

EVIDENCE

OTTAWA, Wednesday, October 19, 2022

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met with videoconference this day at 6:46 p.m. [ET] to study the subject matter of Bill C-11, An Act to amend the Broadcasting Act and to make related and consequential amendments to other Acts.

Senator Leo Housakos (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: My name is Senator Leo Housakos, and I am representing the province of Quebec. I'd like senators to introduce themselves.

Senator Simons: Senator Paula Simons, Alberta, Treaty 6 territory.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechêne: Julie Miville-Dechêne, Quebec.

[*English*]

Senator Busson: Bev Busson from British Columbia.

Senator Klyne: Marty Klyne, senator from Saskatchewan, Treaty 4 territory.

[*Translation*]

Senator Gagné: Raymonde Gagné, Manitoba.

[*English*]

Senator Tannas: Scott Tannas, Alberta.

Senator Quinn: Jim Quinn, New Brunswick.

Senator Manning: Fabian Manning, Newfoundland and Labrador.

[*Translation*]

Senator Clement: Bernadette Clement, Ontario.

[*English*]

Senator Dasko: Donna Dasko, senator from Ontario.

Senator Wallin: Pamela Wallin from the province of Saskatchewan.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mercredi 19 octobre 2022

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 46, avec vidéoconférence, pour étudier la teneur du projet de loi C-11, Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion et apportant des modifications connexes et corrélatives à d'autres lois.

Le sénateur Leo Housakos (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le président : Je m'appelle Leo Housakos et je représente la province de Québec. J'invite les sénatrices et sénateurs à se présenter.

La sénatrice Simons : Sénatrice Paula Simons, Alberta, territoire du Traité n° 6.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechêne : Julie Miville-Dechêne, du Québec.

[*Traduction*]

La sénatrice Busson : Bev Busson, de la Colombie-Britannique.

Le sénateur Klyne : Marty Klyne, sénateur de la Saskatchewan, territoire du Traité n° 4.

[*Français*]

La sénatrice Gagné : Raymonde Gagné, du Manitoba.

[*Traduction*]

Le sénateur Tannas : Scott Tannas, de l'Alberta.

Le sénateur Quinn : Jim Quinn, du Nouveau-Brunswick.

Le sénateur Manning : Fabian Manning, de Terre-Neuve-et-Labrador.

[*Français*]

La sénatrice Clement : Bernadette Clement, de l'Ontario.

[*Traduction*]

La sénatrice Dasko : Donna Dasko, sénatrice de l'Ontario.

La sénatrice Wallin : Pamela Wallin, de la Saskatchewan.

The Chair: Thank you, colleagues. We are meeting to continue our examination of the subject matter of Bill C-11, An Act to amend the Broadcasting Act and to make related and consequential amendments to other acts.

Joining us for the first panel this evening, I am pleased to welcome, from the Macdonald-Laurier Institute, Peter Menzies, Senior Fellow, who is with us by video conference, and Communications Médias Inc., Mr. Robert Armstrong, President, who is also with us via video conference. Both of our guests will have five minutes for their presentations, to be followed by questions and answers with senators.

Mr. Menzies, you have the floor.

Peter Menzies, Senior Fellow, Macdonald-Laurier Institute: The development of the internet has caused a good deal of disruption to a number of enterprises, while at the same time allowing for a great many others to flourish. That is the story of progress. That is the story of change.

This isn't the first time it has happened, and it won't be the last. In the case of Canada's film and television production industry, it has created an unprecedented period of prosperity — roughly 80% growth in a decade. Not only that, but tens of thousands of Canadians can now make a living via YouTube and other online platforms that give them unfettered access to global audiences.

Bill C-11 puts that prosperity at risk. At a time when Canada needs forward-looking legislation that will equip it to succeed in the 21st century, Bill C-11 looks backwards to something called the Broadcasting Act managed by something called the Canadian Radio-Television Commission.

At a time when Canada needs to inspire innovation and adaptation to have its creative and other industries flourish, Bill C-11 seeks to stuff the infinite opportunities of the internet into an act designed for a world of limited resources and scarce opportunity.

In doing so, it is creating uncertainty, and uncertainty depresses investment, and less investment means fewer jobs and opportunities for Canadians. Bill C-11 seems to be inspired by a desire to assist those whose business models are having difficulty adjusting to the internet age. That's an understandable desire, but to the extent this overly broad legislation will assist those groups, it will do so at the expense of those who have adapted and succeeded.

As time is brief, I will focus on three points. The first is that I urge you to amend Bill C-11 to make it absolutely clear that under no circumstances will the CRTC have jurisdiction over user-generated content, neither directly nor through platforms

Le président : Merci, chers collègues. Nous poursuivons notre examen du projet de loi C-11, Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion et apportant des modifications connexes et corrélatives à d'autres lois.

Nous recevons ce soir notre premier groupe de témoins. J'ai le plaisir d'accueillir M. Peter Menzies, chercheur principal à l'Institut Macdonald-Laurier, qui est avec nous par vidéoconférence, et M. Robert Armstrong, président de Communications Médias Inc., qui est également avec nous par vidéoconférence. Nos deux invités disposeront de cinq minutes chacun pour présenter leur exposé, après quoi les sénateurs leur poseront des questions.

Monsieur Menzies, vous avez la parole.

Peter Menzies, chercheur principal, Institut Macdonald-Laurier : Le développement d'Internet a causé beaucoup de perturbations dans un certain nombre d'entreprises, tout en permettant à beaucoup d'autres de prospérer. C'est l'histoire du progrès. C'est l'histoire de l'évolution.

Ce n'est pas la première fois que cela arrive, et ce ne sera pas la dernière. Dans le cas du secteur canadien de la production cinématographique et télévisuelle, cela a été une période de prospérité sans précédent, avec une croissance d'environ 80 % en une décennie. De plus, des dizaines de milliers de Canadiens peuvent maintenant gagner leur vie grâce à YouTube et à d'autres plateformes en ligne qui leur donnent un accès sans entrave à des auditoires mondiaux.

