différents, que ce soit au nom des droits des femmes, de l'environnement ou de diverses questions politiques. Les organismes de surveillance existent partout dans le monde, car leurs porte-parole savent avec raison que les nouvelles rapportées aujourd'hui composent souvent la politique étrangère plus tard. Ces organismes sont nombreux, que ce soit Greenpeace, des groupes de droits des femmes; certains s'identifient comme des organismes de surveillance des médias, d'autres ne consacrent qu'un segment de leurs activités à la surveillance et à l'activisme.

Le sénateur Housakos : J'ai recommandé dans le passé, afin de renforcer le rôle et l'indépendance des ombudsmans des volets anglophone et francophone, que le Parlement du Canada leur accorde un budget indépendant et un plus grand pouvoir de coercition. De cette façon, ils ne seraient plus redevables à l'administration de la SRC. Ils n'auraient pas de comptes à rendre à l'administration de la SRC. Plus précisément, ils n'auraient plus

specifically, they wouldn't also have to face sometimes unfair or unbalanced or inequitable cutbacks in their department as they have had recently as compression of the operating budget of the CBC goes on. Do you think that is a good idea?

Mr. Fegelman: I agree that there needs to be a strengthening of the enforceability of ombudsman edicts. I can't speak to the budget or resources of the ombudsman because I am just not privy to it, but I do think that the fact that the ombudsman's reports can be viewed by many as window dressing is a serious problem.

Senator Plett: My main question was also to be centred around how you felt other media outlets were conducting themselves. My colleague opposite said that I took a good time with my preamble so I will at least take a short one. He also suggested he didn't have any problem with your issue but whether or not you should be presenting that to us.

I also want to first of all thank you for being here and say I very much agree that your issues should be presented to this committee. We are studying the viability of CBC but we are studying CBC as a whole. We hear from individuals all the time that have whatever axe to grind. They have a right to come here and do so. We as a committee then determine what our observations and our recommendations will be. I think that once we have accepted a witness, that witness has the right to certainly express their opinion if that is not an opinion of hate.

We are all politicians around the table here. We hear over and over again how this media outlet is biased against us and how that media outlet is biased against us. Of course Conservatives believe that all media are left of centre and people opposite kind of think they are too middle of the road and so on and so forth.

Do you believe that journalists have a right to an opinion, or do they need to absolutely walk the middle ground? We discussed at lunch between two anchors, one having some political biases and another keeping her political biases out of it. I don't believe they do necessarily, but do you believe a journalist has the right to an opinion and to state it?

Mr. Fegelman: Yes and I think we should qualify the roles of journalists. We know that everybody has their own individual bias. To deny that we have our own thoughts and opinions on an issue would be grossly unfair.

I think it is the responsibility of a journalist to embargo and place that bias aside when they are doing a news report. I will just take it tangentially. If they are doing news coverage not about the Middle East but about local political issues, whether they are Conservative, Liberal or NDP they have to report in a factual, straightforward manner. They cannot allow that to bleed into their news coverage. Personal opinion oftentimes comes into their news coverage. It should be embargoed.

Senator Plett: I watch different news outlets. I watch CBC. I watch CTV. I watch Global. I watch Sun Media. Probably I am more sympathetic to Sun Media than some of the other media

à être victimes de coupures injustes ou irrégulières dans leur service, comme cela s'est produit récemment, suite à la compression continue du budget de fonctionnement de la SRC. Croyez-vous que ce serait une bonne idée?

M. Fegelman : Je suis d'accord qu'on doit renforcer le pouvoir de coercition des décrets de l'ombudsman. Je ne peux me prononcer sur le budget ou les ressources de l'ombudsman, car je ne suis pas au fait de ces détails. Cependant j'estime que le fait que les rapports de l'ombudsman soient souvent perçus comme une façade constitue un problème sérieux.

Le sénateur Plett : Ma question principale visait à savoir ce que vous pensez de l'approche des autres médias. Mon collègue de l'autre côté dit que mon préambule a pris beaucoup de temps, alors je serai bref cette fois. Il a également suggéré qu'il n'avait aucun problème avec le point que vous avez soulevé, mais il se demandait s'il était opportun de le présenter ici.

J'aimerais également tous vous remercier de votre présence et dire que je suis tout à fait d'accord que vous présentiez vos préoccupations devant ce comité. Nous examinons la viabilité de la SRC, mais nous l'étudions aussi dans son ensemble. Nous entendons régulièrement des témoignages de gens qui ont des comptes à régler; ils ont le droit de le faire ici. Le comité détermine ensuite quelles seront nos observations et nos recommandations. Les témoins accueillis ici ont le droit d'exprimer leur opinion tant que ce n'est pas une opinion haineuse.

Nous sommes tous des politiciens ici. Nous entendons à répétition à quel point ce média n'est pas objectif à notre égard. Il est certain que les conservateurs croient que tous les médias sont du centre gauche et que les gens de l'autre côté les trouvent trop modérés, et ainsi de suite.

Croyez-vous que les journalistes ont le droit d'avoir leurs propres opinions ou doivent-ils absolument adopter une position intermédiaire? Nous avons discuté ce midi avec deux présentateurs, un qui affichait ses préférences politiques et une autre qui les gardait à l'écart. Je ne crois pas qu'ils le font nécessairement, mais croyez-vous qu'un journaliste a le droit d'avoir une opinion propre et de l'exprimer?

M. Fegelman : Oui et j'estime que nous devrions spécifier le rôle des journalistes. Nous savons que nous avons tous nos propres opinions partiales. Il serait totalement déloyal de nier que nous avons nos propres idées et opinions sur un sujet.

Je crois que le journaliste a la responsabilité de mettre ses opinions de côté lorsqu'il livre de l'information. Par exemple, s'il doit présenter les nouvelles, pas sur le Moyen-Orient, mais sur l'actualité politique locale, qu'il soit d'allégeance conservatrice, libérale ou NDP, il doit livrer son reportage de façon factuelle et objective. Il ne doit pas laisser transparaître ses opinions dans son reportage. Les opinions personnelles se glissent souvent dans les reportages; elles devraient être tenues à l'écart.

Le sénateur Plett : Je regarde différentes chaînes d'information : CBC, CTV, Global, Sun Media. Je suis probablement plus en accord avec Sun Media qu'avec les autres

outlets. However without a doubt Sun Media also very clearly has their biases and when we hear Ezra Levant without a doubt his biases would probably be where mine and yours are for a good part, certainly on issues of Israel.

I guess more as a way of an observation, I don't believe many journalists entirely check their biases at the door. As my next observation or question the media also unfortunately have a duty, or at least they believe they do, to some degree sensationalize.

Taking last week's horrendous events in Ottawa as an example, if that had been reported without television coverage, without the shots of *The Globe and Mail* reporter taking what he did and so on and so forth, it wouldn't have attracted the attention and the people watching it.

I suppose it is a terrible reflection on all of us, but taking your issues into context more people will be horrified and more people will also watch if CBC or CNN or whoever shows one of the Israeli rockets going into a group of children even though those children are there as shields, people out there are using them as shields. That will create all the media attention and of course Israel will then be the bad guys because they killed all these civilians even though it has been very clearly orchestrated. If Palestine then sends one rocket over on to the Israeli side and one soldier dies, it is just not big media.

Mr. Fegelman: Right. I will say that last week CBC ombudsman Esther Enkin wrote a report — it is posted to the CBC website — which acknowledged that CBC reporting did have a lacking to a degree of images of Hamas firing rockets at Israel and of Hamas fighters dead or alive engaged in the conflict. That is an inherent challenge when you are dealing with asymmetrical warfare but it is huge challenge too.

To hearken back to your earlier comments about Ezra Levant, I think he himself would say he is more of a pundit and leads pretty unabashedly with his editorial line. I think there is a role for editorial comments in journalism. I think that is a role for columnists and pundits but Middle East bureau chiefs, chief correspondents and Parliament Hill reporters should strive to provide a balance of sources in their reports. They should use neutral language and they should try to avoid having what is often very sensationalized media coverage where terror is oftentimes fuelling the 24-hour news cycle. Not to just isolate the CBC, that is a problem that is exclusive to the field of journalism.

Senator Plett: I do not disagree with you. However, if we take the issues that have happened in the Ukraine over the last year I think most of us in the room are happy with the biased reporting,

médias. Toutefois, il est très clair que Sun Media fait également preuve de partialité et à entendre Ezra Levant, il n'y a pas de doute que ses opinions partiales rejoignent probablement les miennes et les vôtres en grande partie, certainement sur les questions se rapportant à Israël.

Si je peux faire une observation, je crois que peu de journalistes arrivent à mettre leur partialité entièrement de côté. En guise de seconde observation, je dirais que les médias ont malheureusement le mandat, enfin ils croient avoir le mandat de faire du sensationnalisme, à un certain point.

Si l'on prend comme exemple les événements horribles de la semaine dernière à Ottawa, si cette nouvelle avait été couverte sans reportage télévisé, sans les images du journaliste du *Globe and Mail* et ainsi de suite, elle n'aurait pas attiré l'attention des gens.

Je suppose que cela porte un jugement terrible sur nous tous. Mais en plaçant les événements dans leur contexte, plus de gens seront horrifiés et plus de gens suivront les reportages si la SRC ou CNN ou une autre chaîne montre des tirs de roquette israéliens dirigés sur un groupe d'enfants, même si ces enfants sont utilisés comme boucliers humains; là-bas, ils les utilisent comme boucliers humains. Ceci attirera toute l'attention médiatique et bien sûr Israël sera perçu comme le malfaiteur, car tous ces civils ont été tués, même si ce scénario avait clairement été orchestré. Si les Palestiniens tirent une roquette du côté des Israéliens et qu'un soldat meurt, cela ne mérite pas une grande couverture médiatique.

M. Fegelman : En effet. Je dois mentionner que la semaine dernière, l'ombudsman de la CBC, Esther Enkin, a publié un rapport — il est affiché sur le site web de la CBC — qui reconnaît que la couverture de la CBC comportait des lacunes, que les images montraient surtout les tirs du Hamas sur Israël et les soldats du Hamas morts ou engagés dans le conflit. La couverture médiatique est un défi en soi lorsqu'on est en présence d'une guerre asymétrique, c'est très difficile.

Pour revenir à vos commentaires sur Ezra Levant, je crois qu'il dirait de lui-même qu'il se considère plutôt comme un personnage d'autorité qui livre ses éditoriaux sans vergogne. Je crois que les éditoriaux d'opinion ont leur place dans le journalisme. Je crois que ce rôle convient aux chroniqueurs libres et aux experts, toutefois les directeurs généraux du Moyen-Orient, les correspondants en chef et les journalistes de la Colline parlementaire devraient s'efforcer de produire des reportages de sources équilibrées. Ils devraient employer un langage neutre et éviter le type de couverture médiatique à sensation, dans laquelle la terreur alimente le cycle de nouvelles 24 heures sur 24. Ceci n'est pas caractéristique de la SRC seulement, c'est un problème exclusif au domaine du journalisme.

Le sénateur Plett : Je ne suis pas en désaccord avec vous. Cependant, si nous considérons les événements qui se sont produits en Ukraine au cours de la dernière année, je crois que

if you will, or at least the blame is all being put toward Russia, and I believe rightfully so.

We would kind of agree with that kind of reporting. Because some of us at the very least are more supportive of Israel and some Canadians are entirely middle of the road, is there any correlation between that or is there not?

Mr. Fegelman: I can't speak to the CBC's reporting of the issue of Crimea and Russia's intervention there. What I can tell you, though, is I don't think news should be slanted on any issue where two-thirds of coverage is framed in a particular light. There should always be an effort to strive for that neutrality and balance. Otherwise how can we objectively form our judgments if we are not getting the full spectrum of debate and issue that should be heralded?

Senator Plett: I think you may have alluded to this but I will ask anyway. CBC did a more extensive coverage of the issues of Israel and Palestine than any other media outlet. Would you agree that they were more extensive than any of the other people?

Mr. Fegelman: And for possible reason. CBC has several Middle East correspondents. For English media they have a radio and television correspondent and oftentimes that come with a photographer and a videographer and hiring translators. They have a French version of that as well. In comparison to any other Canadian media outlet they are two to one in terms of the ratio but that is just of those reporters.

For whatever reason the priority that CBC choses to cover that issue more over other conflicts is an issue where based on editorial judgment we do believe that CBC should have that editorial independence, but we also think that it shouldn't specifically put a magnifying glass just on Israel simply because you have bureau chiefs who conveniently report out of Jerusalem because it is safe and has free press whereas to report from the broader Middle East is dangerous and hostile. Journalists are beheaded. It doesn't mean that they need to necessarily substitute coverage one way or the other, but it creates that dynamic where you have the disproportionate amount of coverage on anything Israel does.

If Israel tenders for building homes in Jerusalem headlines blare, but when the Palestinian authority in Hamas incite their local population to murder Israeli babies it doesn't get the attention in headlines that are rightly deserving. When nations are trying to wipe Israel from the map and that doesn't register in our headlines, that worries us.

nous sommes heureux, pour la plupart, de la couverture médiatique partielle, si je puis dire; au moins c'est la Russie qui porte tout le blâme et je crois que c'est juste.

Nous avons tendance à être d'accord avec ce type de couverture. Étant donné que certains d'entre nous sont à tout le moins plus en faveur d'Israël et que certains Canadiens sont complètement modérés, y a-t-il une corrélation entre les deux ou non?

M. Fegelman : Je ne peux commenter la couverture de la SRC concernant l'intervention de la Russie en Crimée. Cependant, je vous dirai que l'information ne devrait pas être biaisée en étant présentée aux deux tiers sous un angle particulier. Il devrait toujours y avoir un effort vers la neutralité et l'équilibre. Autrement, comment pouvons-nous nous former une opinion objective si l'on ne nous présente pas le spectre complet du débat et de la question?

Le sénateur Plett : Je crois que vous y avez fait allusion, mais je pose la question tout de même. La SRC a consacré une plus grande couverture médiatique au conflit israélo-palestinien que les autres médias. Êtes-vous d'accord que leur couverture était plus étendue que celle des autres médias?

M. Fegelman : Et pour certaines raisons. La SRC a plusieurs correspondants au Moyen-Orient. Pour desservir les médias anglophones, ils ont un correspondant pour la radio et la télévision qui est souvent accompagné d'un photographe et d'un vidéographe et ils engagent des traducteurs. Ils ont aussi une équipe francophone équivalente. Comparativement aux autres médias canadiens, ils ont deux fois plus de correspondants de ce type.

Quelle que soit la raison pour laquelle la SRC choisit de prioriser ce conflit plutôt que les autres, il reste que les médias doivent faire preuve de discernement dans le choix des reportages. Nous croyons que la SRC a droit à l'indépendance éditoriale, mais nous estimons aussi qu'elle ne devrait pas se contenter de garder uniquement Israël sous la loupe, simplement parce qu'elle possède des chefs de bureau pouvant commodément produire des reportages à partir d'Israël, parce que c'est sécuritaire, qu'il y a une liberté de presse, contrairement aux autres régions du Moyen-Orient qui sont dangereuses et hostiles. Des journalistes se font décapiter. Cela ne signifie pas qu'ils doivent nécessairement substituer une couverture à une autre, mais cela crée une dynamique dans laquelle il existe une couverture démesurée des événements en Israël.

Si Israël planifie la construction d'habitations à Jérusalem, les manchettes se déchainent, mais si l'autorité palestinienne du Hamas incite la population locale à tuer des bébés israéliens, la nouvelle n'obtient pas l'attention médiatique qu'elle serait en droit d'obtenir. Lorsque des nations tentent d'effacer Israël de la carte et que cela ne fait pas les manchettes, il y a matière à inquiétude.

Senator MacDonald: Mr. Fegelman, thank you for being here today. I commend you for all your good work. If the events of last week in Ottawa show us one thing, it reminds us what Israel has to put up on a daily basis.

You sort of answered the first question I was going to ask. You talked about the coverage of the casualties last year in Israel. The coverage of those casualties is an example of the form of bias that is being applied. I think we mentioned that it has been.

Netanyahu said that Israeli uses its missiles to protect people and Hamas uses people to protect its missiles. That is something I tend to agree with. I think the evidence backs that up. We are always told that things in the Middle East are complicated. I think things in the Middle East are fairly simple. They are not that complicated. We believe in freedom of speech, freedom of association, religious freedom, adherence to democratic institutions, and the rule of law. These are all things that we understand. How can we get the CBC to understand these metrics of adherence to democracy and the rule of law and use them as a measuring stick when we are dealing with the Middle East?

Mr. Fegelman: In our opinion there needs to be established a commission to determine the CBC's pan-reporting, whether it is on their online radio or television broadcasting so they can actually see, perhaps by mirror reflection, that their editorial decisions in the news coverage are not showing what I mentioned a little bit before.

According to the 2004 Arab Human Development Report, this region is simply a black hole when it comes to human rights where people are beheaded just on a whim. These are the kinds of stories that aren't being reported.

To take it out of the Middle East and go to the issue of the Congo, millions of people in the past decade or more have been murdered. Then again CBC journalists and editors tell us in regular meetings that they always have to weigh the existing resources they have and their ability to actually cover that story. They are also kind of considering their own audience. We also have to know that CBC has a business interest in making sure that people are constantly going to its website, reading its coverage, watching its news and listening to it, so it has to be attractive and palatable from a Canadian perspective.

It is not an easy job to be a CBC journalist. It is not an easy job to be in the field of journalism but it has to do better. It acknowledges that it has to do better. It sometimes maybe needs a little bit more tools and oversight to do so.

The Chair: Mr. Fegelman, thank you very much for your presentation.

Mr. Fegelman: Thank you.

Le sénateur MacDonald : Monsieur Fegelman, merci d'être venu ici aujourd'hui. Je vous félicite pour votre bon travail. Chose certaine, les événements de la semaine dernière à Ottawa nous rappellent ce qu'Israël doit endurer au quotidien.

Vous avez plus ou moins répondu à la première question que je voulais vous poser. Vous avez parlé des reportages sur les victimes l'an dernier en Israël. Voilà justement un exemple de la forme de partialité qu'on peut constater. Nous avons indiqué, je pense, que cela avait été le cas.

Netanyahu a déclaré qu'Israël utilise ses missiles pour protéger les gens et que le Hamas utilise les gens pour protéger ses missiles. Je suis porté à lui donner raison. Je crois que les preuves vont en ce sens. On ne cesse de nous répéter que la situation au Moyen-Orient est compliquée. Je pense qu'elle est plutôt simple. Elle n'est pas si compliquée. Nous croyons en la liberté d'expression, d'association et de religion, au respect des institutions démocratiques et en la primauté du droit. Ce sont là des principes que nous comprenons. Comment pouvons-nous amener la CBC à comprendre ces paramètres que sont le respect de la démocratie et la primauté du droit et à les utiliser comme instrument de mesure lorsqu'il est question du Moyen-Orient?

M. Fegelman : À notre avis, il faut mettre sur pied une commission qui délimitera la couverture internationale que doit assurer CBC/Radio-Canada, que ce soit par le biais de sa radio en ligne ou de ses reportages télévisés, afin que la société puisse voir, comme dans un miroir peut-être, que ses décisions éditoriales relatives à sa couverture de l'actualité ne reflètent pas ce que je viens de mentionner.

Selon le Rapport arabe sur le développement humain de 2004, cette région, où des gens peuvent être décapités pour un oui ou pour un non, est un trou noir en matière de droits de la personne. Les événements de ce genre ne sont pas relatés dans les médias.

Laissons la situation au Moyen-Orient pour aborder celle qui prévaut au Congo où, depuis plus d'une dizaine d'années, des millions de personnes ont été assassinées. Là encore, les journalistes et les rédacteurs en chef de la CBC nous disent, dans le cadre de réunions périodiques, qu'ils doivent toujours prendre en compte les ressources dont ils disposent et leur capacité réelle de couvrir ce sujet. Ils tiennent également compte de leur propre auditoire. N'oublions pas également que la CBC a un intérêt commercial à s'assurer que les gens ne cessent de consulter son site web, de lire ses articles, de regarder le téléjournal et d'écouter la radio. Les sujets doivent donc être intéressants et captivants d'un point de vue canadien.

Être journaliste à CBC/Radio-Canada n'est pas une sinécure. Ce n'est pas un boulot facile d'évoluer dans le milieu journalistique, mais la société doit faire mieux. Cela ne demande parfois qu'un peu plus d'outils et de surveillance.

Le président : Monsieur Fegelman, merci beaucoup pour votre exposé.

M. Fegelman : Merci.

The Chair: Colleagues, our next witness is Ken Stowar, Station Manager, University of Toronto Community Radio Inc.

We are here to hear your presentation, Mr. Stowar.

Ken Stowar, Station Manager, University of Toronto Community Radio Inc.: Good afternoon, Mr. Chair and members of the committee. Thank you for this opportunity to appear. My name is Ken Stowar, and I am presently the University of Toronto Community Radio Station Manager and CEO.

By way of background, the University of Toronto Community Radio broadcasts 24 hours a day, seven days a week, serving a population base of roughly eight million people from Barrie to Buffalo, Kitchener to Cobourg. Firmly rooted in the University of Toronto community, CIUT's programming reaches and represents the community at large, and encompasses a wide panorama of styles and expressions. This has been the case since 1965.

CIUT-FM received charitable status in 2005 based on its role as an educator in the community, not through educational programming, but rather through our training and educating of students and community members in the values and principles of radio journalism.

Based on our mission statement, and I have attached a copy for you, CIUT provides an alternative to mainstream media, provides community access to the airwaves, and offers programming that reflects the diverse elements of the communities we serve.

The Chair: Sorry, you said you had a copy?

Mr. Stowar: I believe there was a copy of the mission statement attached.

The Chair: Continue. I am sorry to interrupt. We will try to find it.

Mr. Stowar: No problem.

Above all, CIUT exists to serve its listeners. We do our utmost to stimulate, educate, entertain and challenge our audiences, and to meet the needs of listeners that are not currently addressed by other broadcast media.

CIUT's roots go back more than 45 years to 1965. At that time, a group of students founded University of Toronto Radio as a voice for the University of Toronto community. Broadcasting was initially restricted to closed circuit lines in campus residences and cafeterias. Several years and technical leaps later, the renamed Radio Varsity could be also heard in the wider community on cable and through selective programming initiatives broadcast on CJRT-FM and CHUM-FM.

Le président : Chers collègues, notre prochain témoin est Ken Stowar, directeur de la station de radio communautaire de l'Université de Toronto.

Nous sommes prêts à vous entendre, monsieur Stowar.

Ken Stowar, directeur de station, University of Toronto Community Radio Inc. : Bonjour, monsieur le président et membres du comité. Je vous remercie de m'avoir invité à témoigner devant vous. Je m'appelle Ken Stowar et je suis président-directeur général de la station de radio communautaire de l'Université de Toronto.