Le projet de loi C-11 met cette prospérité en péril. À un moment où le Canada a besoin d'une loi tournée vers l'avenir qui lui donnera les outils nécessaires pour réussir au XXI^e siècle, le projet de loi C-11 est une régression par rapport à ce qu'on appelle la Loi sur la radiodiffusion, qui est gérée par ce qu'on appelle le Conseil de la radiodiffusion canadienne.

Au moment où le Canada doit favoriser l'innovation et l'adaptation pour que ses secteurs créatifs et d'autres puissent prospérer, le projet de loi C-11 cherche à enfermer les possibilités infinies d'Internet dans une réglementation conçue pour un monde aux ressources et aux possibilités limitées.

Ce faisant, il crée de l'incertitude, et l'incertitude fait baisser les investissements; et moins d'investissements, cela veut dire moins d'emplois et de possibilités pour les Canadiens. Le projet de loi C-11 semble inspiré par le désir d'aider ceux dont les modèles d'affaires ont de la difficulté à s'adapter à l'ère d'Internet. C'est un désir compréhensible, mais l'aide que cette loi apportera à ces groupes se fera au détriment de ceux qui se sont adaptés et qui ont réussi.

Comme nous n'avons pas beaucoup de temps, je vais me concentrer sur trois points. Premièrement, je vous invite à modifier le projet de loi C-11 pour qu'il soit absolument clair que le CRTC n'aura en aucun cas de compétence sur le contenu

that depend upon it. I can't say I have been able to read every submission but, as near as I can tell, only the Quebec music industry strongly favours it. If the government wishes to provide additional support to francophone music producers, it needs to look for less invasive ways to do it.

I think it would do the majority of creators and citizens in Canada a favour by rejecting this bill and asking the government to work on a 21st-century approach to communications. But with respect, I don't think the Senate is going to do that. What you could do, though — and this is my second point — is further amend this bill to ensure it only applies to streaming companies with annual Canadian revenue of \$150 million or more. Not only will this simplify the original intention of the legislation to get money from web giants, it will minimize the volume of lengthy CRTC processes involved, lessen uncertainty, reduce risk of stalled or stranded investment and allow for a speedier flow of money to those to whom the government wishes money to flow.

Significantly, it will allow those creators whose goal is to operate freely in a market-based entrepreneurial environment to continue their success and innovation. In other words, if the government wants money from web giants, just go get money from web giants. If it wants to protect certain groups from change, go ahead and try, but not at the expense of those who are thriving through innovation and adaptation.

Narrowing scope will also limit interference with Canadians' freedom to choose what they watch and listen to through unnecessary discoverability provisions to within the walls of major streaming apps.

Last, pay no heed to those who admit that issues before you exist but are best settled by the CRTC. They are not. Contentious matters will bog down in years of regulatory haggling, court actions and cabinet appeals.

Most recently, as we have seen, cabinet ordered the CRTC to review its licensing decision for CBC. Just to give some context, the last time the CRTC renewed CBC's licence was 2013. Since 2018, the licence was repeatedly renewed administratively until a hearing was held in January 2021. It took the CRTC 18 months to post a decision, and 16 groups then appealed that decision to cabinet. So now the CBC is unlikely to get certainty on its conditions of licence until 2023, 10 years after it was last licensed — 10 years — and that is for a CBC licence which, compared with what Bill C-11 puts before the CRTC, is a walk in the park.

produit par les utilisateurs, ni directement ni par l'entremise des plateformes qui en dépendent. Je n'ai pas lu tous les mémoires, mais, pour autant que je sache, seul le secteur musical du Québec y est fortement favorable. Si le gouvernement veut offrir un soutien supplémentaire aux producteurs de musique francophones, il doit chercher des moyens moins invasifs de le faire.

Je pense qu'on rendrait service à la majorité des créateurs et des citoyens du Canada en rejetant ce projet de loi et en demandant au gouvernement de se doter d'une stratégie de communication adaptée au XXI^e siècle. Sauf votre respect, je ne pense pas que le Sénat le fasse. Vous pourriez cependant — et c'est mon deuxième point — modifier davantage ce projet de loi pour qu'il ne s'applique qu'aux entreprises de diffusion en continu enregistrant des revenus annuels de 150 millions de dollars ou plus au Canada. Non seulement cela simplifiera l'intention initiale de la loi, qui est de tirer de l'argent des géants du Web, mais cela permettra de réduire le nombre de processus fastidieux du CRTC, d'atténuer l'incertitude, de réduire le risque que les investissements soient retardés ou bloqués et d'accélérer l'acheminement de fonds à ceux à qui le gouvernement les destine.

Surtout, il permettra aux créateurs qui souhaitent fonctionner librement dans un environnement entrepreneurial axé sur le marché de continuer à réussir et à innover. Autrement dit, si le gouvernement veut de l'argent des géants du Web, qu'il se contente de cela. S'il veut protéger certains groupes, qu'il le fasse, mais pas au détriment de ceux qui prospèrent en innovant et en s'adaptant.

En réduisant la portée de la loi, on évitera également d'entraver la liberté des Canadiens de choisir ce qu'ils regardent et écoutent en imposant des dispositions de découvrabilité inutiles aux principales applications de diffusion en continu.

Enfin, n'écoutez pas ceux qui admettent que les questions dont vous êtes saisis existent effectivement, mais que c'est le CRTC qui sera le mieux placé pour les régler. Ce n'est pas le cas. Les questions litigieuses s'enliseront dans des années de marchandage réglementaire, de poursuites judiciaires et d'appels devant le Cabinet.

Tout récemment, le Cabinet a ordonné au CRTC de revoir sa décision concernant l'octroi de licence à la SRC. Rappelez-vous, c'est en 2013 que le CRTC a renouvelé la licence de la SRC la dernière fois. Depuis 2018, cette licence a été renouvelée à plusieurs reprises par voie administrative, jusqu'à l'audience de janvier 2021. Il a fallu 18 mois au CRTC pour rendre une décision, et 16 groupes ont fait appel de cette décision devant le Cabinet. Il est donc peu probable que la SRC obtienne des garanties sur ses conditions de licence avant 2023, soit 10 ans après l'obtention de sa dernière licence — 10 ans —, et tout cela pour une simple licence qui, comparativement à ce que le projet de loi C-11 prévoit pour le CRTC, est une bagatelle.

There are also issues regarding the inherent advantages enjoyed by those experienced in navigating the regulatory system and who speak the language of the CRTC over those who will be regulatory rookies.

I urge you to act now and, for the sake of all involved, to narrow the scope of this legislation before it's too late. Thank you for the opportunity.

The Chair: Thank you, Mr. Menzies. Now we turn the floor over to Mr. Armstrong.

[*Translation*]

Robert Armstrong, President, Communications Médias Inc.: Good evening, Mr. Chair and members of the committee. Thank you for inviting me to appear.

I'm a broadcast consultant to francophone audiovisual content creator associations. My presentation today is personal and doesn't necessarily represent the views of the organizations I advise.

Bill C-11 is primarily intended to integrate the web giants into the Canadian broadcasting system to ensure that they contribute to Canadian culture, and to meet the needs and interests of the multiethnic and multicultural communities the broadcasting system serves. It provides a major and necessary revision that has the potential to improve the volume and quality of programming available to Canadians. At the same time, it seeks to respect internet users' freedom of expression. In principle, it will not apply to social media, although the CRTC may use its discretion in certain exceptional cases.

Notwithstanding its importance, Bill C-11 creates a double standard by treating Canadian and foreign businesses differently. I therefore support it with a few minor amendments.

Unlike the current legislation, which stipulates the following:

(f) Each broadcasting undertaking shall make maximum use, and in no case less than predominant use, of Canadian creative and other resources in the creation and presentation of programming . . .

— Bill C-11 proposes separate targets for domestic and foreign businesses.

However, subsection 3(1)(f) of the current legislation already provides a loophole for foreign undertakings, where appropriate, by conceding that the use of creative and other resources may turn out to be "impracticable" due to "the nature of the service." In such cases, broadcasting undertakings will be required to use such resources to the maximum extent practicable. I therefore

Il y a aussi des enjeux concernant les avantages inhérents de ceux qui connaissent bien le système de réglementation et qui parlent le langage du CRTC contrairement aux non-initiés.

Vous devez agir dès maintenant et, pour le bien de tous les intéressés, restreindre la portée de cette loi avant qu'il ne soit trop tard. Je vous remercie de votre invitation.

Le président : Merci, monsieur Menzies. C'est au tour de M. Armstrong.

[*Français*]

Robert Armstrong, président, Communications Médias Inc. : Bonsoir, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du comité. Je vous remercie de l'invitation à comparaître devant vous.

Je suis conseiller en radiodiffusion auprès d'associations de créateurs francophones en audiovisuel. Ma présentation aujourd'hui est d'ordre personnel et ne représente pas nécessairement le point de vue des organismes que je conseille.

Le projet de loi C-11 vise principalement à intégrer les géants du Web dans le système canadien de radiodiffusion, à assurer qu'ils contribuent à la culture canadienne et à répondre aux besoins et aux intérêts de la population multiethnique et multiculturelle que sert le système de radiodiffusion. Il propose une révision importante et nécessaire qui offre le potentiel d'améliorer le volume et la qualité des émissions offertes aux Canadiens. En même temps, il vise à respecter la liberté d'expression des internautes. En principe, il ne s'appliquerait pas aux médias sociaux, quoique le CRTC puisse utiliser son pouvoir discrétionnaire dans certains cas exceptionnels.

Nonobstant son importance, le projet de loi C-11 fait deux poids, deux mesures en traitant différemment les entreprises canadiennes et les entreprises étrangères. Je l'appuie donc à condition qu'il soit assorti de quelques modifications simples.

Contrairement à la présente loi, qui stipule ce qui suit :

f) toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation [...]

— le projet de loi C-11 propose des objectifs distincts pour les entreprises canadiennes et étrangères.

Pourtant, l'alinéa 3(1)f de la loi actuelle offre déjà une échappatoire aux entreprises étrangères, le cas échéant, en concédant que l'usage de ressources créatrices et autres peut s'avérer « difficilement réalisable en raison de la nature du service ». Auquel cas, les entreprises de radiodiffusion devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du

recommend either adopting the wording proposed by the Coalition for the Diversity of Cultural Expressions or striking out section 3(1)(f) from the bill and retaining the wording in the current legislation.

Bill C-11's dual approach extends to the regulatory framework seeking to govern traditional and online businesses, especially those based in the United States. Bill C-11 would give new powers to the CRTC to regulate them by order, with the powers being primarily aimed at large online businesses. However, such orders would not require public hearings, whereas the granting, revocation or suspension of any licence held by an existing Canadian company would be subject to subsection 18(1) of the bill. This unequal treatment between orders and licenses may shield online businesses from public scrutiny, and this should be rectified.

This same duality also applies with respect to appealing CRTC decisions with the cabinet. While the current legislation allows members of the public to request that cabinet refer a decision back to the CRTC for review, Bill C-11 does not allow for the referral of an order. Once again, foreign-dominated online companies would gain a privilege that would not be available to licensed Canadian companies. The Senate should correct subsection 28(1) of the bill by making it apply to any CRTC decision.