À titre d'information, la radio communautaire de l'Université de Toronto diffuse 24 heures sur 24, tous les jours de la semaine, et dessert une population d'environ huit millions de personnes, de Barrie à Buffalo, de Kitchener à Cobourg. Solidement ancrée dans la communauté de l'Université de Toronto, CIUT offre une programmation qui atteint et reflète la communauté en général et couvre un large spectre de styles et d'expressions. Il en est ainsi depuis 1965.

CIUT-FM a obtenu le statut d'organisme de bienfaisance en 2005, en raison de son rôle d'éducateur auprès de la population, non pas par le biais d'émissions éducatives, mais plutôt en formant et en informant les étudiants et d'autres membres de la communauté sur les valeurs et les principes du journalisme radiophonique.

Conformément à l'énoncé de mission dont j'ai joint une copie à votre intention, CIUT a le mandat d'offrir une solution de rechange aux médias grand public, de fournir aux membres de la communauté l'accès aux ondes et de présenter des émissions distinctes qui reflètent les différentes composantes des populations qu'elle dessert.

Le président : Désolé, vous avez dit que vous aviez une copie?

M. Stowar : Oui, j'ai joint une copie de l'énoncé de mission.

Le président : Veuillez poursuivre. Je suis désolé de vous avoir interrompu. Nous essaierons de la trouver.

M. Stowar : Pas de problème.

Avant tout, CIUT existe pour servir ses auditeurs. Nous ne ménageons aucun effort pour stimuler, instruire, distraire et provoquer nos auditoires et pour répondre aux besoins des auditeurs qui ne sont normalement pas visés par d'autres médias.

Créée en 1965, la station CIUT compte plus de 45 années de service. À l'époque, un groupe d'étudiants a fondé la University of Toronto Radio, qui se voulait la voix de la communauté universitaire. Au début, la diffusion se limitait à quelques lignes en circuit fermé dans les résidences et les cafétérias du campus. Plusieurs années et plusieurs progrès techniques plus tard, la station, rebaptisée Radio Varsity, a élargi son auditoire grâce au câble et à la diffusion d'émissions choisies sur les ondes de CJRT-FM et CHUM-FM.

Throughout the 1970s and early 1980s, the radio station continued to gain momentum and changed its name to Input Radio, then UTR, then CJUT. An application to the CRTC for FM status was put forward in 1976 but did not succeed.

In 1986, a second team of campus and community radio fans made another application for a spot on the FM dial, pitching the CRTC on the station's unique role in representing news, music, arts and culture ignored by commercial radio. On January 15, 1987, the collective efforts of two decades worth of work and research by a host of passionate and like-minded radiophiles finally paid off as CIUT-FM launched with its stand alone and unique programming at 15,000 watts.

The next two decades were, to say the least, very interesting. There were many highs to be proud of, mostly programming, and painful lows to deal with, mostly administrative, reflecting both the vibrancy and the chaos of a growing organization. Regardless of any turmoil that unfolded behind the scenes, the volunteers of CIUT-FM continued to deliver broadcast, creative, innovative, and high-caliber programming, unlike any other found across the FM spectrum.

CIUT began to stream live on the Internet in the mid-1990s. In part, this allowed us to connect with an international audience. Since then, CIUT-FM has introduced additional platforms, including the Star Choice Satellite service, assigned channels on Rogers Digital Cable and Bell Fibe, iTunes Radio, TuneIn Radio, and other phone apps. CIUT-FM also provides audio archives and podcasts accessibility on its website. Yet, CIUT-FM remains steadfastly tied to our local roots, promoting a diverse range of Toronto-based cultural activities.

CIUT-FM can now boast that it has a long record of organizational stability. This has enabled the radio station to expand upon its day-to-day programming initiatives. As an example, we've increased our live broadcast initiatives into the community by broadcasting live from a diverse array of festivals and cultural events in Toronto, Guelph, Owen Sound, and elsewhere. At our broadcast studios located in Hart House, University of Toronto, we host many exclusive live performances by local, regional, national, and international artists.

Five decades have seen many changes, but the basic principles behind the University of Toronto Community Radio have remained constant. The radio station remains a forum for exposing non-commercial music and culture, groundbreaking research at the U of T, and views and opinions you will not necessarily hear expressed on mainstream radio.

Durant les années 1970 et au début des années 1980, la station, en plein essor, a été successivement renommée Input Radio, puis UTR, et finalement CJUT. Elle a présenté une demande au CRTC pour obtenir le statut FM, mais sans succès.

En 1986, une deuxième équipe d'amateurs de radio universitaire et communautaire a déposé une nouvelle demande pour obtenir un créneau sur la bande FM, faisant valoir auprès du CRTC le rôle unique joué par la station qui s'intéresse à des genres de nouvelles, de musique, d'art et de culture laissés pour compte par la radio commerciale. Le 15 janvier 1987, les efforts collectifs déployés durant une vingtaine d'années de travail et de recherche par un groupe de radiophiles passionnés et aux vues similaires ont finalement porté leurs fruits avec le lancement de CIUT-FM, une station autonome offrant une programmation unique en son genre à 15 000 watts.

Les deux décennies suivantes ont été pour le moins fort intéressantes. Nous avons eu de nombreux moments forts dont nous pouvons être fiers, notamment en matière de programmation, et d'autres, plus pénibles, surtout de nature administrative, ce qui reflète autant le dynamisme que la désorganisation d'une entreprise en pleine croissance. En dépit des turbulences qui ont pu survenir en coulisses, les bénévoles de CIUT-FM n'ont cessé de diffuser des émissions créatives, novatrices et de haut niveau, différentes de celles présentées sur toutes les autres stations présentes sur le spectre FM.

CIUT a commencé à transmettre un flux en direct sur Internet au milieu des années 1990. Cela nous a notamment permis de nous connecter à un auditoire international. Depuis, CIUT-FM offre de nouvelles plates-formes, notamment la radio par satellite Star Choice, des chaînes spécialisées par câble numérique de Rogers et Bell Fibe, iTunes Radio, TuneIn Radio et d'autres applications pour téléphone. CIUT-FM offre également accès des archives audio et à la baladodiffusion sur son site web. Toujours fidèle à ses racines locales, CIUT-FM fait la promotion d'une gamme diversifiée d'activités se déroulant sur la scène culturelle torontoise.

CIUT-FM peut maintenant être fière de sa longue stabilité organisationnelle. C'est ce qui lui a permis d'enrichir sa programmation quotidienne. À titre d'exemple, nous avons accru nos activités de diffusion en direct au sein de la communauté en diffusant une multitude de festivals et d'événements culturels à Toronto, Guelph, Owen Sound et ailleurs. Depuis nos studios de radiodiffusion situés à la Hart House de l'Université de Toronto, nous diffusons en direct de nombreux spectacles exclusifs mettant en vedette des artistes locaux, régionaux, nationaux et internationaux.

Tout au long de ces cinq décennies de grands bouleversements, la radio communautaire de l'Université de Toronto est toujours demeurée fidèle à ses principes fondamentaux. La station demeure une tribune qui fait connaître la musique et la culture non commerciales, la recherche novatrice effectuée à l'Université de Toronto ainsi que des points de vue et des opinions que vous n'entendrez pas nécessairement sur les radios grand public.

Thank you for your time and patience. I am happy to answer any questions that you might have.

The Chair: Senator Eggleton?

Senator Eggleton: I just wondered if you have any thoughts about the CBC, since our basic study is about the CBC and public broadcasting in general in Canada.

Mr. Stowar: I strongly believe that it is an excellent service. It is possible that it could do a better job expressing the voices and the faces of the country, which is quite a task in itself.

We have had an ongoing relationship with the CBC. There are several CBC employees who sit on our board of directors. I can tell you a quick anecdote. In 2005, when the CBC was locked out, I received a call from a producer friend of mine at the CBC asking me what I thought of the idea of them bringing “Metro Morning” including Andy Barrie to our airwaves.

I thought it was a fantastic idea, so I rearranged our program schedule. They came to the station, did a weekday morning show, not “Metro Morning,” but “CIUT Toronto Unlocked,” it was called. All of the participants had to go through an orientation session and pay a membership fee before they were allowed on the air. That was the protocol.

But that month’s experience, I can tell you, truly rejuvenated the majority of the CBC personnel who took part in that morning show that we hosted at the radio station. A lot of them were reminded of why they got into radio and broadcast journalism in the first place. There was a little bit of looseness, a little bit of fun, and they really enjoyed their stay. Ever since then, many of the CBC employees who took part in that radio show for the month keep close ties with the radio station and donate to it on an ongoing basis.

Senator Eggleton: Do you become a training ground, in effect, for people who go on to the CBC or into other forms of broadcasting or private enterprises?

Mr. Stowar: Yes. Over the years, we have had dozens of volunteers that come to us from institutions such as Ryerson, Humber, Mohawk, and so on. We have the vehicle in place where, if they are so inclined, they can continue to develop skill sets. But more than that, we offer them the opportunity to develop others, and there are literally dozens upon dozens who have moved on and are now working in other broadcast media.

Senator Eggleton: You mentioned in response to my first question that you thought some improvements were needed in terms of the CBC. Are there any particular areas you want to highlight?

Mr. Stowar: Again, the representation of the voices and faces of the country. This is something you have to do locally, that I face, and I have to state up front, under no circumstances can one radio operation serve every constituent that it is reaching. As an

Merci pour votre temps et votre patience. Je répondrai maintenant avec plaisir à vos questions.

Le président : Sénateur Eggleton?

Le sénateur Eggleton : Je me demandais seulement si vous avez quelque chose à dire au sujet de la CBC, étant donné que notre étude porte sur CBC/Radio-Canada et les diffuseurs publics en général au Canada.

M. Stowar : Je suis convaincu qu’elle offre un excellent service. Elle pourrait cependant faire un meilleur travail pour représenter les voix et les visages du pays, un mandat assez exigeant.

Nous sommes en relation constante avec la CBC. D’ailleurs, plusieurs de ses employés siègent à notre conseil d’administration. Permettez-moi de vous raconter une brève anecdote. En 2005, lors du lockout à CBC, un ami producteur m’a appelé pour me demander ce que je pensais de l’idée qu’ils viennent diffuser sur nos ondes l’émission *Metro Morning* avec Andy Barrie.

Je trouvais que c’était une superbe idée et j’ai donc réaménagé notre horaire de programmation. Les gens de CBC sont venus chez nous pour produire l’émission matinale des jours de semaine, pas *Metro Morning*, mais *CIUT Toronto Unlocked*, comme ils l’ont appelée. Tous les participants ont dû suivre une séance d’orientation et acquitter une cotisation pour avoir le droit d’aller en ondes. C’était notre protocole.

Croyez-moi, cette expérience d’un mois a donné un coup de jeune à la plupart des employés de CBC qui ont participé à la diffusion de cette émission chez nous. Du coup, bon nombre d’entre eux se sont rappelés pourquoi ils avaient choisi le journalisme de radiodiffusion. L’atmosphère était détendue, ils se sont amusés et ont vraiment apprécié leur expérience. Depuis, nous sommes toujours en étroite relation avec plusieurs des employés de CBC qui ont participé à cette émission et qui nous donnent du temps périodiquement.

Le sénateur Eggleton : Êtes-vous en train de devenir un terreau de formation pour les personnes qui se dirigent vers la CBC ou d’autres entreprises de radiodiffusion privées?

M. Stowar : Oui. Depuis des années, nous accueillons des douzaines de bénévoles qui nous arrivent de Ryerson, de Humber, de Mohawk ou d’autres établissements. Nous leur offrons le véhicule qui leur permet, s’ils en ont envie, de continuer à développer des compétences. Nous leur offrons, en plus, l’occasion de former d’autres personnes et nous comptons par dizaines ceux qui ont pris leur envol et travaillent désormais dans d’autres médias électroniques.

Le sénateur Eggleton : Vous avez mentionné, en réponse à ma première question, qu’il y aurait lieu d’apporter des améliorations à la Société CBC/Radio-Canada. Y a-t-il des domaines particuliers dont vous voulez parler?

M. Stowar : La représentation des voix et des visages du pays, comme je l’ai déjà dit. C’est quelque chose que nous devons faire localement, et que je dois faire. D’entrée de jeu, je dois dire qu’aucune station de radio ne peut représenter tous les citoyens

example, when it comes to music, I think there could be a broader range of representation of the cultural backgrounds of people in this country. I don't like the term "underrepresented," but I will use that for the sake of another one at this moment.

Senator Eggleton: You are specifically thinking of radio?

Mr. Stowar: Yes.

Senator Eggleton: Okay, thank you.

Senator Plett: I have two basic questions. In your key principles, you say, "We broadcast programs that are different in style and substance from other radio stations." Can you explain that?

Mr. Stowar: Sure. It is an expectation that comes with the broadcast licence that the CRTC issues to all campus media stations, not just CIUT. We are to stay away completely from the music that the private sector offers its listeners, and as well, we have to differ ourselves as much as possible from the CBC. So therefore, our challenge is to find all those voids and needs of one kind or another that are not being met through music or spoken word presentation.

Senator Plett: What kind of music does CBC not play that you would play?

Mr. Stowar: There would be an extremely long list.

Senator Plett: Well, there are only so many types of music.

Mr. Stowar: With CIUT, we go way beyond your standard — I don't know if you are familiar with the CRTC categories, category two which is —

Senator Plett: Give me three types, not songs, three types of music that you would play that CBC doesn't play.

Mr. Stowar: I would clarify by saying not just as tokenism, but continuously, we play Suk, music from Guadeloupe, Martinique, Benga music of Kenya, Cajun Zydeco music.

Senator Plett: That gives me an idea. So you would not play classical music? You would not play country music, rock music?

Mr. Stowar: We have a two-hour classical music program that steers completely away from the inventory, the music inventory you would hear on the existing classical broadcast services in Toronto.

Senator Plett: You are told by CRTC that you are not supposed to compete with CBC?

Mr. Stowar: Not compete. We are all competing for people's attention and time. We are not to duplicate content.

qu'elle dessert. Prenons l'exemple de la musique. Je pense qu'on pourrait représenter un spectre plus vaste des différents milieux culturels des gens de ce pays. Je n'aime pas le terme « sous-représenté », mais je vais l'employer cette fois-ci.

Le sénateur Eggleton : Vous pensez à la radio en particulier?

M. Stowar : Oui.

Le sénateur Eggleton : C'est bien, je vous remercie.

Le sénateur Plett : J'ai deux questions générales. Dans vos principes clés, vous affirmez diffuser des émissions distinctes de celles des autres stations de radio quant au style et au contenu. Pouvez-vous expliquer?

M. Stowar : Bien sûr. C'est une condition assortie à la licence de radiodiffusion que le CRTC délivre à toutes les stations de radio universitaires, pas seulement à CIUT. Nous devons nous tenir complètement à l'écart de la musique que le secteur privé offre à ses auditeurs et, en plus, nous devons nous distinguer le plus possible de la CBC. Notre défi consiste donc à dénicher tous les lacunes et les besoins, quels qu'ils soient, qui ne sont pas comblés par le biais d'émissions musicales ou parlées.

Le sénateur Plett : Quel genre de musique diffuseriez-vous, par exemple, que la CBC ne diffuse pas?

M. Stowar : La liste serait extrêmement longue.

Le sénateur Plett : Voyons, il n'existe quand même pas tant de genres de musique que ça.

M. Stowar : À CIUT, nous nous écartons de beaucoup de la musique courante — je ne sais pas si vous connaissez les catégories établies par le CRTC, la catégorie deux qui est...

Le sénateur Plett : Nommez-moi trois genres, pas des chansons, trois genres musicaux que vous feriez jouer et pas la CBC.

M. Stowar : Je tiens à préciser que nous ne faisons pas jouer cette musique symboliquement, mais de manière constante. Nous diffusons, par exemple, de la musique zouk de Guadeloupe et Martinique, de la musique benga du Kenya et de la musique cajun zydeco.

Le sénateur Plett : Cela me donne une idée. Vous ne faites donc pas jouer de musique classique? Pas de musique country ni de rock?

M. Stowar : Nous avons une émission de musique classique de deux heures qui n'a rien à voir avec le répertoire habituel, celui que vous entendez sur les ondes des actuelles radios de musique classique à Toronto.

Le sénateur Plett : Le CRTC vous demande de ne pas faire concurrence à la CBC?

M. Stowar : Pas de ne pas lui faire concurrence. Nous sommes tous en concurrence pour accaparer l'attention et le temps des auditeurs. Nous ne devons pas reproduire de contenu.

Senator Plett: My next and only other question, “We actively participate in and reflect the culture, social, political life of our listening communities.” Can you be a little more specific in what is the social and political life of your listening communities?

Mr. Stowar: There are a lot of activists and advocates that we appeal to across the city of Toronto and so on. Culturally, we offer programming in Spanish, Punjab, French, Creole.

Senator Plett: Political? Even CBC gives the Marijuana Party some air time.

Mr. Stowar: Yes, they do.

Senator Plett: This is not a judgmental comment, but would that be the type of political groups?

Mr. Stowar: It could be, but part of the difference is where we offer at-length discussions, not three, four, five-minute discussions.

Senator Plett: Thank you.

Senator Unger: I assume you are totally listener funded?

Mr. Stowar: No.

Senator Unger: Where does your funding come from?

Mr. Stowar: Fifty per cent of our operating budget is covered by student fees. Listener funded, probably around 20 per cent of so. Advertising is the least, in the neighbourhood of 5 per cent, and then we have what are known as SCMOs. They are subcarrier channels that we lease out, and they make up the difference.

Senator Unger: You can manage quite nicely with those funding sources?

Mr. Stowar: At this point, we are a hand-to-mouth, week-to-week operation, but I am literally, I believe, the first radio station in Toronto that now has a hybrid digital transmitter that was borne out of the catastrophic event that happened last April where our tube-driven transmitter died, literally, and our listeners responded to the tune of \$150,000 through a call-out, which allowed me to buy this transmitter. This hybrid digital transmitter is going to allow me now, potentially, to begin three more revenue sources on digital radio.

Senator Unger: Your principle, one of them is, “We endeavor to promote and maintain the highest level of journalistic and broadcasting excellence at all times.” How would you describe the highest level of journalistic excellence?

Mr. Stowar: Just some quick background, if I went back to the radio station 20-plus years ago, it was the Wild West. There really wasn't any control on what was being presented. But now, going back 10 years ago, I was quite proactive. Initially, I was the

Le sénateur Plett : J'ai une dernière question. Vous dites que vous participez activement à la vie socioculturelle et politique des communautés qui vous écoutent et que vous en êtes le reflet. Pouvez-vous nous décrire plus en détail la vie sociale et politique de vos auditeurs?

M. Stowar : Nous attirons une foule d'activistes et de défenseurs des droits de partout au Canada, par exemple. Culturellement, nous offrons une programmation en espagnol, en pendjabi, en français et en créole.

Le sénateur Plett : Politique? Même la CBC offre du temps d'antenne au Parti Marijuana.

M. Stowar : Oui, c'est vrai.

Le sénateur Plett : Sans vouloir porter de jugement, est-ce que vous voulez parler de ce genre de groupes politiques?

M. Stowar : Peut-être, à la différence près que nous offrons des débats approfondis, pas seulement des échanges de trois, quatre ou cinq minutes.

Le sénateur Plett : Merci.

La sénatrice Unger : Je suppose que vous êtes entièrement financés par les auditeurs?

M. Stowar : Non.

La sénatrice Unger : D'où provient votre financement?

M. Stowar : La moitié de notre budget d'exploitation est couvert par les cotisations étudiantes. Les auditeurs contribuent à hauteur d'environ 20 p. 100 de notre budget. La publicité vient en dernier lieu, aux alentours de 5 p. 100. Nous avons ensuite ce que nous appelons les EMCS — exploitation multiplex des communications secondaires. Il s'agit de sous-porteuses que nous donnons en location et cela comble la différence.

La sénatrice Unger : Vous arrivez assez bien à composer grâce à ces sources de financement?

M. Stowar : Pour le moment, nous fonctionnons au jour le jour, de semaine en semaine. Je pense vraiment que ma station est la première station à Toronto à posséder un émetteur numérique hybride que nous nous sommes procuré à la suite de la catastrophe d'avril dernier, quand notre émetteur à lampes a flanché, grâce à la générosité de nos auditeurs ont répondu à un appel à tous à hauteur de 150 000 \$. Grâce à cet émetteur numérique hybride, je pourrai éventuellement aller chercher trois nouvelles sources de revenus sur radio numérique.

Le sénateur Unger : L'un de vos principes est de promouvoir et de maintenir la norme d'excellence journalistique et de radiodiffusion la plus élevée de tous les temps. Quelle est, selon vous, la norme la plus élevée d'excellence journalistique?

M. Stowar : Juste un bref rappel. Je vous ai parlé de la station de radio d'il y a une vingtaine d'années, c'était l'anarchie totale. Il n'existait pratiquement aucun contrôle sur ce qui était présenté. Depuis une dizaine d'années, nous sommes très proactifs. Au

program director, and I came in and realized that under no circumstances should anyone on our airwaves be attempting to sway any listener to any perspective or point of view.

However, at the same time, all perspectives and opinions and viewpoints were certainly allowed on the radio station. People who come in are trained to understand the code of ethics as it applies to journalism. That means their goal is to provide as much information as they possibly can to our listeners so the listeners are then put in a position of making up their own mind.

Senator Unger: Thank you.

Senator Housakos: What is your total operating budget?

Mr. Stowar: Our total operating budget is roughly \$700,000.

Senator Housakos: How many people do you employ?

Mr. Stowar: There are six people. It is half of what it was four years ago.

Senator Housakos: CBC Radio, without a doubt, in testimony after testimony we have heard from people, is probably the most successful part of their business. They seem to have very good ratings across the country.

But out of the \$1 billion yearly budget, give or take, of CBC Radio-Canada, \$300 million goes into production of radio. That is a huge chunk of change. There are a number of radio stations like yours across the country that have different licensing criteria. They all seem to be operating with a small staff, small budget, and have carved out a niche market for themselves.

If the \$300 million a year evaporated all of a sudden, of course, that would mean the end of Radio-Canada as we know it. Obviously, they rely on that \$300 million. Do we have enough licensed radio outlets across the country that would be able to make up for this lack of service, provide what Radio-Canada is providing across the country?

Mr. Stowar: I am a firm believer that radio is a powerful tool that has been underutilized. It has never truly delivered what it potentially can. I work to deliver 24 hours a day of powerful, impactful radio, which we are not even close to doing, but that is our goal. That is what we attempt to do.