Also, as a related amendment, Bill C-11 proposes making an addition to section 6 of the Status of the Artist Act so that it does not apply to online businesses. Online businesses, especially the Canadian-based tech giants, should not be exempt from negotiating with our creators, while the Canada Labour Code and the federal Status of the Artist Act would continue to apply to license Canadian businesses. The Senate should reject this addition.

Finally, the current legislation already allows the government to give directions of general application to the CRTC related to the legislation's objectives and regulating the Canadian broadcasting system. Through Bill C-11, the government appears to want to almost completely take control of system regulation at the expense of the CRTC's independence. It shows in the amendments to subsections 7(1) and 10(12) and section 34.995 of the Broadcasting Act regarding directions that cabinet may give to the CRTC.

These subsections reduce the CRTC's autonomy in favour of directions from the federal cabinet, which is a very political move. The Senate should eliminate these three subsections.

possible. Je propose donc soit d'adopter le libellé proposé par la Coalition pour la diversité des expressions culturelles, soit de biffer l'alinéa 3(1)f) du projet de loi et de retenir le libellé de la loi actuelle.

La dualité d'approche du projet de loi C-11 se poursuit en ce qui concerne le cadre réglementaire qui vise à régir les entreprises traditionnelles et les entreprises en ligne, surtout américaines. Le projet de loi C-11 propose d'accorder de nouveaux pouvoirs au CRTC pour les réglementer par ordonnance, des pouvoirs qui visent d'abord les grandes entreprises en ligne. Or, de telles ordonnances ne seraient pas subordonnées à la tenue d'audiences publiques, alors que l'attribution, la révocation ou la suspension de toute licence détenue par une entreprise canadienne existante le serait en conformité avec le paragraphe 18(1) du projet de loi. Cette inégalité de traitement entre ordonnances et licences risque de soustraire les entreprises en ligne à un examen public et elle devrait être corrigée.

La même dualité se manifeste sur le plan de l'appel des décisions du CRTC au Conseil des ministres. Même si la loi actuelle permet aux membres du public de demander au Conseil des ministres de renvoyer au CRTC une décision pour réexamen, le projet de loi C-11 n'autorise pas le renvoi d'une ordonnance. Une fois de plus, les entreprises en ligne de prédominance étrangère obtiendraient un privilège qui ne serait pas accordé aux entreprises canadiennes régies par licence. Le Sénat devrait corriger le paragraphe 28(1) du projet de loi en l'appliquant à toute décision du CRTC.

De plus, en modification connexe, le projet de loi C-11 propose un ajout à l'article 6 de la Loi sur le statut de l'artiste afin qu'elle ne s'applique pas aux entreprises en ligne. Les entreprises en ligne, surtout les géants du Web établis au Canada, ne devraient pas échapper à toute négociation avec nos créateurs, alors que le Code canadien du travail et la Loi fédérale sur le statut de l'artiste continueraient de s'appliquer aux entreprises canadiennes régies par licence. Le Sénat devrait rejeter cet ajout.

Enfin, la loi actuelle permet déjà au gouvernement de donner au CRTC des instructions d'application générale relatives aux objectifs de la loi et à la réglementation du système canadien de radiodiffusion. Par l'intermédiaire du projet de loi C-11, le gouvernement semble vouloir prendre le contrôle presque complet de la réglementation du système au détriment de l'indépendance du CRTC. C'est ce qu'indiquent les modifications aux paragraphes 7(1), et 10(1.2) et à l'article 34.995 de la Loi sur la radiodiffusion concernant les instructions que le Conseil des ministres peut donner au CRTC.

Ces paragraphes réduisent l'autonomie du CRTC au profit des directives du Conseil des ministres du Canada, un geste hautement politique. Le Sénat devrait supprimer ces trois paragraphes.

To sum up, I am proposing the following changes, and they are very straightforward: Strike out section 3(1)(f) of Bill C-11 and retain the wording of the current legislation; add subsection 9.1(1) to the wording of subsection 18(1) of Bill C-11 to ensure that both orders and licences are subject to public hearings by the CRTC; in subsection 28(1) of Bill C-11, replace “a decision under section 9 to issue, amend or renew a license” with “any decision”; strike out the addition to section 6 of the Status of the Artist Act proposed in Bill C-11; strike out subsections 7(1) and 10(1.2) and section 34.995 of Bill C-11 and retain the wording of the current legislation to maintain the CRTC’s independence from political authority.

I thank you for your attention, and I would be pleased to answer any questions you may have.

The Chair: Thank you very much, Mr. Armstrong.

[*English*]

Senator Wallin: My questions are for Mr. Menzies, and I’ll ask you to put on your hat as a former vice-chair of the CRTC. I know you have many, but it gives you a specific qualification on this. I’ll put two questions forward, and you can divide the time.

First, you have stated that the government is motivated through this bill with the intent of extracting more money from big platforms, but section 4 in its different forms will also allow them to extract money from smaller content creators. Does that trouble you?

Second — and I’ll use the words of a former witness this week — almost all broadcasting regulation in this country needs to be understood as a form of a restriction on the right to free expression; do you agree? Thank you.

Mr. Menzies: I might ask you to repeat the second question, because I’m not taking notes as I manage this.

The tricky part is that, yes, this is what the ministers were saying right from the beginning. The intent was to make sure the system gets money from web giants. There is a threat to the traditional system — and we can debate that, because there has been lots of private investment — as cable companies are less able to contribute to traditional sources of revenue because of the success of streaming companies.

If that’s the problem, my suggestion is to just address the problem. There is no need to get into user-generated content and all these other areas and start dealing with small businesses, advancing businesses or people who are taking advantage of the beauty and wonder of the internet and finding success. There’s

En résumé, je propose les modifications suivantes, qui sont très simples : biffer l’alinéa 3(1)f du projet de loi C-11 et conserver le libellé de la loi actuelle; ajouter le paragraphe 9.1(1) au libellé du paragraphe 18(1) du projet de loi C-11, pour faire en sorte que les ordonnances aussi bien que les licences soient subordonnées à la tenue d’audiences publiques par le conseil; au paragraphe 28(1) du projet de loi C-11, remplacer « la décision de celui-ci d’attribuer, de modifier ou de renouveler une licence en vertu de l’article 9 » par « toute décision »; biffer l’ajout à l’article 6 de la Loi sur le statut de l’artiste proposé dans le projet de loi C-11; supprimer les paragraphes 7(1) et 10(1.2) et l’article 34.995 du projet de loi C-11 et conserver le libellé de la loi actuelle afin de maintenir l’indépendance du CRTC par rapport au pouvoir politique.

Je vous remercie de votre attention, et c’est avec plaisir que je répondrai à toute question que vous voudrez me poser.

Le président : Merci beaucoup, monsieur Armstrong.

[*Traduction*]

La sénatrice Wallin : Mes questions s’adressent à M. Menzies à titre d’ancien vice-président du CRTC. Je sais que vous avez beaucoup d’autres compétences, mais ce rôle vous en donne une plus particulièrement utile ici. Je vais poser deux questions, et vous pourrez partager votre temps à votre gré.

Premièrement, vous avez dit que le gouvernement compte, grâce à ce projet de loi, tirer plus d’argent des grandes plateformes, mais l’article 4, sous ses différentes formes, lui permettra également d’en tirer des petits créateurs de contenu. Cela ne vous dérange-t-il pas?

Deuxièmement — et je reprends les propos d’un témoin reçu cette semaine —, la quasi-totalité de la réglementation de la radiodiffusion au pays doit être considérée comme une forme de restriction du droit à la liberté d’expression. Est-ce votre avis? Merci.

M. Menzies : Je vous demanderai peut-être de répéter la deuxième question, parce que je ne prends pas de notes.

Le problème est effectivement ce dont les ministres ont parlé dès le départ. L’objectif était de s’assurer que le système permette de tirer de l’argent des géants du Web. Le système traditionnel est menacé — et nous pouvons en débattre, car il y a eu beaucoup d’investissements privés —, puisque les câblodistributeurs sont moins en mesure de contribuer aux sources de revenus traditionnelles en raison du succès des entreprises de diffusion en continu.

Si c’est là le problème, je suggère de simplement le régler. Il n’est pas nécessaire de se mêler du contenu produit par les utilisateurs et de ces autres activités et de s’occuper des petites entreprises ou de promouvoir les entreprises ou les gens qui profitent de la beauté et des merveilles d’Internet et qui

no need to shut that down. If you want to get money from the big companies and ensure that, in some fashion, they contribute to these traditional funds, which have always been two thirds anglophone, one third francophone — but the current statement in terms of guidance to Heritage is to make it 40% francophone and 60% anglophone.

If it's the traditional funds that you are after and the big web giants, just focus on that. There's no need to get into the rest of it.

Senator Wallin: My second question was related to a quote from one of our earlier witnesses that almost all broadcasting regulation in this country needs to be understood as a form of restriction on the right to free expression. Do you agree?

Mr. Menzies: Yes, I do. With Bill C-11, people see no threat to freedom of speech within that. But the difficulty is that Bill C-11 is an amendment to the Broadcasting Act, and in the Broadcasting Act, the CRTC is told to ensure that the system is of good standard or high standard — sorry if I have got the word wrong — but that gives it lots of leeway. It used that in the “N-word” decision recently with SRC in managing that. It used it to help justify the decision on RT.

You may agree or disagree with those decisions. People can debate those. At the same time, there is no question that the CRTC is instructed, through the Broadcasting Act, to exert itself where it disapproves. So yes, there is.

In terms of freedom of choice, it's not just in what we say; it's in what we choose, what we hear and what we speak. Personally, I have never had any problem with discoverability. There is a search tool on Netflix. I type in “Canadian,” and there it is. We have to be really careful about that.

Senator Wallin: Thank you.

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Mr. Menzies, I'm going to take you to a slightly different arena, that of pornography. I want to know whether, in your opinion, the big pornography platforms are affected or covered by Bill C-11 or, more generally, whether they could be regulated by the CRTC. We know that this industry is currently migrating online and that it exists; that changes the situation a lot in terms of protecting children. I'd like to hear from you on that.

réussissent. Il n'est pas nécessaire de restreindre tout cela. Si vous voulez tirer de l'argent des grandes entreprises et vous assurer par un moyen quelconque qu'elles contribuent à ces fonds traditionnels, qui ont toujours été pour deux tiers anglophones et pour un tiers francophone — mais l'orientation de Patrimoine prévoit plutôt 40 % francophone et 60 % anglophone...

Si ce sont les fonds traditionnels et les géants du Web qui vous intéressent, occupez-vous de cela. Il n'est pas nécessaire de se mêler du reste.

La sénatrice Wallin : Ma deuxième question renvoyait à une déclaration d'un de nos témoins antérieurs, qui estimait que presque toute la réglementation de la radiodiffusion au pays doit être considérée comme une forme de restriction du droit à la liberté d'expression. Est-ce votre avis?

M. Menzies : C'est ce que je pense aussi. Les gens ne voient pas le projet de loi C-11 comme une menace à la liberté d'expression. Mais le problème est que le projet de loi C-11 est une modification de la Loi sur la radiodiffusion et que, dans la Loi sur la radiodiffusion, le CRTC est chargé de s'assurer que le système est de bonne qualité ou de qualité supérieure — excusez-moi si je n'ai pas les termes exacts —, et cela lui donne beaucoup de latitude. C'est de cela qu'il s'est prévalu dernièrement en rendant une décision contre la SRC au sujet du mot en « n ». Il s'en est servi pour justifier sa décision concernant RT.

On peut être d'accord ou non avec ces décisions. Les gens peuvent en débattre. Mais il est clair que le CRTC a pour mission, en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, d'intervenir lorsqu'il n'est pas d'accord. Donc oui, je suis du même avis que votre témoin.