The one thing I also believe that has been lost with all the new high tech is that most of our radio that we produce, most of our content is done live. When I watched the CBC do the morning show at CBC, I saw firsthand how many people were involved in putting together the show, and it was roughly in the neighbourhood of 25, 30, and I automatically started adding up the dollars and cents.

début, j'étais le directeur de la programmation. J'ai alors compris qu'en aucune circonstance, personne sur nos ondes n'essaierait d'influencer un auditeur à adopter un point de vue donné.

Par ailleurs, nous acceptons aussi de diffuser sur nos ondes tous les points de vue et toutes les opinions. Les gens qui viennent travailler chez nous sont formés pour comprendre le code d'éthique qui s'applique au journalisme. Cela signifie que leur objectif est de fournir l'information la plus complète possible à nos auditeurs afin que ceux-ci puissent se faire leur propre idée.

La sénatrice Unger : Merci.

Le sénateur Housakos : Quel est votre budget d'exploitation total?

M. Stowar : Notre budget d'exploitation total est d'environ 700 000 \$.

Le sénateur Housakos : Combien avez-vous d'employés?

M. Stowar : Six. C'est la moitié de que nous avons il y a quatre ans.

Le sénateur Housakos : D'après tout ce que nous avons entendu dans les témoignages, pas de doute que la radio de CBC/Radio-Canada est probablement la composante de la société qui a le plus de succès. Elle semble très appréciée d'un bout à l'autre partout au pays.

Du budget annuel d'environ 1 milliard de dollars versé à CBC/Radio-Canada, 300 millions sont destinés à la production radiophonique. Ça fait pas mal d'argent. Plusieurs stations radiophoniques comme la vôtre au pays doivent respecter des conditions de licence différentes. Elles semblent fonctionner avec peu d'employés et un petit budget, mais elles ont réussi à se trouver un créneau sur le marché.

Si les 300 millions de dollars s'évaporaient soudainement, cela signifierait évidemment la fin de Radio-Canada que nous connaissons. Il est évident que la chaîne a besoin de ces 300 millions. Avons-nous suffisamment de stations radiophoniques sous licence dans le pays pour remplacer cette absence de service, pour fournir le service que Radio-Canada assure d'un bout à l'autre du pays?

M. Stowar : Je suis fermement convaincu que la radio constitue un puissant outil et qu'il est sous-utilisé. Elle n'a jamais été utilisée à son plein potentiel. Je m'efforce d'offrir des émissions de radio efficaces et percutantes 24 heures sur 24, et nous en sommes encore loin, mais c'est notre objectif. C'est ce que nous nous efforçons de faire.

Je suis également convaincu que la seule chose qui a disparu avec l'arrivée de la haute technologie, c'est que la majorité des émissions radio que nous produisons, de notre contenu, c'est du direct. Lorsque CBC est venue produire son émission matinale chez nous, j'ai pu constater combien de personnes travaillaient à la production de cette émission, autour de 25 ou 30, et je me suis mis automatiquement à additionner des dollars et des cents dans ma tête.

From that experience, we generated our own morning show using volunteers who were passionate and deeply committed to do some of the most spectacular journalism I have ever heard. It was applauded by those from the CBC who were at the radio station with that “Toronto Unlocked” program.

But I feel that a lot of radio is best when it is immediate. So much of the programming that is offered on CBC radio is prerecorded. It is voice tracked. There is a lack of ability to reach out and to be communicative. We are in the business of communication. In essence, that is what we do. The ability to communicate to your audience minute by minute I think should be increased.

Senator Housakos: I still have the question on the table that I would like your opinion on. There are radio stations like your own across the country, and there are similar stations like yours around the country. Would they be able to fill the void if that \$300-million subsidy to Radio-Canada was gone tomorrow morning?

Mr. Stowar: No.

Senator Housakos: Why not, and what would be the weak points?

Mr. Stowar: I think individually and collectively, the radio stations left would not have the financial resources and human resources to keep up. They could do a good job if they were local, but I still don't think that would make up for the loss of CBC.

Senator Housakos: Thank you.

Senator MacDonald: Thank you, Mr. Stowar, for being here today.

You run a small radio station. You know how to stretch a buck.

Mr. Stowar: Yes, indeed.

Senator MacDonald: I am sure you do.

You mentioned that CBC is perhaps not showing enough Canadian faces, not telling enough Canadian stories. The one thing technology has done is liberated and democratized the media. With an iPhone and a laptop you can produce a movie.

I just want your opinion on the CBC. Could the CBC not leverage its technology to increase its content? Can these stories not be told by more people now that everyone has access to such things as YouTube? I guess what I am asking is, could the CBC gather these resources and do what you do and get more value out of the money they receive by exploiting them?

Après cette expérience, nous avons produit notre propre émission matinale avec des bénévoles passionnés et profondément engagés à faire du journalisme d'une manière vraiment spectaculaire. L'émission a été saluée par les gens de la CBC qui étaient présents à la station de radio pour cette émission intitulée *Toronto Unlocked*.

J'ai toutefois l'impression que la radio est parfois à son meilleur lorsqu'elle est en direct. Une bonne partie de la programmation offerte à la radio de CBC/Radio-Canada est préenregistrée. Les voix sont enregistrées. Il n'est pas possible de communiquer. Nous, nous sommes dans la communication. En gros, c'est ce que nous faisons. Il faut accroître, à mon avis, notre capacité de communiquer avec notre auditoire, minute après minute.

Le sénateur Housakos : Il me reste encore à vous poser la question qui nous préoccupe. J'aimerais connaître votre opinion à ce sujet. Il existe des stations radiophoniques similaires à la vôtre d'un bout à l'autre du pays. Pourraient-elles combler le vide si jamais cette subvention de 300 millions de dollars versée à Radio-Canada disparaissait demain matin?

M. Stowar : Non.

Le sénateur Housakos : Pourquoi pas et quels seraient les maillons faibles?

M. Stowar : Individuellement et collectivement, je pense que les stations de radio restantes n'auraient pas les ressources financières et humaines pour se maintenir à flot. Elles pourraient faire du bon travail localement, mais je ne crois pas qu'elles pourraient remplacer la perte de CBC/Radio-Canada.

Le sénateur Housakos : Merci.

Le sénateur MacDonald : Monsieur Stowar, merci d'être ici aujourd'hui.

Vous dirigez une petite station de radio. Vous avez donc appris à étirer chaque dollar.

M. Stowar : Oui, en effet.

Le sénateur MacDonald : J'en suis convaincu.

Vous avez mentionné que la CBC ne montre peut-être pas suffisamment de visages canadiens et ne diffuse pas assez d'histoires présentant les réalités canadiennes. Une chose est certaine, c'est que la technologie a permis la libération et la démocratisation des médias. On peut maintenant produire un film avec un iPhone et un ordinateur portable.

J'aimerais avoir votre opinion sur Radio-Canada. La société ne pourrait-elle pas miser sur son expertise technologique pour accroître son contenu? Ces histoires ne pourraient-elles pas être racontées par un plus grand nombre de gens, maintenant que tout le monde a accès à des véhicules comme YouTube? Ma question est la suivante : la SRC pourrait-elle rassembler ces ressources et faire comme vous : exploiter ces ressources pour tirer un meilleur parti de l'argent qu'elle reçoit?

Mr. Stowar: It is a good question and something I am dealing with on a day-to-day basis, even in our operation.

Initially, I was very hesitant in offering our listeners audio archives and podcasts of our programming. My belief was that those vehicles would pull people away from our primary, which was to listen to us live on the FM dial.

Eventually, I had to succumb. In fact, podcasts are now our largest growth area. I probably have somewhere in the neighbourhood of 2,000 people a month downloading podcasts of programming from the radio station.

So to put that into context, our weekly cumulative audience for the radio station is somewhere in the neighbourhood of 150,000, then we have our 2,000 people a month taking podcasts, and there is another percentage that is listening to the audio archives.

I have instituted an exclusive online content radio station on our website. I have the Rotman Business School of Management, the Munk Centre, and other departments and faculties of the University of Toronto. They are going to be providing programming that is going to broaden what we offer as a radio station and open up, in this case, more time to the University of Toronto.

Senator MacDonald: I am increasingly of the opinion that CBC should take more resources out of television and put them into radio. CBC is always on in my house and has been since I was a kid. I am just wondering if they concentrate so much on television they forget about the great reach and the great value of radio.

Mr. Stowar: That is another good question. My daughter, who is under 30, doesn't have cable. They may not even have a television. If they do, they gravitate to such things, if you are familiar with it, as Google TV, which tends to be the big trend. You pay one flat fee and that is it. You've got anything and everything you want to watch. They don't watch television.

Radio, to me, at large is taken for granted, yet it is not taken for granted around the world. I just saw a recent study. In the small country of Bulgaria, five million people, 74 per cent of respondents stated that radio was still their number one place they went to for information, news and the like. Radio is still very important around the world. I still think it has the ability to be the most immediate medium, even more so than television when it gets down to it.

But to answer your question, I think radio is much more flexible, mobile, less costly to move around the country with.

Senator MacDonald: And you can do things while you listen to it.

M. Stowar : C'est une bonne question. Cette préoccupation fait partie de mon quotidien, même dans une station comme la nôtre.

Au départ, j'étais réticent à offrir à nos auditeurs des archives audio et des baladodiffusions de notre programmation. Je craignais que ces véhicules éloignent nos auditeurs de notre programmation principale et que ceux-ci ne nous écoutent plus en direct sur la bande FM.

J'ai fini par céder. En fait, les baladodiffusions sont devenues notre plus gros secteur de croissance. Ce sont maintenant près de 2 000 personnes par mois qui téléchargent des baladodiffusions de notre programmation.

Pour mettre les choses en contexte, disons que notre station cumule une audience hebdomadaire de 150 000 auditeurs; viennent ensuite les 2 000 qui téléchargent nos baladodiffusions, puis ceux qui écoutent les archives audio.

J'ai enrichi notre site web d'une station radiophonique dont le contenu est exclusif à l'écoute en ligne. On y retrouve la Rotman School of Management, le Centre Munk et d'autres départements et facultés de l'Université de Toronto. Ces derniers offriront des émissions qui viendront élargir notre programmation existante tout donnant une voix supplémentaire à l'Université de Toronto.

Le sénateur MacDonald : Je suis de plus en plus d'avis que la SRC devrait retirer encore plus de ressources de la télévision pour les affecter à la radio. Depuis mon enfance, on écoute toujours CBC à la maison. En concentrant de tels efforts sur la télévision, je me demande si CBC a oublié la portée et la grande valeur de la radio.

M. Stowar : Ça, c'est une autre bonne question. Ma fille, qui a moins de 30 ans, n'est pas abonnée au câble. Il se peut qu'elle n'ait même pas de télé. Si elle en a une, elle écoute des trucs comme Google TV qui, comme vous le savez si vous êtes un peu familier avec cette technologie, sont la grande tendance de l'heure. Ma fille paie un montant forfaitaire, rien de plus. Et elle peut regarder absolument tout et n'importe quoi. Elle n'écoute pas la télévision traditionnelle.

Pour moi, la radio en général, c'est quelque chose qui va de soi, mais je sais que ce n'est pas le cas partout dans le monde. Récemment, j'ai lu une étude sur la Bulgarie, un petit pays de cinq millions d'habitants. Soixante-quatorze pour cent des répondants ont affirmé que la radio demeurait leur source de prédilection pour obtenir de l'information, écouter les nouvelles, et ainsi de suite. La radio occupe encore une place très importante partout dans le monde. Pour moi, elle demeure toujours le média le plus accessible et le plus immédiat, encore plus que la télévision.

Pour répondre à votre question, je trouve que la radio est beaucoup plus souple, plus mobile que la télé. Se déplacer dans le pays pour produire une émission radio coûte beaucoup moins cher que pour la télé.

Le sénateur MacDonald : Et on peut l'écouter en faisant autre chose.

Mr. Stowar: Yes. It may not necessarily be the primary. It tends to be the secondary when people are tuned in. I know some of the CBC radio producers of “Ideas” and so on. These are just magnificent shows. I really believe that they could do more. In fact, their budgets have been cut to the point where they can’t even travel to do live interviews anymore. They are doing them by phone, which I think is unfortunate.

Senator MacDonald: I guess I am part of that generation that can still remember the joy of having a transistor radio.

Mr. Stowar: As do I.

Senator MacDonald: What a wonderful thing it was. Thank you.

Senator Plett: Why is it unfortunate that a radio reporter does interviews by telephone? Nobody can see them. If that saves money, can they not ask the same questions by telephone as they can in person?

Mr. Stowar: I am sure you have been interviewed by phone and in person. There is a huge difference between being interviewed over a phone and in person. I do my utmost not to do phone interviews. At the University of Toronto radio station, guests are expected to be in the studio. It gets even worse than that. Now, they are using Skype at times, which is just horrible to listen to. The production values are horrible.

Senator Plett: That, I agree with. I have done interviews all three ways: in person, by phone, and on Skype. Until they do something to make Skype better, it has to be the worst. I don’t know, and again, I am not going to debate, that I agree that I wouldn’t as soon be interviewed by telephone. I find it almost more relaxing than to have that mike stuck in my face. It is an opinion.

Mr. Stowar: There is a convenience to it, but where we can we like to do it live.

Senator Unger: Are you aware of CKUA in Edmonton?

Mr. Stowar: Yes, I am.

Senator Unger: They have been around for 100 years. I think they started at the U of A. That is a radio station I listen to a lot, and CBC is now feeding into that. I will hear CBC announcers coming through and programs coming through on CKUA.

Mr. Stowar: I don’t believe CKUA has the same type of broadcast licence as we do, so they can tap into that source.

M. Stowar : Tout à fait. Elle n’arrive pas nécessairement au premier rang, mais il semble bien qu’elle soit le deuxième choix des auditeurs. Je connais certains des producteurs radio de l’émission *Ideas* de la CBC, et d’autres émissions aussi, diffusée sur les ondes de CBC Radio. Ces émissions sont tout simplement saisissantes. Je suis convaincu que leurs producteurs pourraient faire encore mieux, mais la réalité est que leurs budgets ont été amputés au point qu’ils n’ont plus les moyens de se déplacer pour réaliser des entrevues en direct. Ils font des entrevues téléphoniques, ce que je trouve malheureux.

Le sénateur MacDonald : J’imagine que je fais partie de la génération qui se souvient encore du bonheur de posséder un transistor.

M. Stowar : Moi aussi.

Le sénateur MacDonald : C’était formidable. Merci.

Le sénateur Plett : Pourquoi trouvez-vous malheureux que des reporters à la radio fassent des entrevues au téléphone? Personne ne peut les voir. Si cela permet d’économiser des sous, ne peuvent-ils pas poser les mêmes questions au téléphone qu’en personne?

M. Stowar : Je suis certain que vous avez été interviewé au téléphone et en personne. Il y a une grosse différence entre les deux. Je fais tout mon possible pour éviter les entrevues téléphoniques. À la station radiophonique de l’Université de Toronto, les invités doivent normalement se rendre en studio. Parfois, il leur arrive malheureusement d’utiliser Skype, qui est absolument horrible à écouter. La valeur de la production est déplorable.

Le sénateur Plett : Je suis d’accord avec vous sur ce point. J’ai donné des entrevues des trois types : en personne, par téléphone et par Skype. D’ici à ce que des efforts soient faits pour améliorer Skype, je dirais que c’est la pire solution. Je ne sais pas vraiment, et une fois de plus je ne veux pas vous contredire, mais j’avoue que je n’ai rien contre les entrevues au téléphone. Je trouve cela presque plus relaxant que de parler avec un micro collé au visage. C’est une opinion.

M. Stowar : Il est vrai que ce type d’entrevue a un côté pratique, mais chaque fois que c’est possible, nous préférons les entrevues en personne.

La sénatrice Unger : Connaissez-vous la station CKUA à Edmonton?

M. Stowar : Oui.

La sénatrice Unger : Elle existe depuis 100 ans. Je crois qu’elle a commencé à l’Université de l’Alberta. J’écoute beaucoup cette station radio et, maintenant, elle est aussi alimentée par la CBC. J’entends parfois des annonceurs de CBC et des émissions de CBC diffusées sur CKUA.

M. Stowar : Je pense que CKUA n’a pas le même type de licence de radiodiffusion que nous. C’est pour cela qu’elle peut utiliser cette source.

Senator Unger: What would be the difference between their licence and yours?

Mr. Stowar: I don't believe they are licensed as a campus radio station. I believe they have a different license.

Senator Unger: That could be true. I am not sure. Thank you.

The Chair: Mr. Stowar, thank you very much for your presentation.

Mr. Stowar: You are welcome.

The Chair: As you know, we will be continuing our study over the next few weeks and months. You can follow us on CPAC or on Twitter, but you will not be able to follow us on Skype because we will not be using it.

[Translation]

Today, we are continuing our study into the challenges faced by the Canadian Broadcasting Corporation in relation to the changing environment of broadcasting and communications. Our witnesses today are Michel Cormier from Radio-Canada, and Jennifer McGuire from CBC.

The floor is yours.

[English]

Jennifer McGuire, General Manager and Editor in Chief, Canadian Broadcasting Corporation: My name is Jennifer McGuire. I am the General Manager of CBC news. I am also the General Manager of Local Services and the Editor in Chief of the English side of CBC.

[Translation]

Michel Cormier, Executive Director, News and Current Affairs, French Services, Société Radio-Canada: I am Michel Cormier. I am the executive director of news and current affairs at Radio-Canada. We will be presenting our opening remarks jointly today.

[English]

Ms. McGuire: This is a new world for citizens and consumers of news. In the 1950s when the national news was launched on CBC, the idea of the evening news meant that you heard the news once, on television. By the late 1980s, CBC Newsworld brought a 24-hour news cycle to Canadian television, but now, TV is one of several screens that people can use for news and for information. At any time of the day, they have at their fingertips a smartphone, an iPad, or whatever device is invented next.

With the advent of social media, the fragmentation of audiences, the appearance of new competitors, we now operate in an environment that is more complicated and more competitive. It is an environment where unconfirmed information can go viral,

La sénatrice Unger : Quelle est la différence entre la licence de CKUA et la vôtre?

M. Stowar : Je ne crois pas que CKUA détient une licence de station de radio universitaire. La sienne est différente.

La sénatrice Unger : Peut-être. Je n'en suis pas sûre. Merci.

Le président : Monsieur Stowar, je vous remercie beaucoup pour votre exposé.

M. Stowar : Tout le plaisir est pour moi.

Le président : Comme vous le savez, nous allons poursuivre notre étude au cours des prochaines semaines et des prochains mois. Vous pouvez nous suivre sur CPAC ou sur Twitter, mais pas sur Skype, car nous n'allons pas l'utiliser.

[Français]

Aujourd'hui, nous continuons notre étude sur les défis que doit relever la Société Radio-Canada en matière d'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications. Les témoins devant nous aujourd'hui sont Michel Cormier, de Radio-Canada francophone, et Jennifer McGuire, de la CBC.

La parole est à vous.

[Traduction]

Jennifer McGuire, directrice générale et rédactrice en chef, CBC News, Canadian Broadcasting Corporation : Je m'appelle Jennifer McGuire. Je suis directrice générale de CBC News. Je suis également directrice générale des services locaux et rédactrice en chef de la chaîne anglaise de la Société Radio-Canada.

[Français]

Michel Cormier, directeur général de l'information, Services français, Société Radio-Canada : Je m'appelle Michel Cormier, directeur général de l'information à Radio-Canada. Nous allons faire notre présentation de manière conjointe pour vous aujourd'hui.

[Traduction]

Mme McGuire : C'est un nouveau monde pour les citoyens et les consommateurs d'information. Dans les années 1950, lorsque le bulletin d'information du réseau CBC a été lancé, l'idée était que le journal télévisé était une émission que l'on ne regardait qu'une seule fois, en soirée. Puis, à la fin des années 1980, CBC Newsworld était la première chaîne de télévision au Canada à télédiffuser des cycles de nouvelles de 24 heures. Aujourd'hui, la télé n'est que l'un des nombreux écrans sur lesquels on peut écouter les nouvelles et suivre l'actualité, puisqu'il est possible d'y accéder en tout temps au moyen d'un téléphone intelligent, d'un iPad ou de la prochaine invention.

Avec l'avènement des médias sociaux, la fragmentation de l'auditoire et l'apparition de nouveaux concurrents, le milieu dans lequel nous exerçons nos activités s'est complexifié et est devenu plus concurrentiel. Nous travaillons dans un environnement où

where opinions are an increasing part of the news business. It is an environment where anybody can be his or her own journalist and publish content to the web.

This poses both challenges and opportunities for CBC Radio-Canada. First of all, the explosion of the digital universe means the news cycle is constantly accelerating. Twenty-four/seven is already an outdated concept. We now have to report on the news at the moment it happens. Our journalists break news on Twitter and social media before going on the air on television and radio.

We also see in this era of choice that brand and values matter. Last week when the attack happened in Ottawa, Canadians turned to CBC Radio-Canada for reliable information. In fact, the CBC's coverage of the event itself became a news story in the U.S. press and was held as the standard to strive for on all platforms.

We are constantly evolving our digital strategies to make sure we are up to date with the changing ways people consume news. Still, television and radio remain big parts of what we do. We have to be as relevant on a 52-inch screen as we are on the two-inch screen of a smartphone. This means that our information offer has to be complimentary on all platforms and geared to the time of day and the audience expectations at that time of day.

We have to be quick to report breaking news on Twitter or television, and we have to offer in-depth news on the issues of the day in marquis programs. This is where the public broadcaster has value and relevance for Canadians, and increasingly, we have to do this in a challenging economic and financial environment.

[Translation]

Mr. Cormier: In this new, more competitive and complex environment, Radio-Canada/CBC has the obligation of remaining true to the journalistic values of a public broadcaster. Unlike private media, we do not answer to shareholders, but to the Canadian public.

Our *Journalistic Standards and Practices* guide is one of the most complete and detailed in the industry. The five main principles are: accuracy, fairness, balance, impartiality and integrity.

une information non confirmée peut devenir virale, et où les opinions jouent un rôle croissant dans le domaine de l'information. N'importe qui peut s'improviser journaliste et publier du contenu sur le Web.

Cette réalité présente à la fois des défis et des possibilités pour CBC/Radio-Canada. Tout d'abord, l'explosion de l'univers numérique signifie l'accélération constante du cycle des informations. Le concept du 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 est déjà dépassé. Maintenant, dès qu'un événement se produit, nous devons présenter un reportage à l'instant même. Nous devons maintenant présenter un reportage à l'instant même où un événement se produit. Nos journalistes annoncent les nouvelles sur Twitter et autres médias sociaux avant même qu'elles soient diffusées à la télévision ou à la radio.

En cette ère de multiplication des plates-formes, le nom de marque et les valeurs prennent beaucoup d'importance. La semaine dernière, lors de la fusillade d'Ottawa, les Canadiens se sont tournés vers CBC/Radio-Canada pour obtenir de l'information fiable. La couverture que CBC a faite de cet événement a été encensée par la presse américaine, qui l'a présentée comme un véritable modèle de journalisme à imiter sur toutes les plates-formes.