Concernant la liberté de choix, il ne s'agit pas seulement de ce que nous disons; il s'agit aussi de ce que nous choisissons, de ce que nous entendons et de ce dont nous parlons. Personnellement, je n'ai jamais eu de problème de découvrabilité. Il y a un outil de recherche sur Netflix. Je tape « Canadien », et je trouve ce que je veux. Il est important d'en tenir compte.

La sénatrice Wallin : Merci.

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Monsieur Menzies, je vais vous amener sur un terrain légèrement différent, celui de la pornographie. Je veux savoir si, à votre avis, les grandes plateformes pornographiques sont touchées ou visées par le projet de loi C-11 ou, plus généralement, si elles pourraient être réglementées par le CRTC. On sait que maintenant, il y a une migration de cette industrie en ligne et qu'elle existe; cela change beaucoup la donne pour ce qui est de la protection des enfants. J'aimerais vous entendre à ce sujet.

[English]

Mr. Menzies: For about 25 years, the CRTC has been licensing adult content, commonly known as pornography. They have done that through cable companies, and it's been available there for a very long time. So it's completely within the CRTC's jurisdiction. It actually started because satellite companies were providing it to people, and it proved to be immensely popular. Then cable companies got into it. They manage it, so the CRTC licenses it. It oversees it.

Through Bill C-11, I can't imagine that it would not be captured. I think it would be actually exceptional. I can't imagine the CRTC saying, "Okay, we're going to do all this, but we're going to leave online porn untouched." They would get a lot of pressure from the cable companies that have lost a lot of money, I'm guessing — a lot of revenue — because of the fact that pornography is available online for free rather than through having a cable subscription. So my answer is "yes."

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Given your past experience as a CRTC commissioner, do you feel that a possible and potential mandate for the CRTC could also include a requirement for age verification on pornography sites, much like what happened with the regulation of pornography through cable companies?

[English]

Mr. Menzies: I'm not completely up to date with cable, but if I recall, it's generally up to each cable company to file with the CRTC — their standards, insurance and that sort of stuff. A lot of that access is done within the home. I'm not sure there is a verification of age that takes place. I'm happy to be corrected if that has taken place since my tenure there.

Yes, if that's what you wish, senator, you would probably have to take that case to the CRTC in a hearing, make an application to have that done and then I would expect that would put the CRTC in the position of trying to say, "Okay, if we're going to apply this rule to online pornography, should we not have the same rule for cable?" Maybe they already do; I'm not certain. But I can't see anything online about that.

Senator Miville-Dechêne: Could it be in the mandate of the CRTC to ask online platforms to do age verification or whatever method to prevent kids —

Mr. Menzies: Bill C-11 gives the CRTC authority over all audio and visual content on the internet, so that would be an opportunity for the CRTC to take that. And I'm pretty sure, even

[Traduction]

M. Menzies : Depuis environ 25 ans, le CRTC accorde des licences pour du contenu destiné aux adultes, communément appelé pornographie. Cela passe par l'entremise des câblodistributeurs, et c'est disponible depuis très longtemps. Cela relève donc entièrement de la compétence du CRTC. En fait, tout a commencé parce que les entreprises de diffusion par satellite fournissaient ce contenu, qui s'est révélé extrêmement populaire. Puis les câblodistributeurs s'y sont mis. Ils en assument la gestion, et le CRTC délivre les licences. C'est lui qui supervise le tout.

Je ne peux même pas imaginer que cela échapperait à la portée du projet de loi C-11. Ce serait vraiment exceptionnel. Je ne peux pas imaginer que le CRTC prenne toutes ces mesures, mais laisse la pornographie en ligne hors champ. Il subirait beaucoup de pression de la part des câblodistributeurs qui, je suppose, ont perdu beaucoup d'argent — beaucoup de revenus — parce que la pornographie est accessible en ligne gratuitement plutôt que par abonnement au câble. Ma réponse est donc « oui ».

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Étant donné votre expérience passée de commissaire au CRTC, est-ce que vous jugez que l'on pourrait aussi inclure, dans un mandat possible et potentiel du CRTC, l'obligation de faire de la vérification d'âge pour les sites pornographiques, un peu comme ce qui s'est passé dans la réglementation de la pornographie par le biais des câblodistributeurs?

[Traduction]

M. Menzies : Du côté des câblodistributeurs, je ne suis pas tout à fait à jour, mais, si je me souviens bien, il incombe généralement à chacun de communiquer ses normes, ses assurances, etc. au CRTC. L'accès se fait le plus souvent depuis le domicile. Je ne suis pas sûr qu'il y ait une vérification de l'âge. Corrigez-moi si je me trompe.

Oui, si c'est ce que vous souhaitez, sénatrice, il vous faudrait probablement vous adresser au CRTC dans le cadre d'une audience et lui présenter une demande. Je pense que le CRTC serait enclin à répondre : « D'accord, mais, si on applique cette règle à la pornographie en ligne, ne devrait-on pas l'appliquer au câble? » Peut-être est-ce déjà le cas, je n'en suis pas sûr. Mais je ne vois rien en ligne à ce sujet.

La sénatrice Miville-Dechêne : Est-ce qu'on pourrait inclure dans le mandat du CRTC de demander aux plateformes en ligne d'effectuer une vérification de l'âge ou d'employer une autre méthode pour prévenir la présence d'enfants...

M. Menzies : Le projet de loi C-11 donne au CRTC le pouvoir de réglementer tout le contenu audio et visuel sur Internet. Le Conseil pourrait donc s'en prévaloir. Et je suis à peu

from my point of view, the \$150-million figure would capture online pornography because Canada probably has the globe's leading online pornography companies.

The Chair: My question is for Mr. Menzies.