Nous améliorons constamment nos stratégies numériques pour nous assurer d'évoluer au même rythme que les nouveaux moyens auxquels les gens recourent pour consommer l'information. Néanmoins, la télévision et la radio demeurent des activités très importantes. Nous devons être tout aussi pertinents sur un écran de 52 pouces que sur un écran de téléphone de deux pouces. Cela signifie que l'information que nous présentons doit être complémentaire sur toutes les plates-formes et qu'elle doit être ciblée en fonction du moment de la journée et des attentes de notre auditoire à cette heure précise de la journée.

En même temps que nous devons être prompts à annoncer les plus récentes nouvelles sur Twitter ou à la télévision, nous devons également présenter des reportages approfondis sur les questions du jour dans les émissions phares. C'est sur ce terrain que le diffuseur public acquiert sa notoriété et sa pertinence auprès des Canadiens. Nous devons donc continuer de faire tout cela dans un contexte économique et financier de plus en plus difficile.

[Français]

M. Cormier : À Radio-Canada/CBC, nous avons l'obligation, dans ce nouvel environnement plus compétitif et complexe, de rester fidèles aux valeurs journalistiques qui sont celles d'un diffuseur public. À la différence des médias privés, nous ne répondons pas à des actionnaires, mais au public canadien.

Notre guide des *Normes et pratiques journalistiques* est l'un des plus complets et détaillés de l'industrie. Ces cinq grands principes sont les suivants : l'exactitude, l'équité, l'équilibre, l'impartialité et l'intégrité.

Our mission is to serve the public interest. In particular, that means informing, disclosing, contributing to the understanding of issues of public interest and encouraging Canadians to participate in our free and democratic society.

We are committed to reflecting diversity, to protecting our independence and to acting responsibly. We think that upholding these values is especially important for the public broadcaster now that we live in a world where social media is used to inundate the public sphere with rumour and opinion.

At first glance, you might think that this is a handicap for Radio-Canada/CBC because some of our competitors do, after all, add a lot of commentary and opinion to their coverage of events.

Our opinion is that this new environment justifies the existence of a strong public broadcaster. A sociologist recently wrote that Radio-Canada/CBC is an island of credibility in a sea of rumours and unverified information.

As much as the public enjoys expressing and sharing opinions on current events, especially on social media, they want and need credible sources of information that will be able to distinguish between fact and interpretation. That is what makes us stand out as a public broadcaster.

[*English*]

Ms. McGuire: I want to expand on what Michel was just saying. Canadians have a different relationship with the media than they did before. They have more options to get the kind of news that they want to hear. They have more ways to interact with journalists directly through social media. There are multiple avenues to express concerns that they might have about what we do and how we do it.

So CBC Radio-Canada makes an unparalleled effort to be accountable to the audience and to the public at large. At its heart is the Journalistic Standards and Practices guidelines. This is our public promise to Canadians, as Michel mentioned. This guide sets a framework for how we conduct ourselves and how we practice our journalism.

We are also the only broadcasters in the country to have ombudsmen — as you know, one in French and one in English — to represent the public when they think we have failed in our journalism. These ombudsmen use our standards and practices to hold us to account. We make a concerted effort to respond to people who raise issues with our journalism, most particularly if we have made an error.

Notre mission est de servir l'intérêt public. Cela signifie notamment, informer, révéler, contribuer à la compréhension d'enjeux d'intérêt public et encourager la participation des Canadiens à notre société libre et démocratique.

Nous nous engageons à refléter la diversité, à maintenir notre indépendance et à agir de façon responsable. La fidélité de ces valeurs de diffuseur public est d'autant plus importante, à notre avis, que nous vivons maintenant dans un monde où grâce aux médias sociaux, les rumeurs et les opinions inondent la sphère publique.

À première vue, on pourrait penser que cela est un handicap pour Radio-Canada/CBC, parce que certains de nos concurrents, après tout, ajoutent beaucoup de commentaires et d'opinions à leur couverture des événements.

Nous sommes plutôt d'avis que ce nouvel environnement justifie l'existence d'un diffuseur public fort. Un sociologue a récemment écrit que Radio-Canada/CBC représente un îlot de crédibilité dans une mer de rumeurs et d'information non vérifiées.

Autant le public aime exprimer et partager des opinions sur les événements du jour, sur les médias sociaux beaucoup, autant il veut avoir et il a besoin d'avoir des sources d'information crédibles qui sauront faire la différence entre les faits et des interprétations. C'est là où nous nous distinguons comme diffuseur public.

[*Traduction*]

Mme McGuire : J'aimerais revenir sur ce que Michel vient de dire. Les Canadiens n'ont plus la même relation aux médias que par le passé. Ils ont davantage de possibilités d'accéder au genre de nouvelles qu'ils veulent entendre. Les médias sociaux leur offrent différents moyens d'échanger directement avec les journalistes et d'exprimer leurs préoccupations par rapport à ce que nous faisons et à notre façon de le faire.

C'est donc dire que CBC/Radio-Canada déploie un effort sans précédent pour rendre compte à son auditoire et au public en général. Les lignes directrices sur les Normes et pratiques journalistiques sont au cœur même de cet effort. Comme l'a mentionné Michel, elles constituent notre promesse aux Canadiens. Ce guide définit le cadre de notre conduite et de notre pratique du journalisme.

Nous sommes également les seuls diffuseurs au pays à avoir des ombudsmans — comme vous le savez, un pour le réseau français et un pour le réseau anglais — pour représenter le public lorsque celui-ci estime que nous avons mal fait notre travail journalistique. Ces ombudsmans se fondent sur nos normes et nos pratiques pour nous demander des comptes. Nous faisons un effort concerté pour répondre aux personnes qui soulèvent des problèmes liés à notre journalisme, en particulier si nous avons fait une erreur.

When we make an error, we accept it, we acknowledge it, and we correct it. Nobody likes making mistakes, but we report on thousands of stories each week, and we realize there will be moments when mistakes happen. We believe in those moments that being transparent with our audience is the best we can do to build trust and show them the respect they deserve.

We have in recent years created a very thorough and proactive policy on corrections and clarifications. When there is a serious mistake made, we set the record straight as soon as possible, and on the same program or platform where the mistake took place. We also take every possible action to make sure a mistake is not repeated or magnified.

Beyond our regular programming, we engage with our audience and highlight the ways we work. I have a blog on our website that explores all sorts of issues around journalism. We draw attention to some of our internal debates, and we explain why we make some of the choices that we make.

CBC also has one of the most vibrant communities of commenters in the country. In this way, the public broadcaster is evolving into the most wildly populated public square for debate about issues across Canada. These actions are all integral to our identity at CBC news, serving Canadians with transparency, integrity, and accountability.

[Translation]

Mr. Cormier: So our major challenge in the coming years will be to provide Canadians with information programming that informs them about major current affairs issues, on the platform of their choice and at a time that suits them.

That means moving toward digital technologies without neglecting the successful aspects of our radio and television programming. And the principle that guides us in this great transformation, because we are still going through a revolution, is the very simple idea that we must be at the service of citizens.

Citizen is a richer and more demanding term than that of public or viewer. The citizen has rights and responsibilities, and to take care of those, citizens need information that will enable them to make informed choices. That is the public broadcaster's role.

To fulfill that role, we must provide programming that is independent, original and enlightening. Radio-Canada has done this by changing the mission of our major news broadcasts, particularly "Téléjournal" at 10 p.m. No longer is it a traditional newscast, but rather an information program that delves deeper into issues of the day.

Si nous commettons une erreur, nous l'admettons, la reconnaissons et la corrigeons. Personne n'aime être pris en défaut, mais sur les milliers de reportages que nous réalisons chaque semaine, nous sommes conscients que des erreurs peuvent se produire. En de tels moments, nous croyons que la meilleure manière d'établir la confiance de nos auditeurs et de leur témoigner le respect qu'ils méritent est de faire preuve de transparence à leur égard.

Nous avons, ces dernières années, élaboré une politique très exhaustive et proactive en matière de correction et de clarification. Lorsqu'une erreur grave est commise, nous rétablissons les faits le plus tôt possible, pendant la même émission ou la même plateforme que celle où l'erreur s'est produite. Nous prenons aussi toutes les mesures possibles pour éviter que l'erreur se répète ou s'amplifie.

Au-delà de notre programmation régulière, nous échangeons avec notre auditoire et exposons nos façons de travailler. Le blogue que je tiens sur notre site web aborde toutes sortes de questions liées au journalisme. Nous attirons l'attention sur certains de nos débats internes et expliquons les raisons pour lesquelles nous faisons certains choix.

La CBC rassemble également l'une des plus vibrantes communautés de commentateurs au pays. À cet égard, le diffuseur public est en voie de devenir la place publique la plus achalandée pour débattre des enjeux qui intéressent les Canadiens. Servir les Canadiens de façon transparente, intègre et responsable fait partie intégrante de l'identité de CBC News.

[Français]

M. Cormier : Alors, notre grand défi dans les prochaines années c'est de fournir aux Canadiens une programmation d'information qui les éclaire sur les grands enjeux de l'actualité, et ce sur la plateforme de leur choix et à l'heure qui leur convient.

Cela signifie immigrer vers les technologies numériques sans pour autant négliger ce qui fait le succès de notre programmation à la radio et à la télévision. Et le principe qui nous guide dans cette grande transformation, parce que c'est quand même toute une révolution qu'on vit, c'est l'idée toute simple que nous nous devons être au service du citoyen.

Le citoyen c'est un terme plus riche et plus exigeant aussi que celui de public ou de téléspectateur. Le citoyen a des droits, des responsabilités, et pour s'en acquitter il lui faut une information qui lui permet de faire des choix éclairés. C'est le rôle du diffuseur public.

Pour y arriver, nous devons lui fournir une programmation qui est à la fois indépendante, originale et éclairante. Pour ce faire à Radio-Canada, nous avons modifié la mission de nos grands rendez-vous d'information, notamment celui du *Téléjournal* de 22 heures. Ce n'est plus un bulletin de nouvelles traditionnel, mais une émission d'information qui approfondit les enjeux de l'actualité.

We are also in the process of implementing a new national coverage strategy that focuses on telling the country's story. The idea is not to simply reflect the regions but to provide meaningful regional coverage of national issues that concern all our listeners.

The third aspect is maintaining our presence on the ground here and abroad. Our network of correspondents from Vancouver to Beirut, from Moncton to Beijing, is what allows us to provide distinctive reporting and to ensure that Canadians can have a look at their own world and a world that reflects their interests and concerns.

We are also expanding our information coverage through our public affairs programs, both at CBC and Radio-Canada. We have programs that are already popular and well-established, such as "The Fifth Estate," and on the French side, "Enquête," "Découverte," and "La facture" to name a few. And increasingly, these programs work with our news service to deepen our view of events.

For example, just two days after the attack in Ottawa last week, "Enquête" presented a full profile of young Canadian jihadists who go and fight in Syria. They were assisted by our Beirut correspondent, who followed the path of one of them, from Turkey. The program will also be shown on "The Fifth Estate" because we also share a lot of material that we film.

We appealed to our digital teams to complete what would be a global information service on multiple platforms. Our journalists are now working on all platforms, at all hours of the day. And the web journalists further post to Twitter and produce complements to our television and radio reports that allow us to take our coverage further.

[English]

Ms. McGuire: Moving forward we will meet the changing needs of Canadians and adapt to the changing reality in the news business while being financially sustainable. In news, we will continue our focus on integration. This is finding ways to centralize work flow across platforms so that multiple needs can be met with fewer resources. In the past ten years, we have successfully integrated radio and television news teams on both networks for a more consistent approach to news gathering.

Strategy 2020 will extend that position on both our news services, especially at the local level, to be digital first with a strong emphasis on mobile content. Our legacy platforms on TV

Nous sommes aussi en train de mettre en place une nouvelle stratégie de couverture nationale que nous appelons « Raconter le pays ». L'idée c'est d'aller au-delà d'un reflet régional et d'ancrer en région la couverture d'enjeux nationaux communs à tous nos auditoires.

Le troisième élément est de préserver notre présence sur le terrain, ici comme à l'étranger. Notre réseau de correspondants de Vancouver à Beyrouth, de Moncton à Pékin, est ce qui nous permet de faire du reportage distinctif et nous assurer que les Canadiens puissent avoir un regard sur le monde qui leur est propre et qui reflète leurs intérêts et leurs préoccupations.

Nous enrichissons également notre offre en information à l'aide de nos émissions d'affaires publiques, à la CBC comme à Radio-Canada. Des émissions dont la renommée et la popularité ne sont plus à faire, notamment *The Fifth Estate*. Et du côté français, des émissions comme *Enquête*, *Découverte*, *La facture*, pour ne nommer que celles-là. Et de plus en plus ces émissions travaillent de concert avec notre service des nouvelles pour approfondir notre regard sur les événements.

À titre d'exemple, deux jours seulement après les attentats à Ottawa la semaine dernière, l'émission *Enquête* présentait un dossier complet sur de jeunes djihadistes Canadiens qui s'en vont combattre en Syrie. Ils étaient assistés pour l'occasion par notre correspondant à Beyrouth qui a suivi la trace de l'un d'eux, à partir de la Turquie. Cette émission sera aussi présentée sur *The Fifth Estate*, parce que nous partageons aussi beaucoup du matériel que nous tournons.

Nous avons fait un recours à nos équipes numériques pour compléter ce qui se veut une offre globale et multiplateforme à l'information. Nos journalistes travaillent maintenant sur toutes les plateformes, à toute heure du jour. Et les journalistes web font davantage alimenter Twitter, et produisent des compléments à nos reportages télé et radios qui nous permettent d'aller plus loin dans notre couverture.

[Traduction]

Mme McGuire : À mesure que nous irons de l'avant, nous continuerons de répondre aux besoins changeants des Canadiens et de nous adapter à la constante évolution du secteur de l'information tout en demeurant viables financièrement. En ce qui concerne la couverture des actualités, nous continuerons de nous concentrer sur l'intégration, c'est-à-dire trouver des moyens de centraliser le flux de travail à travers toutes les plates-formes afin d'être en mesure de couvrir des besoins multiples avec des ressources moindres. Au cours des 10 dernières années, nous avons réussi à intégrer les équipes de nouvelles de la radio et de la télévision des réseaux SRC et CBC afin de mieux uniformiser l'approche en matière de cueillette d'information.

Dans le cadre de la Stratégie 2020, nous élargirons cette mesure à nos deux services de nouvelles, plus particulièrement à l'échelle locale, où nous accorderons la priorité au numérique en insistant

and radio will still be important pillars, but increasingly will migrate resources and content to digital first, as that is where the opportunity now lies.

Digital first means a more tailored and customized service producing more on-demand content that can be delivered through the day, not only to predetermined programs and slots and television radio, but constantly. Digital first means innovation and storytelling and audience involvement. Social platforms will allow a more participatory two-way conversation and communication with Canadians.

Digital first also means a major retooling of how we work. We will examine everything we do, how we do it, and prioritize those things that add value and stop doing those things that do not.

In terms of our promise to Canadians locally, we are saying we are going to remain in the communities that we are in, but we are changing how we deliver information. On radio, we will stay basically the same. In communities where we have television, we are saying that we will guarantee at least 30 minutes of supper hour television to Canadians, and in some markets, maybe more. In all communities, we will grow our digital presence.

It is a big change, but the value promise of the public broadcaster remains the same. We will still produce accurate, relevant content that balances live and immediate breaking news with the context and the background that CBC Radio-Canada is known for.

We will continue to produce award-winning original journalism that is respected around the world and makes a difference to Canadians. We will also have a footprint in communities across the country and in the North, more than any other broadcaster, especially in underserved areas. Local is where we connect one on one with Canadians, and it is the lens into the greater CBC Radio-Canada for most Canadians.

Thank you. We would be happy to answer your questions.

[*Translation*]

The Chair: Thank you. This morning, I had the opportunity to run into Mr. Cormier. I told him that since we were on the record, since we were in Halifax and they were asking us questions about — because you just admitted that you had even made mistakes in the past, I told Mr. Cormier that I had told the people in Halifax and Moncton that I was going to ask a question about —

sur le contenu mobile. Nos plates-formes existantes, la télévision et la radio, demeureront des piliers importants, mais les ressources et le contenu migreront de plus en plus vers le numérique, puisque c'est dans ce domaine que résident les occasions à saisir.

Prioriser le numérique, c'est offrir des services mieux adaptés, taillés sur mesure, c'est produire du contenu à la demande que l'on peut diffuser à toute heure, pas seulement dans le cadre d'émissions et de créneaux horaires prédéterminés, à la radio ou à la télévision. Qui dit priorisation du numérique dit innovation, témoignages et participation de l'auditoire. Les plates-formes sociales nous permettront d'échanger et de communiquer de manière plus participative et bidirectionnelle avec les Canadiens.

Prioriser le numérique, cela sous-entend aussi qu'il faut procéder à un important remodelage de notre manière de travailler. Nous nous pencherons attentivement sur chacune de nos activités et sur notre façon de la mener. Nous accorderons la priorité aux activités qui ajoutent de la valeur et délaisserons celles qui n'ont pas ce potentiel.

En ce qui concerne notre promesse faite aux Canadiens des régions, nous pouvons affirmer que nous resterons dans les collectivités où nous sommes déjà présents, mais changerons notre façon de livrer l'information. Pour ce qui est de la diffusion radiophonique, les choses demeureront inchangées. Quant aux collectivités où nous diffusons à la télévision, nous garantissons aux Canadiens un minimum de 30 minutes à l'heure du souper, peut-être plus dans certains marchés. Nous accroîtrons notre présence numérique dans toutes les collectivités.

C'est une profonde transformation, mais la promesse de valeur du diffuseur public reste la même. Nous continuerons de produire le même contenu juste et pertinent qui assure un équilibre entre la diffusion directe et simultanée des dernières actualités et la toile de fond qui fait la réputation de CBC/Radio-Canada.

Nous continuerons de produire le même type de journalisme original, primé et respecté dans le monde entier et qui fait la différence pour les Canadiens. Nous assurerons une présence prédominante dans les collectivités partout au pays et dans le Grand Nord, notamment dans les zones mal desservies. Nos activités locales sont le lieu qui nous permet de communiquer individuellement avec les Canadiens. Pour la majorité de la population, elles constituent une façon d'intégrer une vision d'ensemble de la société CBC/Radio-Canada.

Merci. C'est avec plaisir que nous répondrons à vos questions.

[*Français*]

Le président : Merci. J'avais l'occasion ce matin de croiser M. Cormier. Je lui ai dit que puisque nous étions « on the record », que nous étions à Halifax et qu'ils nous ont posé des questions concernant... parce que vous avez admis tout à l'heure que vous avez même fait des erreurs dans le passé, j'ai dit à M. Cormier, j'avais dit aux gens d'Halifax et de Moncton que j'allais poser la question concernant...

[English]

What happened when the CBC seemed to be missing the events that were happening in Moncton that are actually being judged in court today?

[Translation]

Mr. Cormier: We had the opportunity to explain things to the notable Acadians at the time, with the event occurring in the evening and on RDI. Obviously, people would have expected it to be a live broadcast, a special program. We settled for providing regular updates, including during the lead story on television newscasts. But our bureau chief, who was on the program at the time, had not found all the resources needed to go live.

It is a mistake we acknowledged and apologized for. We apologized to Acadians because they expected to be supported by that time. Things resumed at 5 a.m. the next morning with a special broadcast that aired almost all day, and we also sent our anchor, Céline Galipeau, that same day to ensure that those events were given the importance they deserved.

We have since then reviewed our procedures. Clearly, that time of night is the most dangerous for us because that is when we have fewer staff, obviously. Teams have now been fortified. We reviewed what we call our code yellow of important events, and we are ensuring that we do not make that mistake again.

Last week, we had the opportunity to make up for this to a certain extent. The review of this procedure enabled us to quickly be on the events in Ottawa. I think we still did a decent job, and we apologized to the officials. We greatly regret having dropped the ball that day.

[English]

The Chair: While we were in Halifax, we were also told that there is a different structure and relationship between the regions and headquarters, that in French there is an additional level of “bureaucracy” between the people on the ground and the people managing the media. Ms. McGuire, would you care to comment?

Ms. McGuire: On the English side, I am the head of news, as Michel is the head of news on the French side, but I also manage all the local services, so the radio and TV online locally. It has always been a principle at CBC radio to respond to breaking those stories locally. As a matter of course, they just go with a coordinated structure in terms of the editorial decision making, and it also has allowed us to be quicker to get on the air in terms of the other platforms.

The Chair: I just wanted to clarify that because that was also on the record.

[Traduction]

Que s'est-il passé la fois où CBC a semblé avoir raté la couverture en direct des événements de Moncton qui sont aujourd'hui devant les tribunaux?

[Français]

M. Cormier : On a eu l'occasion d'aller s'expliquer avec les notables Acadiens à l'époque, l'événement s'est passé en soirée et sur RDI. Évidemment, les gens se seraient attendus à ce que ce soit une émission en direct, une émission spéciale. On s'est contenté de faire des interventions régulières, y compris dans la première nouvelle des téléjournaux. Mais notre chef de pupitre, qui était à l'époque à cette émission-là, n'avait pas trouvé les ressources nécessaires pour être en direct.

C'est une erreur qu'on a reconnue et on s'en excuse. On s'est excusé auprès des Acadiens parce qu'ils s'attendaient être accompagnés à ce moment-là. On s'est repris dès 5 heures le lendemain matin en diffusion une émission spéciale presque toute la journée, et on aussi dépêcher notre chef d'antenne, Céline Galipeau, le jour même pour s'assurer qu'on donne à ces événements toute l'importance qu'elle méritait.

Depuis, on a revu nos procédures. Il est évident que cette période de la soirée est la période la plus dangereuse pour nous parce que c'est le moment où on a moins d'effectifs, évidemment, en soirée. Donc, on a renforcé les équipes maintenant. On a revu ce qu'on appelle notre code jaune des événements importants, et on s'assure qu'on ne fera pas l'erreur de nouveau.

La semaine dernière, on a eu l'occasion de se reprendre un petit peu. La révision de cette procédure nous a permis d'être rapidement sur les événements à Ottawa. On a fait un mandat honorable, je crois, et on s'est excusé auprès des notables. On regrette beaucoup d'avoir échappé le ballon en ce jour-là.

[Traduction]

Le président : Lors de notre passage à Halifax, on nous a dit que la structure et la relation entre les régions et le siège social n'étaient pas les mêmes. Il semblerait que dans le réseau français, il existe un niveau de « bureaucratie » supplémentaire entre les journalistes sur le terrain et ceux qui gèrent les médias. Madame McGuire, avez-vous des commentaires?

Mme McGuire : Du côté anglais, je suis responsable du service de l'information, comme Michel est à la tête de l'information du côté français. C'est aussi moi qui gère l'ensemble des services locaux, c'est-à-dire la radio et la télévision diffusées dans les régions. CBC Radio a toujours eu pour principe de couvrir localement les événements qui se déroulent dans les régions. Bien entendu, la prise de décision éditoriale se fait dans le cadre d'une structure coordonnée, ce qui nous a toujours permis de passer à l'antenne avec une longueur d'avance sur les autres plates-formes.

Le président : Je voulais seulement clarifier ce point parce qu'il figure aussi au compte rendu.

[Translation]

Mr. Cormier: Let me clarify. It is not that there is an additional level of bureaucracy. In fact, we have the same integrated structure for news gathering. Every day, the regions talk with management in Montreal. Patricia Pleszczynska is still the executive director and also takes care of the regional stations. She has appeared as a witness here several times.

There is a very specific reason for this: francophone regions outside Quebec each have their own distinctive characteristics. An audience in Ontario has very different tastes from audiences in Acadia or western Canada.

We have very specific obligations when it comes to licenses for French-speaking regions or francophone minorities.

To ensure that these communities receive full attention to development and programming, it was decided several years ago that they deserved to have someone to take care of that specifically.

The Chair: Thank you for your answers.

[English]

Senator Plett: Let me start off by congratulating you and CBC on the terrific announcement we heard at noon today about the Olympics in 2018 and 2020. I want to say that I watched more of the last Olympics than I think I ever did before. I think CBC needs to be commended for the coverage they gave. I think it is as a result of the coverage that I watched as much as I did.

Certainly, things are different now than they were when we had the Olympics in Vancouver. We have iPads now and we didn't then. So that certainly helped, but you did a marvelous job in the last ones, and I have every confidence that you will do an even better job in the next.

It has been said many times and was said again today that CBC doesn't have shareholders or stockholders. You are responsible to the Canadian public. The Canadian public, Canadian taxpayer in fact is a shareholder. So I think any time we say CBC doesn't have shareholders, we are incorrect in that, and you have an obligation to the Canadian shareholders and the Canadian public.

Ms. McGuire, you were quite explicit in your comments early on in your presentation about wanting to report the facts correctly, and if there are errors, to correct those errors. I asked the question of Mr. Peter Grant from McCarthy Tétrault this morning: How should somebody correct an error when they make an error?

It seems to me that when a blatant error gets printed on page 1 of the *National Post*, it gets corrected on page 48 in the bottom left-hand column. Since we are talking CBC, when they make a

[Français]

M. Cormier : Je vais préciser. Ce n'est pas qu'il y a un niveau de bureaucratie supplémentaire. Au fait, on a la même structure intégrée de collecte de nouvelles. Tous les jours, on se parle dans les régions avec la direction de Montréal. On a quand même une directrice générale, Patricia Pleszczynska, que vous avez eu l'occasion de recevoir ici à maintes reprises, qui s'occupe aussi des stations régionales.

Il y a à cela une raison bien particulière : les régions francophones hors Québec ont chacune leur particularité. Un auditoire de l'Ontario a des goûts très différents de l'Acadie ou de l'Ouest canadien.

On a des obligations très particulières en ce qui concerne les licences pour les régions francophones ou les minorités francophones.

Pour s'assurer que ces communautés ont toute l'attention sur le plan du développement et de la programmation, il a été décidé, depuis plusieurs années, que cela méritait que quelqu'un s'en occupe spécifiquement.

Le président : Je vous remercie pour vos réponses.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Permettez-moi d'abord de vous féliciter, ainsi que la CBC, pour l'excellente nouvelle que nous avons entendue ce midi à propos des Jeux olympiques de 2018 et de 2020. Je voudrais vous dire que j'ai regardé les derniers Jeux plus que je ne l'avais jamais fait auparavant. Je crois que CBC/Radio-Canada mérite des félicitations pour sa couverture des Jeux. La qualité de cette couverture est certainement la raison qui a fait de moi un auditeur aussi assidu.

Bien sûr, les choses ne sont plus les mêmes que ce qu'elles étaient lors des Jeux olympiques de Vancouver. Nous avons maintenant des iPad que nous n'avions pas à l'époque. Cela a sûrement aidé, mais j'insiste pour dire que vous avez fait un travail remarquable lors des derniers Jeux et je suis convaincu que vous ferez encore mieux lors des prochains

Il a été dit maintes fois et encore aujourd'hui que la CBC n'avait ni actionnaires ni porteurs de titres. Vous êtes responsable devant le public canadien. Le public canadien, le contribuable canadien, est, en fait, un actionnaire. Je pense que lorsque nous disons que la société CBC/Radio-Canada n'a pas d'actionnaires, nous faisons erreur puisque vous avez une obligation envers les actionnaires et le public canadiens.

Madame McGuire, dans votre présentation, vous avez parlé en termes très explicites de votre volonté de signaler les faits avec justesse et de corriger les erreurs qui peuvent survenir. Ce matin, j'ai posé la question suivante à M. Peter Grant de McCarthy Tétrault : lorsque quelqu'un commet une erreur, de quelle façon devrait-il la corriger?

Si ma mémoire est bonne, lorsqu'une erreur flagrante se glisse à la une du *National Post*, la correction figure à la page 48, en bas de la colonne de gauche. Lorsque la CBC commet une erreur

blatant error on “The National,” they admit their error, and they correct the error in an online part of their web site. You can go online and you can see the correction.

Mr. Grant said that he was firmly of the opinion that if an error is made in the front page of a paper or on a national news program, the correction should be made equally prominent. How do you feel about that?

Ms. McGuire: At CBC, we have a corrections policy that actually colour codes levels of errors. In some cases, we will report a fact that gets changed during the day, and that is a different level of error than making a significant mistake in our journalism.

So the first thing to tell you is that there are different degrees of errors. They are not all the same. News in an ever moving environment shifts. We saw that in Ottawa last week. We had information that shifted, even information coming from the police, through the course of the day. There are different degrees of errors. That would be my first point.

My second point is we actually do try to correct what we call our red flag areas on the platform that they are happening on. So if “The National” has made a significant mistake that requires a correction, it will get corrected on “The National.”

Senator Plett: If a person has been maligned on “The National” and he or she thinks they have been maligned on “The National” and CBC agrees that they did something wrong, you would decide whether or not that was a red flag issue?

Ms. McGuire: Yes. We have a whole process. We have a whole piece of CBC news that looks at accountability. Obviously, we are accountable to the ombudsman process, and that is quite a detailed and involved process. But any person who has issues with our coverage, the first response usually is contacting us.

Our first course of action is to review the content and respond in detail to the person. If they have a continued issue with our coverage, we encourage them to refer it to the ombudsman, which is an independent review process of our content, and from there, within 20 days, they will get a response and we take a course of actions.

In some cases, the ombudsman recommendations lead to changes in our process. For example, in the past, there was some feedback around our policy around using polls and reporting polls, so sometimes it changes process. Sometimes, it could lead to an apology, and other times, there are no errors found. It depends on the nature of the story and the course of action that is followed. But in any case, the public is entitled to an independent review.

Senator Plett: You believe the ombudsman is independent?

criante pendant *The National*, elle reconnaît son erreur et la corrige en ligne, dans son site web. Il suffit d’aller dans son site pour voir la correction.

M. Grant s’est dit fermement convaincu que si une erreur est commise à la une d’un journal ou pendant émission de nouvelles nationales, la correction doit être de visibilité égale à l’erreur. Qu’en pensez-vous?

Mme McGuire : Selon la politique de correction des erreurs en vigueur à CBC, un code couleur est attribué selon le niveau d’erreur. Si, par exemple, nous annonçons un fait qui évolue et change au cours de la journée, le niveau d’erreur n’est pas le même que s’il s’agit d’une erreur journalistique grave.

Donc, la première chose que j’aimerais vous dire, c’est qu’il existe différents niveaux d’erreurs. Toutes ne sont pas équivalentes. Dans un contexte en pleine évolution, l’information se transforme, elle suit l’évolution de la situation. Nous en avons été témoins la semaine dernière à Ottawa. Toute la journée, nous recevions de l’information mouvante, même de la part des policiers. Il y a différents degrés d’erreurs. C’est mon premier point.

Mon second point, c’est que nous essayons effectivement de corriger les erreurs classées dans la catégorie appelée « drapeau rouge » sur la plate-forme dans laquelle elles se sont produites. Par conséquent, si une erreur est commise à l’émission *The National*, la correction sera faite pendant *The National*.

Le sénateur Plett : Si quelqu’un a été, ou estime avoir été, victime de diffamation à *The National* et que la CBC admet avoir mal agi, ce serait alors à vous de décider s’il s’agit d’un cas de drapeau rouge?

Mme McGuire : Oui. Nous avons un processus complet. Tout un pan de CBC News concerne la responsabilité. Évidemment, nous sommes tenus d’appliquer le processus de reddition de comptes de l’ombudsman, qui est détaillé et plutôt exigeant. Si quelqu’un voit un problème dans notre couverture, sa première réaction est habituellement de communiquer avec nous.

Nous examinons d’abord le contenu, puis nous fournissons une réponse détaillée. Si la personne est toujours insatisfaite, nous l’invitons à s’adresser à l’ombudsman qui effectuera un examen indépendant de notre contenu. La personne recevra une réponse dans les 20 jours qui suivent et, à partir de là, nous prendrons les mesures qui s’imposent.

Il arrive parfois que les recommandations de l’ombudsman nous amènent à modifier nos processus, comme ce fut déjà le cas par le passé à propos de nos pratiques de sondage et de diffusion des résultats, qui nous avaient valu certaines réactions. Parfois, nous devons formuler des excuses et, parfois, aucune erreur ne nous est attribuée. Tout dépend de la nature de la nouvelle et des mesures prises ensuite. Dans tous les cas, le public a droit à un examen indépendant.

Le sénateur Plett : Vous croyez que le service de l’ombudsman est indépendant?

Ms. McGuire: Absolutely.

Senator Plett: But yet reports to the President of the CBC?

Ms. McGuire: I think that is for administrative purposes. In terms of the news organizations, they are completely separate and distinct from the news organizations.

Senator Plett: I will ask the question, and you may decide not to offer an opinion, since it is about the ombudsman.

I did ask the ombudsman a question a few weeks ago when she and the French ombudsman were before us. Like you said, there are levels of issues, and the ombudsman or some committee decides whether the ombudsman should even be dealing with a given issue. I asked her, "If you deal with an issue, or when you decide that this is obviously an issue for you, do you then give both parties, say a journalist and somebody else, the benefit of a hearing?" She said no. She would listen in many cases only to the journalist.

Ms. McGuire: I think the process is that, when an item is flagged to the ombudsman for review, they do a thorough review of the journalism and see if it stands up. That process is quite robust. They talk to everybody who touched the story. They go through scripts. They look at what went on air on the various platforms, and they make an independent assessment.

So I think what the ombudsman is, in every case, looking at our promise in terms of the standards we declare to live by and at whether or not the journalism measures up.

Senator Plett: Who appoints the ombudsman?

Ms. McGuire: The ombudsman is appointed through the board.

Senator Plett: So CBC appoints the ombudsman. She reports to the president, and you think she is independent?

Senator Eggleton: The Auditor General gets appointed by Parliament. In fact, a number of those positions do. They are accountable for their budgets to the Treasury Board, but they are independent. Nobody questions their independence.

Senator Plett: You could be the witness.

Senator Eggleton: Pardon?

Senator Plett: You should be the witness.

Senator Eggleton: No, I am just commenting on that point.

Mme McGuire : Absolument.

Le sénateur Plett : Même s'il rend des comptes au président de la Société?

Mme McGuire : Je crois que c'est à des fins administratives. Les ombudsmans sont totalement indépendants des organes de presse.

Le sénateur Plett : Je vais vous poser une question à laquelle vous pourrez ne pas répondre si vous le voulez, puisqu'elle concerne l'ombudsman.

J'ai posé une question à l'ombudsman de la CBC il y a quelques semaines, alors qu'elle et l'ombudsman de Radio-Canada étaient devant le comité. Comme vous l'avez dit, il y a des problèmes à divers niveaux, et l'ombudsman ou un comité quelconque décide si l'ombudsman doit s'occuper de tel ou tel problème. Je lui ai demandé ceci : « Si vous vous occupez d'un problème, ou lorsque vous décidez qu'une situation constitue, de toute évidence, un problème pour vous, accordez-vous une audience aux deux parties, disons un journaliste et quelqu'un d'autre? » Elle m'a répondu non, qu'elle n'accorde généralement d'audience qu'au journaliste.

Mme McGuire : Je crois que c'est ça le processus, quand un problème est signalé à l'ombudsman à des fins d'examen, celui-ci fait un examen complet du travail journalistique et voit si ça se tient. Ce processus est très rigoureux. L'ombudsman parle à toutes les personnes ayant travaillé au reportage. Il revoit les scripts. Il examine ce qui a été diffusé sur les différentes plateformes et réalise un examen indépendant.

Alors, je pense que, dans tous les cas, l'ombudsman s'assure que nous honorons notre promesse de respecter les normes auxquelles nous affirmons adhérer et il vérifie que le travail journalistique se tient.

Le sénateur Plett : Qui nomme l'ombudsman?

Mme McGuire : L'ombudsman est nommé par le conseil d'administration.

Le sénateur Plett : Donc, c'est la CBC qui a nommé l'ombudsman. Cette personne relève du président et vous pensez qu'elle est indépendante?

Le sénateur Eggleton : Le vérificateur général est nommé par le Parlement. En réalité, il en va de même pour un certain nombre de postes du même genre. Les titulaires rendent compte de l'utilisation de leur budget au Conseil du Trésor, mais ils sont indépendants. Personne ne remet en question leur indépendance.

Le sénateur Plett : Vous pourriez être le témoin.

Le sénateur Eggleton : Pardon?

Le sénateur Plett : Vous devriez être le témoin.

Le sénateur Eggleton : Non, je ne fais que commenter.

We comment on each other's points some of the time. If you don't think their ombudsman is independent, then you can't think the Auditor General is independent.

Anyway, when I arrived on Parliament Hill in 1993, I noted that there were a number of CBC journalists. There was one for French radio, one for English radio, another one for French television and another one for English television. There seemed to be crews all over the place.

I must say, though, that I have seen that change, and I particularly noted the change in our briefing this morning when we were with you and your colleagues at the broadcast centre, how much this has changed. You now have people who are covering different platforms, and some are bilingual and cover both English and French. The news is all gathered and evaluated in a much more efficient fashion. I was quite impressed with that.

I just wondered what further stages you might have in this reform process that you are going through.

Mr. Cormier: I can speak for the part I control. I was a correspondent for CBC Radio-Canada for a number of years abroad, Beijing, Moscow, one of the bilingual positions. I also worked for CBC independently in radio for a while.

[Translation]

I worked for Radio-Canada for many years and that is where I spent much of my career. But certainly, we work together in both languages as much as possible. However, this is a difficult time because we have to work for the web, for radio and for television. When we have both networks, that means six different platforms in one day.

What we are currently trying to do is have a much more flexible approach in that regard. And we work hard on each project.

Every time we have a major project overseas, Jennifer and I make sure that Radio-Canada and CBC are working as efficiently as possible.

Journalists sometimes work in both languages or we send two journalists with the same technical team to do the same reporting. Two teams may share the same equipment, even if they are working in two different regions. It is a much simpler and more flexible way of working.

As for multiplatform work, we have both made changes in recent years to merge the assignment of journalists, the news desk and copywriting, so that we can work on the three platforms. Therefore, we are avoiding a lot of duplication in our work.

Nous commentons parfois mutuellement nos observations. Si vous ne pensez pas que leur ombudsman est indépendant, alors vous ne pouvez pas penser que le vérificateur général est indépendant.

En tout cas, quand je suis arrivé sur la Colline du Parlement en 1993, j'ai remarqué qu'il y avait un certain nombre de journalistes de la société. Il y en avait un de la radio française, un de la radio anglaise, un autre de la télévision française et un autre de la télévision anglaise. On aurait dit qu'il y avait des équipes partout.

Je dois admettre, cependant, que j'ai constaté le changement, et j'ai surtout remarqué dans notre séance d'information de ce matin — quand nous étions avec vous et vos collègues du Broadcasting Centre — à quel point les choses ont changé. Maintenant vous avez des gens qui couvrent différentes plateformes; certains sont bilingues et couvrent les volets français et anglais. Les nouvelles sont collectées et évaluées beaucoup plus efficacement, ce qui m'a beaucoup impressionné.

Seulement, je me demandais si la réforme que vous entreprenez comporte d'autres étapes.

M. Cormier : Je peux me prononcer pour la partie dont j'assume le contrôle. J'ai été correspondant à l'étranger pendant plusieurs années pour Radio-Canada, à Beijing, à Moscou, et j'occupais l'un des postes bilingues. J'ai aussi travaillé à la radio de Radio-Canada en tant qu'indépendant pendant un moment.

[Français]

J'ai travaillé à Radio-Canada pour plusieurs années où j'ai mené une grande partie de ma carrière. Mais il est certain que nous collaborons le plus possible dans les deux langues, là où c'est possible. Mais on vit dans une époque plus difficile parce qu'il faut travailler à la fois pour le Web, pour la radio et pour la télévision. Quand on fait les deux réseaux, cela veut dire six plateformes différentes durant la même journée.

Ce qu'on essaie de faire maintenant c'est d'avoir une approche beaucoup plus flexible à ce sujet-là. Et on travaille beaucoup par projet.

Chaque fois qu'on mène un projet d'envergure à l'étranger, on s'assure, Jennifer et moi, que Radio-Canada et la CBC travaillent le plus efficacement possible.

Il arrive parfois que des journalistes travaillent dans les deux langues ou qu'on envoie deux journalistes avec une même équipe technique pour faire le même reportage. Il est possible aussi que deux équipes se partagent le matériel même s'ils se trouvent dans deux régions différentes. C'est une façon beaucoup plus simple et flexible de travailler.

Pour ce qui est du travail multiplateforme, on a fait tous les deux des réformes au cours des dernières années pour fusionner l'affectation des journalistes, le pupitre des bulletins, la rédaction des textes, de manière à travailler sur les trois plateformes. Donc, on évite beaucoup de dédoublement dans notre travail.

[English]

Jennifer, do you want to add something?

Ms. McGuire: Yes. I would say we are very efficient at news gathering across platforms. Where we will see more integration is around digital, where we still have specialized skill sets. We need to embed that more through the news organizations. That piece is in the process of integration.

The other piece I would say is around technology. It is changing how we will gather news overall. This is John Northcott sending live hits from Ottawa into “The National” with a cell phone that he is shooting himself. That is a big change from how we have worked in the past. We are developing technology that will allow us to file and not have to sort of catch the information on the inside and translate it through our systems to publish. We are going to get much more efficient at closing that gap of catching it and getting it out, and technology will help us there.

Senator Eggleton: Great. Thank you.

Senator Unger: My question is for Mr. Cormier. You mentioned five points that you strive for. Tell me how you effectively promote and maintain the highest level of journalistic and broadcasting standards to ensure that stories are fair to both sides and presented accurately. Ms. McGuire, if you would reply as well.

[Translation]

Mr. Cormier: You are right to say that we are striving toward those goals. We remind ourselves of that every day.

When we make mistakes, we make amends quickly. That is what distinguishes us as a public broadcaster. That is our strength. If we were not credible with Canadians, we would no longer have a purpose because we would not have the confidence of Canadians. That is a commitment we must fulfill every day.

We make sure that every young journalist that joins Radio-Canada — Now, Jennifer and I, we have even recorded videos to make it easier. There is online training that even shows case studies. These are exercises where young journalists can really work on making the right decision.

I can assure you that everyone who is promoted to manager or bureau chief or who directs longstanding programs is a professional who has already made a mark in compliance with these standards and practices.

So the commitment is a sincere one. That is who we are. If we lose the public’s confidence, we know that would be the end for us.

[Traduction]

Jennifer, voulez-vous ajouter quelque chose?

Mme McGuire : Oui. Je dirais que nous sommes très efficaces pour ce qui est d’aller chercher la nouvelle sur nos différentes plateformes. Là où nous verrons plus d’intégration, c’est dans le domaine du numérique, où nous comptons encore des compétences spécialisées. Nous devons intégrer ça davantage aux organes de presse. Ce domaine fait l’objet d’une intégration.

L’autre volet est, à mon avis, celui de la technologie. Ça change la façon générale dont nous recueillons les nouvelles. C’est John Northcott qui alimente *The National* avec des images qu’il tourne lui-même en direct à Ottawa grâce à son cellulaire. C’est un gros changement par rapport à la façon dont nous travaillions dans le passé. Nous sommes en train de mettre au point une technologie qui nous permettra de faire le classement et qui nous évitera, en quelque sorte, d’avoir à capter l’information de l’intérieur et à la traiter dans nos systèmes afin de la diffuser. La technologie nous aidera à faire le pont entre la collecte et la diffusion des nouvelles beaucoup plus efficacement.

Le sénateur Eggleton : Excellent. Merci.

La sénatrice Unger : Ma question s’adresse à M. Cormier. Vous avez énuméré cinq objectifs que vous vous efforcez d’atteindre. Expliquez-moi comment vous entendez promouvoir et maintenir les normes les plus élevées qui soient sur le plan journalistique et en matière de diffusion afin de vous assurer que les reportages sont équitables à l’égard des deux parties et que les faits sont présentés avec exactitude. Madame McGuire, cette question s’adresse également à vous.

[Français]

M. Cormier : Vous avez raison de dire qu’on tend vers ces objectifs-là. Ce sont des choses qu’on se rappelle chaque jour.

Lorsqu’on commet des erreurs, on répare les torts rapidement. C’est ce qui nous distingue comme diffuseur public. C’est ce qui fait notre force. Si on n’est pas crédibles auprès des Canadiens, on n’a plus de raison d’être parce qu’on n’aura pas la confiance des Canadiens. C’est un engagement qu’on doit remplir chaque jour.

On s’assure que tous les jeunes journalistes qui entrent à Radio-Canada... maintenant, Jennifer et moi, nous avons même enregistré des vidéos pour que ce soit plus facile. Il y a des formations en ligne qui montrent même des études de cas. Ce sont des exercices où les jeunes journalistes peuvent vraiment s’exercer à faire le bon jugement.

Je peux vous assurer que tous les gens dont on fait la promotion pour devenir les cadres ou des chefs de pupitre ou ceux qui dirigent les émissions seniors, sont des professionnels qui ont déjà fait leur marque dans le respect de ces normes et pratiques.

Alors, c’est un engagement qui est sincère. Voilà qui nous sommes. Si on perd la confiance du public, on sait que ce sera la fin pour nous.