You have said in the past that Bill C-11, with the powers that it gives the CRTC, would put at risk 100,000 content producers in the country who are presently using YouTube. You mentioned that it would put those content producers at risk. Can you elaborate what exactly you mean by that? Do you mean there's a risk of them leaving Canada, or are there some other repercussions if this bill passes?

Mr. Menzies: Chair, I think there's a risk of them just getting captured in this regulatory maze. Years ago, I remember looking at a YouTube video of a couple of Gwich'in guys up on the Yukon River, just west of Dawson City. One guy had a fiddle and one guy had a guitar, and they were singing their tunes. That YouTube video went to an Indigenous community globally.

I remember looking at these two guys and saying, "Man, imagine all the work they would have to do to go through a regulatory system to be able to tell their story and sing their songs — from Dawson City, way up there, a couple of Gwich'in guys." This will intimidate that process. The CRTC still has to make the decision whether that's commercial or whether it's in or out, that sort of stuff.

Those guys don't have a chance. They don't have GR people. They don't have regulatory affairs people, that sort of thing. Those are the people I'm thinking about. The Indigenous groups and other under-represented groups will have to go through this maze of bureaucracy that involves the CRTC, funding and that sort of stuff. All these guys want to do is tell their story and play their music.

That's probably the best example I can give of that. There are larger companies that are facing more of a threat, but that's the broader picture I was looking at.

Mr. Armstrong: There are many misconceptions around what Bill C-11 is doing, what it proposes. In this case, I don't think it will have any effect on small players. I think the CRTC will have the good sense, as it has done in the past, to simply exempt all of the small players. "Small players" will be defined at a public hearing, hopefully, which the commission would hold. All of the people who are producing less than \$30 million a year in revenues — let's take that as a potential threshold; it could be higher, it could be something else — simply won't be affected. It will simply pass over their heads, and it will have no effect.

près certain, même de mon point de vue, que le chiffre de 150 millions de dollars englobe la pornographie en ligne, parce que c'est probablement au Canada que se trouvent les plus grandes entreprises de pornographie en ligne.

Le président : Ma question s'adresse à M. Menzies.

Vous avez déjà dit que le projet de loi C-11, en raison des pouvoirs qu'il accorde au CRTC, mettrait en péril 100 000 producteurs de contenu qui utilisent actuellement YouTube au Canada. Selon vous, cela mettrait les producteurs de contenu en danger. Que voulez-vous dire exactement? Est-ce qu'ils pourraient quitter le Canada ou y aurait-il d'autres répercussions si ce projet de loi est adopté?

M. Menzies : Ils risquent simplement d'être pris dans ce dédale réglementaire. Je me rappelle avoir regardé sur YouTube, il y a des années, une vidéo de deux Gwich'in remontant le fleuve Yukon, juste à l'ouest de Dawson City. L'un des hommes avait un violon traditionnel et l'autre, une guitare, et ils chantaient. Cette vidéo a été diffusée parmi les communautés autochtones du monde entier.

Je me rappelle avoir regardé ces deux gars et m'être dit : « Oh mon Dieu, tout le travail qu'ils devraient faire aujourd'hui pour s'y retrouver dans la réglementation et avoir le droit de raconter leur histoire et de chanter leurs chansons — depuis Dawson City, tout là-haut, ces deux Gwich'in. » Cela va entraver le processus. Le CRTC doit quand même décider si c'est de nature commerciale ou si ça tombe sous le coup de la loi ou non, etc.

Ces gars-là n'ont aucune chance. Ils n'ont pas de spécialistes des relations avec le gouvernement. Ils n'ont pas de spécialistes de la réglementation. C'est à ces gens-là que je pense. Les groupes autochtones et les autres groupes sous-représentés devront se débrouiller dans les dédales bureaucratiques liés au CRTC, au financement, etc. Tout ce que ces gens veulent, c'est raconter leur histoire et jouer leur musique.

C'est probablement le meilleur exemple que je puisse vous donner. Il y a de grandes entreprises qui sont plus menacées, mais c'est ainsi que je vois le tableau d'ensemble.

M. Armstrong : Il y a beaucoup d'idées fausses sur les effets du projet de loi C-11 et sur ce qu'il propose. En l'occurrence, je ne pense pas que cela aura un effet sur les petits joueurs. Je crois que le CRTC aura le bon sens, comme il l'a déjà fait, de simplement exempter tous les petits joueurs. La notion de « petits joueurs » sera définie, espérons-le, à l'occasion d'une audience publique organisée par le conseil. Tous ceux dont les revenus annuels sont inférieurs à 30 millions de dollars — c'est un seuil envisageable, mais il pourrait être plus élevé ou différent — ne seront tout simplement pas touchés. La réglementation ne les concernera pas et n'aura aucun effet sur eux.

The Chair: Thank you for that answer, Mr. Armstrong. I have a follow-up question. Should this committee and should Parliament leave the legislation up in the air when it comes to protecting small, independent content producers, or should we make amendments to make sure the CRTC is not given an option on this issue? I believe to most Canadians it's important.

That's the first question, and this is my attachment to that question: Do both of you think it would be helpful to attach regulatory directives to this piece of legislation before we pass it? That would give more rigid guidelines to the CRTC. I'm curious to hear both of you on that.

Mr. Armstrong: My answer very simply is no and no. I think this kind of issue should be left to the discretion of the CRTC. There is an attempt in Bill C-11, with proposed subsections 4.1 and 4.2, to control to some extent. Unfortunately, the paragraphs are difficult to understand and confusing, but I think they're adequate. If they are not adequate, then, as a couple of other people on previous panels have suggested to you, you should simply remove them and leave everything to the discretion of the CRTC.

I have confidence in the CRTC. It occasionally makes mistakes, as it may have done in the case of the CBC decision on the N-word, but all of our regulatory bodies and institutions make mistakes occasionally. I think the CRTC, by and large, has exercised its discretion appropriately and adequately. Let's put it that way.