[English]

Ms. McGuire: I would add that sometimes people think that our journalists work in a vacuum, that they get to do whatever story they want and nobody else touches it before it is broadcast on air. In fact, there are many checks and balances through the editorial process, from being pitched to a story meeting to ending up on air at the end of the day. There are checks and balances in terms of idea pitches. There are many checks and balances in terms of the news gathering and fact checking and sourcing process. Everything gets put through a vetting process long before it goes on air.

In addition, around areas where we know that there will be sensitivities, we have a news wire that will give guidance to our journalists around language, around certain sensitivities in a story — for example, whether or not to contact a family or how we are going to coordinate chasing certain kinds of information. So we are much more coordinated today, I would say, than certainly in my past experience with CBC.

Then as the manager overall, we look at it from a higher view. Clearly, the ombudsman assesses our coverage and there is a report every year that we are accountable to the board to defend in terms of our journalism. We also measure things. For example, HonestReporting was up here before we were. The Middle East is an area that we will often do an independent content analysis on. We measure it in the day through our editorial processes, but we will look at it from a higher view and commission external research to look at our content and help us assess how we did on a particular story.

[Translation]

Mr. Cormier: I would just like to add a quick point that is still important. We do a lot of investigative journalism at CBC and Radio-Canada. I can tell you that our lawyers are very busy. We have a team that makes sure that every one of our texts, every one of our statements, is corroborated and passes the legal test. So we exercise great control, for the small stories and the big ones.

[English]

Ms. McGuire: I would add that CBC news and Radio-Canada do a significant amount of training. We train around our standards and practices. We train around the specific skills of journalism. We are actively involved in upping the skill level of our staff in a continuous way.

Senator Unger: This all sounds very robust, all of the guidelines and checks and balances that you deploy. Does it affect the timeliness of the news story getting out?

[Traduction]

Mme McGuire : J'ajouterais que, parfois, les gens pensent que nos journalistes travaillent sans aucune balise, qu'ils peuvent choisir n'importe quelle nouvelle et que personne n'y touchera avant qu'elle soit diffusée. En réalité, le processus éditorial comporte de nombreux freins et contrepoids, depuis le moment où les nouvelles à explorer sont suggérées en réunion jusqu'au moment où elles sont diffusées à la fin de la journée. Les idées de reportage sont examinées. Il y a aussi de nombreux freins et contrepoids au niveau de la collecte d'informations et de la vérification des faits et des sources. Toute nouvelle est soumise à un processus de validation bien avant sa diffusion.

De plus, quand nous savons que des nouvelles sont susceptibles de heurter certaines sensibilités, notre service de presse fournit de l'orientation à nos journalistes en ce qui a trait au choix des mots et aux points sensibles — par exemple, pour décider s'il faut ou non communiquer avec une famille ou pour établir la façon dont on coordonnera la collecte de certains types de renseignements. Notre travail à la CBC est donc certainement beaucoup mieux coordonné aujourd'hui qu'il ne l'était par le passé.

Et puis à la direction, nous voyons les choses avec du recul. Évidemment, l'ombudsman examine notre couverture journalistique et produit un rapport chaque année, pour lequel nous devons rendre des comptes au conseil. Nous prenons aussi des mesures. Par exemple, l'organisme HonestReporting existait bien avant nous. Le Moyen-Orient est une région pour laquelle nous réaliserons souvent une analyse indépendante du contenu. Nous le mesurons le jour de la diffusion dans le cadre de notre processus éditorial, mais nous l'examinons aussi d'un point de vue plus élevé et chargeons des chercheurs externes d'examiner notre contenu et de nous aider à apprécier notre couverture d'une nouvelle donnée.

[Français]

M. Cormier : Je voulais juste ajouter un petit point qui est quand même important. Nous faisons beaucoup de journalisme d'enquête à la CBC et à Radio-Canada. Je vous avoue que nos avocats sont très occupés. On a une équipe qui s'assure que chacun de nos textes, chacune de nos affirmations sont corroborés et passent le test légal. Donc, on exerce un grand contrôle autant pour les petites histoires que pour les grandes.

[Traduction]

Mme McGuire : J'aimerais ajouter qu'à CBC News et à Radio-Canada, nous donnons beaucoup de formation. Nous donnons de la formation sur nos normes et nos pratiques. Nous donnons de la formation sur différentes compétences journalistiques. Nous nous efforçons continuellement de renforcer les compétences de nos employés.

La sénatrice Unger : Tout ça semble très solide, toutes les lignes directrices et tous les freins et contrepoids que vous mettez en œuvre. Est-ce que ça affecte le délai de diffusion des nouvelles?

Ms. McGuire: No. It is a pretty efficient process. We have a story meeting in the morning where ideas are debated robustly, and then the various people who go off chasing stories throughout the day face checks and balances in a continual way. There are people who do that as their job.

Senator Unger: Thank you.

Mr. Cormier, I was trying to write down something you said and am not sure I wrote it down accurately. The question is about helping young Canadian jihadists who go to Syria to fight. Would you clarify what you said?

Mr. Cormier: What I said is on the day of the Ottawa attacks, we were already doing in-depth reporting on the menace of young Canadians who become jihadists and go to Syria to fight. So two days after the event we had on our flagship current affairs investigative reporting show “Enquête” a full report on who these people are, how they get indoctrinated. We even had our Beirut correspondent in Turkey tracking down one of these young men who had been injured and was in hospital.

When she got there, she learned that he had gone back to Syria to fight, and we lost track of him. But when he saw that there had been some attacks in Ottawa, he contacted her to say that he was still a jihadist, still committed to the cause and still fighting in Syria.

What I meant by what I said is that when we have breaking news, our breaking news machine is very efficient, and we also have a whole current affairs program to actually bring more depth to these issues as they occur. That was the reference. That is the example I used to describe how our coverage had more breadth, because we are also doing research on these issues constantly.

Senator Unger: Is that aired on English Canada as well in the West.

Mr. Cormier: I think “The Fifth Estate” is doing a version.

Ms. McGuire: Yes, “The Fifth Estate.” Also, Adrienne Arseneault has been leading the way in terms of looking at this issue for CBC news.

Senator Unger: Thank you.

Mr. Cormier: We share stories all the time.

Senator Housakos: Welcome to both of you. Thank you for being here today and thank you for the warm hospitality this morning. It was a pleasant visit. It is always helpful when we go out in the field and we see what people are actually doing on the ground rather than just hearing about it at a committee hearing.

Mme McGuire : Non. C’est très efficace. Nous tenons chaque matin une réunion pendant laquelle nous débattons vivement des idées de nouvelles proposées, puis les différentes personnes qui vont recueillir les nouvelles tout au long de la journée sont continuellement assujetties à des freins et à des contrepoids. Certaines personnes ont d’ailleurs pour travail de s’en assurer.

La sénatrice Unger : Merci.

Monsieur Cormier, j’ai essayé de noter quelque chose que vous avez dit, mais je ne suis pas certaine d’avoir retranscrit vos propos avec exactitude. La question portait sur l’aide aux jeunes Canadiens qui s’engagent dans le Jihad et qui vont se battre en Syrie. Pourriez-vous éclaircir votre pensée?

M. Cormier : Ce que j’ai dit le jour de l’attentat à Ottawa, c’est que nous réalisons déjà des reportages de fond sur la menace que constituent les jeunes Canadiens engagés dans le Jihad qui vont se battre en Syrie. Deux jours environ après l’attentat, nous avons diffusé à *Enquête*, notre émission de journalisme d’enquête et d’affaires publiques phare, un reportage complet sur l’identité de ces personnes et sur la manière dont elles sont endoctrinées. Notre correspondante à Beyrouth s’est même rendue en Turquie pour retrouver la trace de ces jeunes hommes qui ont été blessés et hospitalisés.

Lorsqu’elle s’est rendue là-bas, elle a appris qu’il était retourné en Syrie pour s’y battre, et nous avons perdu sa trace. Mais lorsqu’il a appris qu’il y avait eu un attentat à Ottawa, il a communiqué avec elle pour lui dire qu’il était djihadiste, qu’il soutenait encore la cause et qu’il se battait toujours en Syrie.

Ce que j’ai voulu dire, c’est que, lorsque nous avons des nouvelles de dernière heure, notre mécanisme de diffusion des nouvelles de dernière heure est très efficace, et nous avons aussi tout un programme d’affaires publiques qui nous permet de creuser davantage ces questions au fur et à mesure que surviennent les événements. C’est à ça que je faisais allusion. C’est l’exemple que j’ai employé pour décrire comment notre couverture allait plus loin, parce que nous poursuivons continuellement des recherches sur ces questions.

La sénatrice Unger : Ce reportage est-il aussi diffusé au Canada anglais ainsi que dans l’Ouest?

M. Cormier : Je crois que l’émission *The Fifth Estate* en fait une version.

Mme McGuire : Oui, *The Fifth Estate*. Aussi, Adrienne Arseneault a été un chef de file pour ce qui est d’examiner la question pour CBC News.

La sénatrice Unger : Merci.

M. Cormier : Nous échangeons des reportages tout le temps.

Le sénateur Housakos : Bienvenue à vous deux. Merci d’être ici aujourd’hui et merci du chaleureux accueil que vous nous avez réservé ce matin. Cette visite fut très agréable. C’est toujours utile d’aller sur le terrain et de voir concrètement ce que les gens font plutôt que de simplement en entendre parler à une audience du comité.

My line of questioning will deviate a little bit from editorial content. I think we have exhausted that aspect of your work. I want to look at ratings, which in your business is a form of currency. I want to look at technological platforms in terms of how you deliver the news.

I will focus my comments on news specifically because that is your domain, though our study encompasses all elements of the CBC. News has inevitably become the core business of what CBC Radio-Canada does. Recently, the president announced a new strategy going forward. Of course, we have seen a major hit because of compression in budget in terms of the production of other shows and other Canadian content.

Correct me if I am mistaken, but right now news probably makes up 40, 45 per cent, maybe more, of CBC Radio-Canada's budget. I have to say, it is something that you do very well. I am a Montrealer, a Quebecer, and I can tell you that Radio-Canada news information is second to none. It reflects in the ratings. It reflects its competitiveness. It might not be where you would like it to be, but it is competitive.

CBC English does also an outstanding job of coverage. We saw that with the unfortunate events in Ottawa last week. I am a news junkie and like everybody else I flip back and forth. The coverage was succinct. It was accurate as much as possible and in-depth. You saw the difference in terms of quality. However, when you look at the ratings on an ongoing basis, they just don't reflect the quality of the product.

I can't get my head around this trend. I guess there have been some logical explanations before this committee on why in French Canada, we consume news differently than they do in English Canada. We live in a different environment right now, but I can't believe that every Canadian wants a "fast food news meal," and they don't want to sit down and get detailed information.

I am sure this is a problem you are grappling with and trying to figure out, how you can continue to produce great news, great product, and get those ratings up.

Ms. McGuire: I will speak for the English side. Certainly, the markets are competitive. CBC does have the number one news channel. We are the market leader in digital news with CBCNews.ca. We are market leaders with morning radio current affair shows in most markets across the country. We have had less success in terms of local TV supper hour programs, but there has been a shift in strategy in terms of local supper hours over the years. Even so, we are the number one supper hour program in Winnipeg between five and six. We have a number one show between five and six in Charlottetown, and we are on the cusp in other markets in terms of being competitive.

Mes questions dévieront un peu de la ligne éditoriale. Je crois que je n'ai pas d'autres questions sur cet aspect de votre travail. J'aimerais que l'on parle des cotes d'écoute, qui sont en quelque sorte une devise dans votre domaine. Je veux que l'on parle des plateformes technologiques dans l'optique de la diffusion des nouvelles.

Mes observations porteront principalement sur les nouvelles, puisqu'il s'agit de votre domaine, bien que notre examen englobe toutes les composantes de la CBC. Les nouvelles sont inévitablement devenues le cœur des activités de la société dans son ensemble. Récemment, le président a annoncé l'adoption d'une nouvelle stratégie. Bien sûr, nous avons subi un dur coup en ce qui a trait à la production d'autres émissions et d'autres contenus canadiens en raison des compressions budgétaires.

Corrigez-moi si je me trompe, mais à l'heure actuelle, la société consacre 40, 45 p. 100 de son budget, voire davantage, aux nouvelles. Je dois l'admettre, c'est quelque chose que vous faites très bien. Je suis Montréalais, Québécois, et je peux vous dire que le service des nouvelles de Radio-Canada fait de l'excellent travail. Ça se voit dans les cotes d'écoute. Ça se voit dans sa compétitivité. Il n'est peut-être pas au niveau que je souhaiterais, mais il est compétitif.

La CBC offre aussi une couverture exceptionnelle. Nous l'avons constaté lors des tristes événements de la semaine dernière, à Ottawa. Je suis accro aux nouvelles et, comme tout le monde, je passe d'une plateforme à l'autre. La couverture était concise. Elle était aussi exacte que possible et étendue. Vous avez vu la différence sur le plan de la qualité. Cependant, lorsque vous examinez les cotes d'écoute, vous vous rendez compte qu'elles ne traduisent tout simplement pas la qualité du produit.

Je n'arrive pas à comprendre cette tendance. J'imagine que l'on a déjà fourni au comité une explication logique de la raison pour laquelle, au Canada français, on consomme les nouvelles différemment qu'au Canada anglais. Nous vivons actuellement dans un environnement différent, mais je ne peux pas croire que les Canadiens veulent des nouvelles de style « restauration rapide » et qu'ils ne veulent pas s'asseoir et obtenir des renseignements détaillés.

Je suis certain que vous faites face à ce problème et que vous essayez d'y trouver une solution, c'est-à-dire, de continuer à diffuser d'excellentes nouvelles, à livrer un excellent produit et de faire grimper ces cotes d'écoute.

Mme McGuire : Je vais vous dire ce qui se passe du côté des services anglais. Il est évident que les marchés sont concurrentiels. La chaîne de nouvelles de la SRC est la plus importante de toutes. Nous sommes en tête de file du marché des nouvelles numériques avec CBCNews.ca. Nous sommes en tête des marchés, car nous diffusons des émissions d'actualités tous les matins dans tous les marchés radiophoniques du pays. Nous avons moins de succès avec nos émissions de télévision locale à l'heure du souper, mais la stratégie de diffusion de ces émissions a changé au cours des années. Malgré cela, l'émission que nous diffusons à l'heure du souper à Winnipeg entre 17 et 18 heures est la plus visionnée de

Clearly, the English markets are competitive markets, and we know certainly for CBC news that people by and large — on the television side, anyway — still see us as a national brand, and convincing them that we are embedded locally and committed locally is still an exercise in awareness we can push further.

There are multiple factors, but I do hold up our product to anybody else, and I do say that when events happen, people do turn to us. We have seen that even with big breaking American news in terms of our news channel, and when we lead on original and enterprise journalism that CBC is generating and nobody else is doing, people do turn to us.

[*Translation*]

Mr. Cormier: In terms of the francophone market, we have a bit of a linguistic advantage. Our market is concentrated in one language and is somewhat distanced from anglophone competition, although not entirely because the arrival of Netflix has had an impact on us as well. But our newscasts are still in good health. We have very high ratings.

We have been experimenting since the early fall to make our reporting even more distinctive. We know that people are up to date with the day's news at 10 p.m. So we are trying to go deeper in our research and be original in our newscasts. And we have seen that our ratings are starting to climb.

It is a daily challenge for CBC and Radio-Canada to remain relevant and maintain our visibility, our impact, particularly in the news because there are so many things going around.

One thing we are doing at Radio-Canada is creating teachable moments on important topics that affect people from time to time. In early September, we had one on the old age pension crisis: Do people have enough money for retirement? We know that this issue affects all Canadians. Over a few days, we had complementary programming on the radio, on the web and on television.

And where it joins the new strategy I mentioned — is that we are trying to see the differences between the provinces when it comes to pension funds and so forth, what the different realities are, to ensure that, even if they are francophones in British Columbia, Alberta or Prince Edward Island, they feel involved in this discussion on issues that affect everyone.

toutes. Nous avons une émission très populaire entre 17 et 18 heures à Charlottetown, et nous devenons toujours plus concurrentiels dans d'autres marchés.

Il est évident que les marchés anglophones sont très concurrentiels. Nous savons aussi qu'en général — du côté de la télévision, en tout cas — les gens considèrent encore les émissions de nouvelles de Radio-Canada comme des émissions nationales, et nous avons encore beaucoup à faire pour qu'ils comprennent que nous sommes aussi engagés localement.

Il y a énormément de facteurs, mais notre produit est d'une aussi grande qualité que ceux de tous les autres radiodiffuseurs, et je vous assure que quand un événement survient, les gens se tournent vers nous. Nous avons observé cela même pour les informations de dernière heure aux États-Unis. Lorsque la SRC produit des reportages d'investigation et du journalisme original sur des sujets dont personne d'autre ne traite, les gens se tournent aussi vers nous.

[*Français*]

M. Cormier : En ce qui concerne le marché francophone, on profite d'un certain avantage sur le plan linguistique. Notre marché est concentré dans une même langue et échappe un peu à la concurrence anglophone, quoique pas complètement parce que l'arrivée de Netflix a quand même un impact chez nous aussi. Mais nos journaux télévisés sont quand même en bonne santé. On a des cotes d'écoute très appréciables.

On a tenté des expériences depuis le début de l'automne pour rendre le journalisme encore plus distinctif. On sait qu'à 22 heures, les gens sont au courant des nouvelles de la journée. On essaie alors d'approfondir nos recherches et de faire preuve d'originalité dans nos nouvelles. On a d'ailleurs remarqué que nos cotes d'écoute commencent à augmenter.

C'est un défi de tous les jours tant pour la CBC que Radio-Canada de maintenir notre pertinence et notre visibilité, notre impact, particulièrement dans l'actualité parce qu'il y a tellement de choses qui circulent.

Une des choses que nous faisons à Radio-Canada c'est de créer des moments d'information sur des sujets importants qui touchent les gens de temps en temps. On en a fait au début de septembre sur la crise des pensions de vieillesse : est-ce que les gens ont assez d'argent pour leur retraite? On sait que c'est un enjeu qui touche tous les Canadiens. Pendant quelques jours, ont fait de la programmation à la radio, sur le Web, à la télévision qui soit complémentaire.

Et là où ça rejoint la nouvelle stratégie dont je parlais, de raconter le pays, c'est que on essaie de voir quelles sont les différences entre les provinces pour les fonds de pension et tout ça, quelles sont les réalités différentes, pour s'assurer que, même s'ils sont des francophones de Colombie-Britannique, d'Alberta ou de l'Île-du-Prince-Édouard, qu'ils se sentent impliqués dans cette discussion sur des enjeux qui touchent tout le monde.

So that is working, and over a few days, we take an issue, make it a priority and it becomes the news, if you like.

In the same way that we use the Internet as a tool now to enhance our news reporting.

Last year, the program “Enquête” investigated concussions in high school football and our investigative journalism revealed that the basic rules were not being followed in a lot of Quebec high schools.

At the same time, we had a whole scientific component on the effects of these hits on the brains of young people; all that was on the Internet because we would not have been able to provide so much coverage on television.

So over a week, we talked a lot about concussions; we did comparisons with the United States and the rest of Canada, and that led to regulatory changes in Quebec.

So that is one of the ways we are ensuring that our journalism has an impact, even though the ratings are good and we are setting ourselves apart with public interest issues that have an effect on people’s lives.

[English]

Senator Housakos: My next question has to do with technology, and specifically with the digital strategy that CBC has tried to implement for quite a long while now. From what I understand, tens of millions of dollars have been spent. If you can just comment on what has been the impact of this digital strategy. Have you been able to in a tangible way measure the results, and what effect has it had on your delivery and production of news?

My other comment interrelated to technology is that I feel that the CBC and Radio-Canada have been at a huge disadvantage vis-à-vis the other competitors that are vertically integrated. I think you have done a good job trying to catch up, but nonetheless, you have been catching up.

Besides the digital strategy, are there other technological, innovative ideas that the CBC is working on that would get the CBC and Radio-Canada to the cutting edge of technology? I understand that is not your core business. A lot of the other guys have jumped into the media business — I call them “Johnny-come-latelys” — ended up developing the technology and said this is something we could utilize for our benefit.

Ms. McGuire: What I would say around technology, we primarily position ourselves as a content company, putting innovations and content against the technology. So when CBC news developed its new app with Apple, we did it in partnership

Alors, ça donne des résultats et pendant des jours on s’approprié un enjeu, on en fait une priorité, et donc ça devient la nouvelle, si on veut.

De la même façon qu’on se sert aussi d’Internet que des leviers maintenant, pour mettre en valeur le reportage que l’on fait.

L’an dernier, à l’émission *Enquête*, on a fait une enquête sur les commotions cérébrales au football au niveau secondaire, et on s’est rendu compte avec notre journalisme d’enquête que les règlements de base n’étaient pas respectés dans beaucoup des écoles secondaires du Québec.

En même temps, on avait tout un volet scientifique sur les effets de ces chocs-là sur le cerveau des jeunes, et tout ça qui était sur Internet, et qu’on n’aurait pas pu développer autant en télévision.

Alors, pendant une semaine on a parlé beaucoup de commotions cérébrales, on a comparé avec les États-Unis, avec le reste du Canada, et ça a mené à un changement de réglementation au Québec.

Alors, c’est une des façons dont on s’assure que notre journalisme a de l’impact, même si les cotes sont bonnes, et qu’on se distingue sur des enjeux d’intérêt public qui ont des effets sur la vie des gens.

[Traduction]

Le sénateur Housakos : Ma prochaine question porte sur la technologie, ou plus exactement sur la stratégie numérique que la SRC s’efforce de mettre en œuvre depuis très longtemps. Si j’ai bien compris, la société y a investi des dizaines de millions de dollars. Pourriez-vous nous dire quels effets cette stratégie numérique a produits? Avez-vous réussi à en mesurer les résultats d’une manière tangible, et quels effets cette stratégie a-t-elle eus sur votre diffusion et sur votre production d’informations?

Toujours au sujet de la technologie, j’ai l’impression que CBC/Radio-Canada se trouve à un énorme désavantage face à ses concurrents verticalement intégrés. À mon avis, vous vous êtes efforcés de vous rattraper d’une façon remarquable, mais cela n’est que du rattrapage.

À part cette stratégie numérique, est-ce que CBC/Radio-Canada développe d’autres idées technologiques novatrices pour se placer à la fine pointe de la technologie? Je comprends bien que ce n’est pas l’activité principale de la société. Bon nombre de vos concurrents se sont plongés dans l’entreprise médiatique — je les surnomme les « nouveaux convertis » — et ont fini par mettre ces technologies au point en affirmant que nous pourrions en profiter.

Mme McGuire : Dans le domaine de la technologie, je dirais que nous nous concentrons avant tout sur le contenu, à partir duquel nous développons des technologies novatrices. Ainsi, quand le service de nouvelles de la SRC a produit son appli avec

with Apple to make sure that we were taking full advantage of the capacity of the technology, while also driving the opportunity through CBC news content.

I would say on the technology front, our biggest challenges remain in shifting our work flow. We have such strength in radio and television and we have to get the organization to think of digital first and think of the kinds of interactions, particularly around social media and community-based conversations that you have in the digital space. That is still where we are evolving, and not sort of fully there. But I believe around the rest, as technology evolves we can position our content by working in partnership with the people who are actually better adapted to all the spaces.

[Translation]

Mr. Cormier: That is a very good question. We can see very quickly that the information consumption landscape is changing at breakneck speed.

During the events in Ottawa, we had almost half a million people visit our website to experience those events on our web platforms.

They also turned to radio and television in equally large numbers. So it is not as if people were choosing one over the other, but people will often go to a second screen for the experience as well. They will go to digital platforms and television at the same time. However, this kind of impact did not exist a year or a year and a half ago.

So the audience is really changing and we need to react accordingly. We are doing everything we can to make sure that what we provide on digital platforms is both very powerful and fast and that it complements what we do on radio or television.

[English]

Ms. McGuire: Just to give you the context, we had 19 million page views of the Ottawa incident on CBCNews.ca on both our mobile and desktop, and 1.1 million live views of the news network streams through digital.

Senator Housakos: When you do investigative reporting or any kind of reporting, for example the story on the young football players, do you monitor the journalist's time and monetary investment of the organization in developing the story? Is there a point in time where you cap it, where you say to a journalist, "Put it together, square it up and get it on the air," or do they, depending on the interest of the story, just go with unlimited time and effort and the organization puts the necessary resources into it?

la compagnie Apple, nous avons conclu un partenariat avec Apple afin de profiter pleinement des capacités que nous offre la technologie tout en saisissant l'occasion de pousser le contenu des nouvelles de la SRC.

Du côté de la technologie, je vous dirais que nos plus grandes difficultés résident dans la modification du roulement de travail. Nous sommes très forts en radio et en télévision. Nous devons inciter la société à penser numérique avant tout et à penser aux types d'interaction, et surtout aux médias sociaux et aux conversations communautaires qui se déroulent dans l'espace numérique. C'est la direction dans laquelle nous cheminons, mais il nous reste du chemin à faire. Cependant je crois que pour le reste, avec l'évolution de la technologie nous pourrions bien placer notre contenu en collaborant avec les gens qui sont mieux adaptés que nous à tous les espaces.

[Français]

M. Cormier : On se rend compte assez rapidement, et c'est une très bonne question, que l'environnement de la consommation de l'information évolue à une vitesse vertigineuse.

Et lors des événements d'Ottawa, du côté de notre site web on a eu près d'un demi-million de gens sont venus, enfin, vivre ces événements-là sur nos plateformes web.

Ils venaient aussi en aussi grand nombre à la radio et à la télévision. Donc, ce n'est pas comme si les gens faisaient un choix ou l'autre, mais souvent les gens vont consommer à la fois aussi, dans l'expérience du deuxième écran, du « second screen », à la fois le numérique et la télévision, simultanément. Mais ce genre d'impact, on ne l'avait pas il y a un an ou un an et demi.

Alors, il y a vraiment une mutation dans les auditoires auxquels il faut vraiment répondre, et là on fait tous les efforts qu'on peut pour s'assurer qu'on a une offre qui est à la fois très forte et très rapide sur les plateformes numériques, mais qui vient compléter ce qu'on fait sur la radio ou la télévision.

[Traduction]

Mme McGuire : Pour vous donner un peu de contexte, notre site CBCNews.ca a reçu 19 millions de visiteurs pendant l'incident d'Ottawa, autant par notre appli mobile que par ordinateur, et 1,1 million de personnes ont regardé l'incident en direct sur ordinateur par diffusion numérique.

Le sénateur Housakos : Quand vous faites des reportages d'investigation, ou tout autre type de journalisme, par exemple le reportage sur les jeunes joueurs de football, surveillez-vous les heures et l'argent de la société que le journaliste investit pour produire son reportage? Est-ce qu'à un certain moment vous fixez un plafond, vous dites au journaliste : « Tire une conclusion, révise-le et fais-le passer aux nouvelles », ou est-ce qu'en fonction de l'intérêt que suscitera le reportage, les journalistes y consacrent un temps et un effort illimités, puis la société y injecte les ressources nécessaires?

Ms. McGuire: Investigative journalism always costs more because you don't know where the road will lead. Certainly, at CBC news, I have been investing in the investigative capacity, both at the network level and in the regions. We have investigative units in the Maritimes now. We have one in Winnipeg, one in Edmonton.

I would say that they are not exclusively ever really doing one story until it is actually close to being put on air. To give you some context, when CBC broke the story about the Boy Scouts with the *Los Angeles Times*, that story took two years to do. It wasn't two years exclusively. It was two years in addition to other stories that the investigative unit was working on.

I would say they are always doing the short-term and the long-term cooking, but investigative journalism by definition costs more. When we cover a breaking news event, we know that that is going to be on the air at the end of the day. With investigative journalism you don't always know that. But we monitor it. We look at the costs per output, and I look at that as a deliverable, absolutely.

[Translation]

Mr. Cormier: That is definitely what defines our brand. With our show "Enquête," Radio-Canada is experiencing a golden age in investigative journalism.

As you know, our journalists' work led to the Charbonneau commission being set up. But we do much more than that, and for us it is a priority. Despite the cuts, we made sure that our investigative units were affected as little as possible. In our opinion, what makes us stand out as a public broadcaster is the comprehensiveness, so to speak, of our journalism.

[English]

Senator MacDonald: It is good to see both of you again. I have to confess that I am pleased to see a Maritimer as the head of French Services of Radio-Canada. Congratulations, Michel. Good to see you there.

I am going to drill down a bit to the journalistic side of this. We have had a lot of witnesses here who have not been from the CBC. I have been going back to the same topic a lot in regard to the brand that CBC has, and I can't help but go back to what happened with "Hockey Night in Canada" in terms of that brand. Not only did CBC lose the broadcast rights, but it appears they donated the brand itself to Rogers. Rogers uses the brand in its logo. There is great value in that brand and how we handle this stuff, and there is great value in that brand for journalists.

Mme McGuire : Le journalisme d'investigation coûte toujours plus cher, parce que vous ne savez jamais où votre enquête va vous amener. Bien entendu, au service de nouvelles de la SRC, j'ai investi dans le journalisme d'investigation autant pour tout le réseau que pour les régions. Nous avons maintenant des unités d'investigation dans les provinces de l'Atlantique. Nous en avons une à Winnipeg et une à Edmonton.

Je vous dirai qu'elles ne s'occupent jamais d'un seul reportage à la fois jusqu'à ce qu'il soit presque prêt à être diffusé. Pour vous donner une idée, quand la SRC a dévoilé le reportage sur les Boy Scouts dans le *Los Angeles Times*, nous y travaillions déjà depuis deux ans. Nous n'y avons pas travaillé exclusivement pendant deux ans. Nous y avons travaillé pendant deux ans tout en produisant les autres reportages dont s'occupait l'unité d'investigation.

Je vous dirai que nous nous occupons continuellement des productions à court et à long terme, mais par définition le journalisme d'investigation coûte plus cher. Quand nous présentons des nouvelles de toute dernière heure, nous savons que c'est elles qui seront diffusées à la fin de la journée. Les journalistes d'investigation n'ont pas toujours cette assurance. Mais nous les surveillons. Nous examinons les coûts par production, et nous considérons cela comme un résultat attendu, c'est sûr.

[Français]

M. Cormier : Il est sûr que c'est ce qui fait notre marque de commerce. À Radio-Canada avec l'émission *Enquête*, on vit une période vraiment bénie du journalisme d'enquête.

Comme vous savez, le travail de nos journalistes a mené à la création de la Commission Charbonneau. Mais on fait beaucoup plus que ça, et pour nous c'est une priorité, malgré les compressions on s'est assuré qu'on touchait le moins possible à nos unités d'enquêtes parce que c'est ce qui nous distingue comme diffuseur public, c'est la forme achevée, si on veut, du journalisme à notre avis.

[Traduction]

Le sénateur MacDonald : Je suis très heureux de vous revoir tous les deux. J'avoue que je suis heureux de voir une personne de l'Atlantique à la tête des services français de Radio-Canada. Toutes mes félicitations, Michel. Je suis heureux de vous voir à ce poste.

Je vais creuser un peu l'aspect journalistique de tout cela. Nous avons entendu ici de nombreux témoins qui ne venaient pas de la SRC. Je suis revenu souvent sur le sujet de la marque de la SRC, et je ne peux m'empêcher de repenser à ce qui est arrivé à la marque de l'émission *Hockey Night in Canada*. CBC/Radio-Canada a non seulement perdu ses droits de diffusion, mais il semblerait que la société ait donné cette marque à Rogers. Rogers s'en sert maintenant dans son logo. Cette marque a beaucoup de valeur, il faut la traiter en conséquence, elle a aussi énormément de valeur pour les journalistes.

When I read how badly CBC handled that at the executive level, the hockey changes, I am reminded of *The Globe and Mail* story. It has been said that CBC doesn't necessarily understand the change in landscape. I don't think that is necessarily true. I think a lot of people do understand the changing landscape, and they are just trying to catch up and respond to it.

Should CBC be changing its approach away from content creation to something more like content curation? What I mean by that is, what is the CBC doing, not to create content but to gather and curate all the content Canadians can now create and provide to them?

Let me give you a couple of examples. I know this sounds simplistic, but wouldn't weather reporting be a good place to start for more citizen journalism? Even sports reporting at the university level, couldn't we use university productions of Canadian university sport, then give it your brand, integrate with it and try to build a viewership for this?

I guess these concepts could even include journalism itself. We have journalism schools in the country. I am just curious of your views on this.

Ms. McGuire: I think as part of the 2020 plan, Heather Conway, the English Services executive vice-president in announcing a move to an external production model around factual documentaries and drama is absolutely embracing a curation concept, as you suggest. So that is something we do, and certainly, we do locally.

We have associations with independent producers across the country, and those documentaries and shows connect to CBC. We do have associations with journalism schools around specific content initiatives but, by and large, the process of our journalism is done in-house to ensure that it measures up to the standards that we think it needs to. We are open to partnerships but that is the most efficient way to do it.

[Translation]

Mr. Cormier: Several years ago, we went through the same thing as the CBC. Radio-Canada lost hockey a number of years ago, which pushed us toward another type of programming that is working very well. We have also been accumulating content for many years. We no longer really have an in-house documentary department.

We have been working with private producers for a long time. We have had good results because we get another point of view on issues and this also allows people to be more widely promoted.

En lisant la manière désastreuse dont la haute direction de la SRC a mené cette transaction, les changements au hockey, je me suis souvenu du reportage du *Globe and Mail*. Certains ont dit que la SRC ne comprend pas vraiment à quel point la situation a changé. Je ne crois pas qu'ils aient nécessairement raison. Je pense que bien des gens comprennent ce changement et qu'ils s'efforcent tout simplement de se rattraper, de réagir à ces changements.

La SRC devrait-elle modifier sa manière d'aborder la situation en s'éloignant de la création de contenu pour se concentrer plutôt sur quelque chose comme le traitement du contenu? Autrement dit, que fait la SRC non pas pour créer du contenu, mais pour rassembler et traiter tout le contenu que les Canadiens peuvent maintenant créer et lui fournir?

Je vais vous donner quelques exemples. Cela vous semblera simpliste, mais est-ce que la présentation de la météo ne se prêterait pas au journalisme citoyen? Et même la présentation du sport au niveau universitaire, ne pourrions-nous pas utiliser les productions sur les sports universitaires au Canada, leur donner notre marque, puis les intégrer et essayer de développer un auditoire pour ces productions?

Il me semble que ces concepts pourraient même s'appliquer au journalisme. Nous avons des écoles de journalisme au pays. Je suis curieux de savoir ce que vous en pensez.

Mme McGuire : Je crois que l'intention que Heather Conway, vice-présidente principale des services anglais, manifeste dans le plan 2020, c'est-à-dire de virer vers un modèle de production extérieure pour les documentaires et pour les émissions dramatiques, se prête parfaitement à ce concept de traitement du contenu que vous suggérez. Donc nous le faisons, et il est certain que nous le faisons au niveau local.

Nous avons des associations de producteurs indépendants partout au pays, et leurs documentaires et leurs émissions sont liés à la SRC. Nous nous sommes associés à des écoles de journalisme pour mener des initiatives visant un contenu particulier, mais généralement, notre processus de journalisme se déroule à l'interne afin que nous puissions être sûrs qu'il respecte les normes que nous pensons devoir y appliquer. Nous sommes prêts à conclure des partenariats, mais notre façon de faire est plus efficiente.

[Français]

M. Cormier : On a vécu ce que la CBC a vécu il y a déjà plusieurs années. On a perdu le hockey à Radio-Canada il y a plusieurs années, ce qui nous a forcés à faire une programmation autre, qui marche très bien. Pour ce qui est de l'agrégation des contenus, on est aussi rendus là depuis bien des années. On n'a plus vraiment de département de documentaires à l'interne.

Il y a longtemps qu'on travaille avec des producteurs privés. Ça donne quand même de bons résultats parce que ça permet un autre point de vue, si on veut, sur des enjeux, et ça permet aussi à des gens de pouvoir rayonner plus largement.

We regularly buy documentaries from the BBC and other major producers and we adapt them for television. People really appreciate that, and we also have an opportunity to expand our content with the perspectives of great professionals from abroad or our talented local people who are able to promote their works.

[English]

Senator MacDonald: Just one more question. Again, it gets back to stuff that we have been told, and I want to hear your response to it. I can't remember the number. I think it was \$70 million dollars that was taken from radio last year and given to television production. Would that be correct?

Ms. McGuire: That does not sound correct to me.

Senator MacDonald: Well, there was some number. There was money taken from CBC Radio, though.

Ms. McGuire: Yes. During the last round of cuts, there were cuts across the board, but we don't actually look at it as organized by platform. My department, for example, is all platform, so I have as much radio programming as I have television programming in the news department. We look at it in an integrated way, but \$70 million sounds way off.

Senator MacDonald: The number may be incorrect, and that is why I wasn't sure. I just want to ask your opinion. Wouldn't we be better off taking some of the money we put into costly in-house productions of drama in particular, that doesn't have a big viewership, very low numbers, and putting it instead into radio and expanding the use of radio?

Ms. McGuire: My own personal view is that CBC has to be holistic in its connection point to Canadians. We are incredibly popular on radio, and we have an incredibly loyal audience on radio, but it is of a demographic, and we need to be on digital to reach the next generation of Canadians.

Similarly, we know that a significant amount of Canadians still consume content on television. So the challenge for CBC as platforms explode is to multiply what we are doing and not sort of stop everything because the audience is migrating. We track it. We know that they migrate.

I think if you asked Heather Conway or Hubert Lacroix, they would say they see the public broadcaster as having obligations around democracy and promoting democracy, but also around promoting and ensuring the cultural life of Canada, and I think that would be the response to that.

On achète aussi régulièrement des documentaires de la BBC et des autres grands producteurs dont on fait des adaptations pour la télévision. Ce sont des choses qui sont très appréciées et qui nous permettent d'élargir l'offre qu'on peut faire, parce que ce sont des points de vue qui sont soit de l'étranger, par des grands professionnels, ou des artisans de chez nous qui ont l'occasion de faire valoir leur création.

[Traduction]

Le sénateur MacDonald : J'ai une dernière question à vous poser. De nouveau, je me réfère à des témoignages que nous avons entendus, et je voudrais savoir ce que vous en pensez. Je ne me souviens plus du chiffre. Je crois qu'on a mentionné une somme de 70 millions de dollars tirée des services radiophoniques pour l'injecter dans la production télévisée. Est-ce correct?

Mme McGuire : Cela ne me paraît pas correct.

Le sénateur MacDonald : Bon, alors c'était un autre chiffre. On a pris de l'argent de CBC Radio, cependant.

Mme McGuire : Oui. Dans le cadre de la dernière vague de compressions, nous avons fait des compressions partout, mais nous ne les classons pas par plateforme. Par exemple, mon service ne concerne que les plateformes; j'ai autant d'émissions radiophoniques que d'émissions télévisées au service des nouvelles. Nous considérons les compressions comme étant intégrées, mais 70 millions de dollars semblent être complètement hors de la réalité.

Le sénateur MacDonald : Mon chiffre est peut-être incorrect, c'est pourquoi je n'étais pas sûr. Je voudrais juste que vous nous donniez votre opinion. Ne serait-il pas plus efficace de prendre un peu de l'argent que nous investissons dans des productions internes coûteuses, particulièrement dans des émissions dramatiques que peu de téléspectateurs ne regardent — très peu même — pour l'investir dans des émissions radiophoniques afin d'accroître l'usage de la radio?

Mme McGuire : Personnellement, je pense que la SRC doit communiquer avec les Canadiens de façon holistique. Nos émissions de radio sont extrêmement populaires, nos auditoires radiophoniques sont incroyablement loyaux, mais du point de vue démographique, il faut que notre diffusion numérique soit en mesure d'atteindre la prochaine génération de Canadiens.

Nous savons aussi qu'un nombre considérable de Canadiens consomment encore notre contenu à la télévision. Alors avec l'explosion des plateformes, la SRC est obligée de multiplier ce que nous faisons et non tout arrêter parce que notre auditoire migre. Nous le suivons. Nous savons qu'il migre.

Je crois que si vous posiez cette question à Heather Conway ou à Hubert Lacroix, ils vous répondraient que selon eux, les radiodiffuseurs publics sont dans l'obligation d'agir d'une manière démocratique et de favoriser la démocratie, mais qu'ils doivent aussi favoriser et soutenir la vie culturelle du Canada. À mon avis, cela répond à votre question.

[Translation]

Mr. Cormier: Of course, part of our mandate is also to entertain, not just inform. Our soap operas at Radio-Canada are very popular. Our ratings are very high, exceeding one million viewers, although they are just copies of American soap operas. We produce soap operas, and I may be speaking for my vice-president. I hope he will forgive me.

But our soap operas certainly have some social value as well, in the sense that, for instance, we have a daily show “30 Vies” that takes place in a high school in Quebec and, in a fictional situation, explores the challenges of teenagers in school.

However, we realize that, in Quebec, entire families still gather around the TV after dinner to explore those issues, which are sometimes difficult to talk about with young people.

Some people write to us and say, “That show makes it possible for us to talk to our teenagers, which is no easy task.” So there is at least a will to produce TV shows that have some social value and that allow us to discover very different worlds.

“Unité 9” takes place in a prison for women and is very popular. I think it is the type of content that also helps us stand out and that brings viewers from our news and information programs. So we benefit from that as well.

[English]

Senator Plett: I have only one question. My friend Senator Housakos said we may have beaten the journalism issue to death. I think it is still breathing, so I will have another kick at it.

Senator Eggleton: Beat it a little more.

Senator Plett: Ms. McGuire, you did allude to HonestReporting Canada having been here earlier, and indeed they were. My question is around a little bit of their testimony. I watch CBC news almost exclusively when I watch the news. It is almost exclusively CBC.

The Chair: We could qualify you as a friend of CBC?

Senator Plett: You could qualify me as an acquaintance.

Ms. McGuire: Can I quote you?

Senator Plett: A friend, yes. You can quote me as a friend of CBC.

Senator MacDonald: Quotation marks.

[Français]

M. Cormier : Il est sûr qu’une partie du mandat est aussi de divertir, pas seulement d’informer. À Radio-Canada, nos téléromans sont très populaires. On a des cotes d’écoute énormes qui dépassent le million de téléspectateurs, mais ce ne sont pas que des copies des téléromans américains. On a une production de téléromans, et là je parle un peu au nom de peut-être mon vice-président, j’espère qu’il me le pardonnera.

Mais il est certain que nos téléromans ont aussi une valeur sociale dans le sens où on a, par exemple, *30 Vies* qui est une émission quotidienne qui se passe dans une école secondaire, dans une polyvalente du Québec où les enjeux des adolescents sont explorés dans un milieu scolaire, dans un environnement de fiction.

Mais on se rend compte que des familles entières après le souper quand on est chez nous, se réunissent autour de la télévision encore au Québec dans une grande proportion pour, si on veut, s’intéresser à ces enjeux-là qui parfois sont difficiles à aborder avec les jeunes.

Il y a des gens qui nous écrivent pour nous dire : « Cette émission-là nous permet de parler à nos adolescents, ce qui n’est pas facile. » Alors, il y a une volonté quand même de faire des téléromans qui ont une valeur sociale, qui nous permet de découvrir des univers très différents.

Unité 9, qui se passe dans une prison pour femmes, à une popularité énorme. Alors c’est le genre d’offre, je pense, qui nous permet de nous rendre distinctifs aussi et qui nous, nous amène des téléspectateurs de nos émissions d’information et au téléjournal. Alors, on y trouve notre compte aussi.

[Traduction]

Le sénateur Plett : Je n’ai qu’une question pour vous. Mon ami, le sénateur Housakos, a dit que nous avons complètement épuisé le sujet du journalisme. Selon moi, ce sujet est loin d’être épuisé, alors je vais essayer d’y puiser encore un peu d’information.

Le sénateur Eggleton : Puisse, puissez...

Le sénateur Plett : Madame McGuire, vous avez mentionné que l’organisme HonestReporting Canada s’était présenté devant ce comité et en effet, nous les avons entendus. Ma question concerne un peu leur témoignage. Quand je regarde les nouvelles, je regarde presque exclusivement les informations de CBC.

Le président : Nous pourrions donc dire que vous êtes un ami de la SRC?

Le sénateur Plett : Vous pourriez dire que je suis un ami de la famille.

Mme McGuire : Me permettez-vous de vous citer?

Le sénateur Plett : Oui, je suis un ami. Vous pouvez me citer comme étant un ami de la SRC.

Le sénateur MacDonald : Entre guillemets.

Senator Plett: The question is based around HonestReporting. I believe that CBC — and I said this to our friend from HonestReporting and he, I think, agreed with it — that CBC probably does the best job of covering the Middle East, especially the Israeli-Palestinian conflict and others. I always admire the people who are out there sticking their heads in the way of bombs and so on and so forth.

His concern was around journalists having opinions. My question pertains not just to CBC but to any broadcaster. You want fair reporting. Do you try to build into your journalists that they should be going out there and being entirely impartial, and that they should not have an opinion when they are on the air?

Ms. McGuire: We believe in balance, and we measure balance over time. As you can appreciate, covering the Middle East is a huge challenge. The stories are complex. You never can provide enough context, and supporters and various sorts of stakeholders have really strongly held beliefs.

When we are reporting a story, we are striving for balance. We do around certain subjects allow reporters to do analysis pieces that draw on their deep experience as a reporter to try to present some context on the situation. But it is always argued in fact. Unlike some of the American networks that are opinion for opinion, there is a vetting process to substantiate that everything is fact based.

So my answer to your question is people have opinions, and naturally we have editorial processes to make sure that we are balanced. We measure it. Certainly, with our coverage of Gaza, again, will look externally, and I will do a content analysis to make sure that we have done a good job. I think by and large, we do.

Senator Plett: So you would believe that on that particular issue, you have been balanced. Do you alone do that analysis?

Ms. McGuire: What I will say is every ombudsman report in recent memory — and HonestReporting, as an example, has made complaints to the ombudsman and had ombudsman reviews — but in our yearly reports around the ombudsman, we have been found to be balanced in the context of our coverage of the Middle East. It is not to say we don't make mistakes. When we make mistakes we correct them, but, by and large, we have been balanced.

Senator Plett: Thank you.

Le sénateur Plett : Ma question a trait à l'organisme HonestReporting. Selon moi, la SRC — et je l'ai dit à notre ami de l'organisme HonestReporting et je crois qu'il est d'accord avec moi — la SRC effectue la meilleure couverture du Moyen-Orient et surtout du conflit israélo-palestinien et autres. J'admire toujours les gens qui vont sur le terrain risquer leur vie sous les bombes et ainsi de suite.

Il se préoccupait du fait que les journalistes ont des opinions personnelles. Ma question ne porte pas uniquement sur la SRC, mais sur tous les radiodiffuseurs. Vous voulez présenter les nouvelles d'une manière équitable. Cherchez-vous à convaincre vos reporters qu'ils doivent se rendre sur le terrain et demeurer parfaitement impartiaux et qu'ils ne doivent pas exprimer leur propre opinion quand ils font leurs reportages en direct?

Mme McGuire : Nous voulons un bon équilibre et nous le mesurons au fil du temps. Vous comprenez bien que couvrir le Moyen-Orient constitue un défi énorme. Les reportages sont complexes. On ne présente jamais assez de contexte, et les partisans ainsi que les intervenants de toutes sortes ont des convictions très ardentes.

En présentant un reportage, nous nous efforçons de le faire d'une manière équilibrée. Pour certains sujets, nous permettons à nos reporters d'analyser des enjeux en appliquant leur profonde expérience de reporters afin de mieux présenter le contexte de la situation. Mais ces analyses reposent toujours sur les faits, à l'encontre de certains réseaux américains qui présentent chacun une opinion bien distincte. Nous suivons un processus d'approbation pour garantir que tous nos reportages se fondent sur les faits.

Alors pour répondre à votre question, les gens ont leurs propres opinions, et bien sûr nous avons des processus de révision pour garantir que tout soit bien équilibré. Nous mesurons cet équilibre. Il est certain que quand nous présentons des reportages sur Gaza, nous observons de l'extérieur, et j'analyse le contenu pour garantir que nous avons fait du bon travail. Je suis sûre qu'en général, nous faisons du bon travail.

Le sénateur Plett : Donc vous êtes convaincue que vous avez présenté ce sujet en particulier d'une manière équilibrée. Effectuez-vous cette analyse à vous seule?

Mme McGuire : Je vous dirai que tous les rapports de l'ombudsman dont je puisse me souvenir — et pour vous donner un exemple, l'organisme HonestReporting a déposé de nombreuses plaintes à l'ombudsman et a demandé des examens de l'ombudsman — tous les rapports annuels de l'ombudsman déclaraient que nos reportages sur le Moyen-Orient étaient équilibrés. Je ne dis pas que nous ne faisons pas d'erreurs. Quand nous faisons des erreurs nous les corrigeons, mais la grande majorité de nos reportages sont équilibrés.

Le sénateur Plett : Merci.

[Translation]

Mr. Cormier: I would just like to add a small comment because that concerns us as well. The Israeli-Palestinian question is highly emotional, sensitive and complicated. We have two interpretations of history that are often diametrically opposed. However, as in Jennifer's case at the CBC, we are working especially hard on this. We have been sending experienced journalists to Montreal to cover the issue.

The ombudsman sometimes finds inconsistencies in our coverage, which are often factual errors. Let me give you an example. One of our graphic designers put a Palestinian flag on a map from 1948, when the flag did not exist. Things like that sometimes offend sensibilities for good reason, but they are not really errors. They are all honest mistakes, if you will. We really try to minimize inaccuracies, but sometimes we deal with some difficult facts, and errors slip through. But we correct everything as soon as it happens.

[English]

Ms. McGuire: To give you a context on the CBC news side, the most complaints to the ombudsman last year for us were not about the Middle East. They were about Kevin O'Leary.

Senator Eggleton: I have a follow-up to the question or point that the chair made at the beginning about the coverage of the Moncton shootings in the French language and the judgment that was made there. Was this also a resource issue? Would you have had at one time the resources in the area to be able to cover that, or was that a factor?

[Translation]

Mr. Cormier: That is a good question, Mr. Eggleton. We now work on every type of platform and our local coverage of the event was truly remarkable. The entire regional station mobilized to make sure that the information was up to date on the web. So we have to work on more than one platform without doing a comprehensive study. However, that does not detract from the fact that it was an error in judgment. We had the resources to cover that event. It was just a mistake in judgment and we do not want to make it again.

[English]

Senator Eggleton: My second question has to do with news and current affairs going abroad. We all know that CNN has their international outlets. So does the BBC. I don't anticipate we would but, still, there are other opportunities. For example, TV5 has the opportunity for French language programming through that system. I don't know whether there is anything equivalent contemplated in the English language that we can be a part of, but is there any way of getting more Canadian news abroad? People travel an awful lot now. Occasionally, I do see something, either

[Français]

M. Cormier : J'aimerais juste ajouter un petit commentaire parce cela nous préoccupe aussi. La question israélo-palestinienne est éminemment émotive et délicate, compliquée. On a deux interprétations de l'histoire qui sont diamétralement opposées souvent. Mais comme pour le cas de Jennifer, de la CBC, on fait des efforts particuliers en ce sens. On envoie des journalistes chevronnés à Montréal pour traiter de la question.

L'ombudsman trouve parfois des torts dans notre couverture et ce sont souvent des questions factuelles, des erreurs de fait. Je vous donne un exemple. Il y avait un de nos infographes qui avait mis un drapeau palestinien sur une carte qui datait de 1948, alors que le drapeau n'existait pas. Parfois ce sont des choses comme cela qui heurtent les sensibilités parce que c'est vrai, mais qui ne sont pas des erreurs. Ce sont toutes des erreurs de bonne foi, si on veut. On essaie vraiment de minimiser les torts, mais parfois on a des faits qui sont difficiles et des erreurs qui se glissent. Mais on rectifie le tout au moment que ça se passe.

[Traduction]

Mme McGuire : Pour vous donner une idée du contexte des services de nouvelles de la SRC, la majorité des plaintes déposées à l'ombudsman à notre sujet l'année dernière ne concernaient pas le Moyen-Orient. Elles visaient Kevin O'Leary.

Le sénateur Eggleton : J'ai une question de suivi sur la question, ou sur le commentaire que le président a exprimé au début au sujet de la couverture en français de la fusillade de Moncton et du jugement porté à ce moment-là. S'agissait-il aussi d'un problème de ressources? Auriez-vous eu à un certain moment les ressources nécessaires sur place pour couvrir cela, est-ce que c'était un facteur?

[Français]

M. Cormier : C'est une bonne question, monsieur Eggleton. Maintenant, on travaille sur toutes les plateformes et notre couverture locale de cet événement était vraiment remarquable. Toute la station régionale s'était mobilisée pour s'assurer que les informations étaient à jour sur le Web. Alors, sans faire une étude exhaustive, on doit travailler sur plus d'une plateforme. Cela rend peut-être le travail un petit peu compliqué. Mais cela ne change rien au fait que c'était d'abord une erreur de jugement. On avait les ressources pour couvrir cet événement-là. C'est simplement une erreur de jugement qu'on ne veut pas répéter.

[Traduction]

Le sénateur Eggleton : Ma deuxième question a trait à l'actualité et aux nouvelles diffusées à l'étranger. Nous savons tous que CNN diffuse à l'étranger. La BBC également. Je ne m'attends pas à ce que nous le fassions aussi, mais malgré tout nous avons d'autres occasions. Par exemple, TV5 a l'occasion de diffuser des émissions en français par ce système. Je ne sais pas si nous envisageons de nous joindre à quelque chose de similaire du côté anglais, mais y aurait-il moyen de diffuser plus de nouvelles canadiennes à l'étranger? Les gens voyagent énormément de nos

on the BBC or CNN. They will tag something from a Canadian journalist. Radio Canada International used to be another way of getting news out there.

What are the plans at this point in time in terms of international public affairs and news programming getting abroad?

Ms. McGuire: We are still very much committed to international news and covering international news. We see it as a core part of our promise as the public broadcaster. We are moving to do it in different ways and to operate more from sort of a hub, deploy from a hub versus setting up bureaus in every country. Certainly, the bureau sizes are much smaller than they would have been in the past.

My short answer is, absolutely we are committed to doing it. We see international news or analysis of international issues as part of our mainstream coverage through news and current affairs shows versus separate shows that just do internationals, as dispatches would have done in the past, and that will continue. Adrienne Arsenault just got back from Liberia, and that was hugely complicated and expensive, but we felt it was important to do and we will continue to do that.

Senator Eggleton: I was talking about coverage abroad as opposed to news gathering. In other words, could Canadians travelling abroad, say I am in Europe and I want to look see “The National,” will I be able to get it on my iPad?

Ms. McGuire: You can absolutely do it online.

Senator Unger: I was looking at your website recently, and there was a 2011 Deloitte study that was commissioned. The researcher highlighted the CBC’s role as an innovator and a pioneer in new technologies. Can you give me two examples that would bear that out?

Ms. McGuire: I can. This comes from my radio days. I used to be the program director of CBC radio. We created an internally developed drag and drop technology to share radio content across the system. That was internal technology, and we have been early adopters. We were first to get into podcasting on the radio side. Certainly, in the digital space, we have been incredibly aggressive at positioning around the smart phones, and certainly, social media and setting up community teams. I think we are one of the first in Canada to go that route.

jours. De temps en temps je vois quelque chose, soit sur la BBC, soit sur CNN. Ils transmettent quelque chose qui leur vient d’un journaliste canadien. Radio-Canada International nous permettait aussi de diffuser des nouvelles à l’étranger.

Qu’envisagez-vous de faire à ce moment-ci pour diffuser des émissions d’affaires publiques et de nouvelles à l’étranger?

Mme McGuire : Nous nous occupons encore beaucoup de diffuser des nouvelles à l’étranger et de couvrir des nouvelles de l’étranger. Cela fait partie intégrante de notre promesse à titre de radiodiffuseur public. Nous abordons cela de différentes façons. Nous travaillons à partir d’une sorte de centre, nous déployons nos productions à partir d’un centre au lieu d’établir des bureaux dans chaque pays. Il est évident que les bureaux sont beaucoup plus petits qu’ils ne l’étaient dans le passé.

Donc pour vous répondre simplement, nous y sommes très engagés. Nous considérons les nouvelles internationales et l’analyse des enjeux internationaux comme la couverture principale que nous diffusons pendant les émissions de nouvelles et d’actualité. Nous ne produisons pas d’émissions spéciales pour présenter les nouvelles internationales comme nous le faisons auparavant, et nous continuerons à faire les choses ainsi. Adrienne Arsenault revient à peine du Libéria, et son voyage a été extrêmement compliqué et coûteux, mais selon nous il était important de le faire, et nous continuerons à le faire.

Le sénateur Eggleton : Je parlais de couverture à l’étranger au lieu de recueillir des informations. Autrement dit, est-ce que les Canadiens qui voyagent à l’étranger, disons par exemple en Europe, et qui désirent regarder l’émission *The National*, pourraient le regarder sur un iPad?

Mme McGuire : Tout à fait, vous pouvez le regarder dans Internet.

La sénatrice Unger : Je visitais votre site web récemment, et j’y ai vu une étude que vous aviez commandée au cabinet Deloitte en 2011. L’auteur soulignait le rôle que jouait la SRC à titre d’innovatrice et de pionnière en technologies nouvelles. Pourriez-vous me donner deux exemples qui illustreraient cela?

Mme McGuire : Bien sûr. C’était l’époque où je travaillais à la radio. J’étais directrice des programmes de CBC Radio. Nous avons créé à l’interne une technologie permettant de glisser-déplacer du contenu radiophonique dans tout le système. C’était une technologie pour l’interne, et nous avons été les premiers à l’adopter. Nous avons été les premiers à offrir la baladodiffusion des émissions de radio. Dans le cas de l’espace numérique, nous avons travaillé très fort pour diffuser sur les téléphones intelligents et dans les médias sociaux et pour établir des équipes communautaires. Je pense que nous sommes parmi les premiers au Canada qui se soient engagés dans cette voie.

[Translation]

Mr. Cormier: There is also the fact of using existing technology to increase productivity. At Radio-Canada, we are changing the way we air our newscasts.

We are switching to an automated computerized system, which enables us to downsize our broadcast teams and to save money, which we can then invest in the program. Similarly, we have new broadcasting equipment available, a device called “Digi-ro,” a type of big cellular device that we put on cameras and as a result, we no longer need to use a satellite truck.

You sometimes see trucks used in live coverage. Now, we can do it with just a camera. That is how productivity increases and how we can be on air pretty much anywhere with all these latest technologies. We can go live from northern Iraq with these satellite-based devices.

We are innovating inside our studios as well, but we also take advantage of all the technological developments to make our production more efficient.

[English]

Ms. McGuire: I should mention that we are in the process of developing a new app technology that will be used on iPhones. It will allow us to file directly to digital from the field, and that will be quite revolutionary for us, and potentially others.

The other piece I would mention is on the commercial side. As you know, CBC news operates in commercial environments as well. We developed a visual headline service internally that can now be seen in businesses. That didn’t exist before we developed it.

The Chair: Mr. Cormier, Ms. McGuire, I want to thank you for your presentation and for the visit today. It was quite useful, quite practical, and we appreciate the support we are getting from CBC.

As you know, the study is continuing. Tomorrow, we will hear from Telefilm. They could be qualified as friends of CBC, members of the same club as Senator Plett and myself.

Next week we will be holding public hearings in Montreal. After that, we will be suspending our study for a while because legislation on security and transportation will be referred to the committee. We will also have budget implementation legislation to go through. But we do intend to continue. We will be holding meetings with our friends at the highest level of the CBC and other organizations. I appreciate your support. Keep following

[Français]

M. Cormier : Il y aussi le fait qu’on profite des technologies qui existent pour faire des gains de productivité. Nous à Radio-Canada, on est en train de changer la façon dont on fait la mise en ondes des bulletins de nouvelles.

On passe en mode automatisé avec des ordinateurs, ce qui permet de réduire la taille des équipes qui fait la mise en ondes et d’économiser de l’argent pour investir dans le programme. De la même façon qu’il y a des nouveaux équipements de mise en ondes sur le terrain, un truc qui s’appelle le « Digi-ro », un genre de gros appareil cellulaire qu’on met sur la caméra et qui nous permet d’éviter l’utilisation d’un camion satellite.

Vous voyez parfois des camions destinés à faire des reportages en direct. Maintenant, on peut le faire avec une caméra seulement. Ce sont là des gains de productivité qui nous permettent d’être en ondes un peu partout grâce aux toutes dernières technologies. On peut être en direct du Nord de l’Irak avec ces appareils qui utilisent les satellites.

Il y également l’innovation que l’on fait à l’intérieur de notre boîte, mais aussi le fait qu’on s’assure de profiter de tous les développements technologiques pour augmenter l’efficacité de notre production.

[Traduction]

Mme McGuire : Permettez-moi d’ajouter que nous développons actuellement une nouvelle appli pour les iPhones. Elle nous permettra de diffuser en numérique directement du terrain. Ce sera toute une innovation pour nous et probablement pour d’autres.

Je voulais aussi vous mentionner une innovation d’aspect commercial. Comme vous le savez, le service des nouvelles de la SRC diffuse aussi dans des milieux commerciaux. Nous avons créé un service de manchettes visuelles à l’interne que l’on peut maintenant visualiser dans des lieux d’affaires. Ce système n’existait pas avant, c’est nous qui l’avons créé.

Le président : Monsieur Cormier, madame McGuire, je tiens à vous remercier de nous avoir présenté cet exposé et d’être venus nous parler aujourd’hui. Tout cela a été très utile et pratique, et nous apprécions beaucoup le soutien que nous recevons de la SRC.

Comme vous le savez, notre examen se poursuit. Demain nous entendrons les représentants de Téléfilm. On peut dire qu’ils sont amis de la SRC, membres du même club que le sénateur Plett et moi-même.

La semaine prochaine, nous tiendrons des audiences publiques à Montréal. Ensuite nous interrompons cet examen pendant un certain temps, car une loi sur la sécurité et le transport sera envoyée à notre comité. Nous allons aussi devoir examiner la loi d’exécution du budget. Mais nous entendons bien poursuivre cet examen. Nous rencontrerons nos amis de la haute direction de la SRC et d’autres organismes. Je vous remercie de votre soutien.

us. We are going to try to continue in the right direction. We are hoping that in 2015 we can accelerate our efforts and produce a report.

Thank you very much.

(The committee adjourned.)

Continuez à nous suivre. Nous nous efforcerons de faire des progrès dans la bonne direction. Nous espérons pouvoir accélérer notre travail en 2015 et produire un rapport.

Merci beaucoup.

(La séance est levée.)

Confédération des syndicats nationaux:

Jean Lortie, Corporate Secretary;
François Enault, Assistant to the Executive Committee.

Fédération nationale des communications:

Pierre Roger, President.

AVATAR:

Mériol Lehmann, Chief Executive Officer.

Productions Claude Thibodeau inc.:

Claude Thibodeau, President.

Monday, October 27, 2014

Rogers Media Inc.:

Keith Pelley, President, Media Business Unit;
Susan Wheeler, Vice-President, Regulatory Affairs Media.

TekSavvy Solutions Inc.:

Bram Abramson, Chief Legal and Regulatory Officer.

The Rosemond Company:

Perry Rosemond, Producer, Director and Writer.

Fair Pensions For All:

William Tufts, Executive Director;
Gene Dziadyk, Technical Advisor.

Microsoft Canada:

John Weigelt, National Technology Officer.

As individuals:

John P. Roman;
Kady MacDonald Denton.

Tuesday, October 28, 2014

McCarthy Tétrault:

Peter S. Grant, Counsel.

HonestReporting Canada:

Mike Fegelman, Executive Director.

University of Toronto Community Radio Inc.:

Ken Stowar, Station Manager.

Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada:

Michel Cormier, Executive Director, News and Current Affairs,
French Services.

Jennifer McGuire, General Manager and Editor in Chief, CBC
News.

Confédération des syndicats nationaux :

Jean Lortie, secrétaire général;
François Enault, adjoint au comité exécutif.

Fédération nationale des communications :

Pierre Roger, président.

AVATAR :

Mériol Lehmann, directeur général.

Productions Claude Thibodeau inc. :

Claude Thibodeau, président.

Le lundi 27 octobre 2014

Rogers Media Inc. :

Keith Pelley, président, segment Média;
Susan Wheeler, vice-présidente, Affaires réglementaires-Média.

TekSavvy Solutions Inc. :

Bram Abramson, agent législatif et réglementaire en chef.

The Rosemond Company :

Perry Rosemond, producteur, réalisateur et scénariste.

Fair Pensions For All :

William Tufts, directeur exécutif;
Gene Dziadyk, conseiller technique.

Microsoft canada :

John Weigelt, directeur technique national.

À titre personnel :

John P. Roman;
Kady MacDonald Denton.

Le mardi 28 octobre 2014

McCarthy Tétrault :

Peter S. Grant, avocat.

HonestReporting Canada :

Mike Fegelman, directeur exécutif.

University of Toronto Community Radio Inc. :

Ken Stowar, directeur de station.

Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation :

Michel Cormier, directeur général de l'information, Services
français;

Jennifer McGuire, directrice générale et rédactrice en chef, CBC
News.

WITNESSES

Tuesday, October 21, 2014

As an individual:

Kelly Toughill, Director and Associate Professor, School of Journalism, University of King's College.

Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse:

Marie-Claude Rioux, Executive Director.

Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick:

Bruno Godin, Executive Director.

Federation of Francophones of Newfoundland and Labrador:

Cyrilda Poirier, President.

CJRI Radio:

Ross Ingram, Owner and Manager.

Tell Tale Productions Inc.:

Edward Peill, President.

Canadian Broadcasting Corporation:

Denise Wilson, Senior Managing Director - Atlantic Canada;

Richard Simoens, Director of French Services - Acadie.

Arcadia Productions:

John Wesley Chisholm, Creative Director.

Boyne Clarke LLP, Lawyers:

John A. Young, Q.C., Lawyer.

Thursday, October 23, 2014

Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada:

Isabelle Doyon, President, SCFP Local 675.

Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada:

Adrien Caissie, Local President - Moncton, SCFP Local 5757.

Canadian Union of Public Employees:

Nathalie Blais, Research Advisor.

Voice of English-speaking Québec:

Jean-Sébastien Gignac, Executive Director.

Megantic English-Speaking Community Development Corporation:

Ann Marie Laughrea Powell, President.

(Continued on previous page.)

TÉMOINS

Le mardi 21 octobre 2014

À titre personnel :

Kelly Toughill, directrice et professeure agrégée, École de journalisme, Université King's College.

Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse :

Marie-Claude Rioux, directrice générale.

Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick :

Bruno Godin, directeur général.

Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador :

Cyrilda Poirier, présidente.

Radio CJRI :

Ross Ingram, propriétaire et directeur.

Tell Tale Productions Inc. :

Edward Peill, président.

Société Radio-Canada :

Denise Wilson, directrice principale - Canada atlantique;

Richard Simoens, directeur des Services français - Acadie.

Arcadia Productions :

John Wesley Chisholm, directeur artistique.

Cabinet d'avocats Boyne Clarke s.r.l. :

John A. Young, c.r., avocat.

Le jeudi 23 octobre 2014

Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada :

Isabelle Doyon, présidente, SCFP section 675.

Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada :

Adrien Caissie, président local - Moncton, SCFP section 5757.

Syndicat canadien de la fonction publique :

Nathalie Blais, conseillère à la recherche.

Voice of English-speaking Québec :

Jean-Sébastien Gignac, directeur général.

Corporation de développement de la communauté d'expression anglaise de Mégantic :

Ann Marie Laughrea Powell, présidente.

(Suite à la page précédente.)