Mr. Menzies: The problem with that is that if you leave the door open, sooner or later, one aggrieved group or another will appear before the CRTC and ask for that to change. The \$30 million sounds reasonable — or \$150 million — we're just arguing over price then. But, sooner or later, that will occur. Somebody will come and ask the CRTC to exercise that jurisdiction because it works for them.

The people I'm talking about will have no voice in front of the CRTC. So, the CRTC will deal with the evidence in front of it. Those two Gwich'in guys from Dawson City won't have a chance in terms of being able to represent and make their case before the CRTC. They probably won't even know what's going on. The next thing they know, they will not be able to upload to YouTube.

Exercise your discretion. Draw a line as quick as you can.

Mr. Armstrong: But hundreds of people like them will have the opportunity to —

Mr. Menzies: No, they won't.

Mr. Armstrong: They will.

Le président : Merci de cette réponse, monsieur Armstrong. J'ai une question complémentaire. Le comité et le Parlement devraient-ils laisser la loi telle quelle lorsqu'il s'agit de la protection des petits producteurs indépendants de contenu ou devrait-on apporter des amendements pour garantir que le CRTC n'ait pas le choix? Je crois que c'est important pour la plupart des Canadiens.

C'était ma première question; voici la suite : pensez-vous tous les deux qu'il serait utile d'annexer des directives réglementaires à ce projet de loi avant de l'adopter? Cela donnerait des lignes directrices plus strictes au CRTC. J'aimerais vous entendre tous les deux à ce sujet.

M. Armstrong : Ma réponse est très simple : non et non. Ce genre de question devrait être laissé à la discrétion du CRTC. Dans le projet de loi C- 11, les articles 4.1 et 4.2 permettent d'exercer un certain contrôle. Malheureusement, ces dispositions sont difficiles à comprendre et prêtent à confusion, mais je pense qu'elles sont suffisantes. Si elles ne le sont pas, il faudrait, comme d'autres témoins antérieurs vous l'ont suggéré, simplement les supprimer et tout laisser à la discrétion du CRTC.

Je fais confiance au CRTC. Il commet des erreurs à l'occasion, comme cela a peut-être été le cas de la décision concernant Radio-Canada et le mot en « n », mais tous nos organismes de réglementation et toutes nos institutions font parfois des erreurs. Je pense que le CRTC, dans l'ensemble, exerce son pouvoir discrétionnaire de façon correcte et appropriée. Disons les choses ainsi.

M. Menzies : Le problème est que, si on laisse la porte ouverte, tôt ou tard, un groupe lésé va se présenter devant le CRTC et demander un changement. Les 30 millions de dollars semblent raisonnables — ou 150 millions —, et là, on ne discute que du prix. Mais, tôt ou tard, cela se produira. Quelqu'un viendra demander au CRTC d'exercer cette compétence, parce qu'il en a besoin.

Les gens dont je parle n'auront pas voix au chapitre devant le CRTC. Le conseil s'occupera de la preuve dont il sera saisi. Les deux Gwich'in de Dawson City n'auront pas la possibilité de se faire entendre devant le CRTC. Ils ne sauront probablement même pas ce qui se passe. Et puis ils s'apercevront qu'ils ne peuvent plus téléverser leurs chansons sur YouTube.

Exercez votre pouvoir discrétionnaire. Fixez une limite le plus rapidement possible.

M. Armstrong : Mais des centaines de personnes comme eux auront la possibilité de...

M. Menzies : Non.

M. Armstrong : Mais si.

The Chair: I am sure you'll have opportunities to elaborate on this important question. We've heard a lot about the CRTC, but we have to move on.

Senator Klyne: My question is for Mr. Menzies. It's good to see you, Peter. It's apparent that you're very concerned about the amount of power that this bill purports to give to the CRTC. From what I can gather, your position is that regulation of online companies is unnecessary.

Many witnesses have referenced the fact that Canada is in a golden age, in terms of investment and job opportunities in our media sector, due in part to investment by major online companies such as Netflix and Disney Plus. Do you think that this level of investment will decrease if this legislation passes, or are these companies producing content at such a rate that this legislation won't have much of an impact at all?

Mr. Menzies: I will answer that question directly. First, it's not like I don't think online companies should be regulated at all. There are lots of areas in terms of algorithms, privacy data collection and that sort of stuff that a modern framework should deal with. But, yes, if you're investing — let's pick a number — \$800 million a year privately in Canada, and then you're mandated to spend — I guess the request is for 30% of revenues or something like that, through funds, you run out of money, right? You have to take it from somewhere. You might take it from unofficial, unapproved investment funds and switch it to approved funds. It's not like there's going to be more money. You're just going to move money around.

Senator Klyne: Thank you.

[Translation]

Senator Simons: My question is for Mr. Armstrong, but I'm going to ask it in English.

[English]

I have in front of me section 7(1) of the existing Broadcasting Act and the proposed subsection 7(7) if amended. Here's where I run into a problem because the proposed subsection says:

For greater certainty, an order may be made under subsection (1) with respect to orders made under subsection 9.1(1) or 11.1(2) or regulations made under subsection 10(1) or 11.1(1).

Can you explain to us, in English or French but not in gobbledegook, what does proposed section 7(7) do to the Broadcasting Act? What does that mean?

Le président : Je suis certain que vous aurez l'occasion d'approfondir cette importante question. Il a beaucoup été question du CRTC, mais nous devons maintenant passer à autre chose.

Le sénateur Klyne : Ma question s'adresse à M. Menzies. C'est un plaisir de vous voir. Il est évident que vous êtes très préoccupé par le pouvoir que ce projet de loi accorderait au CRTC. D'après ce que je peux comprendre, vous estimez que la réglementation des entreprises en ligne est inutile.

Selon de nombreux témoins, le Canada connaît un âge d'or en matière d'investissements et d'emplois dans le secteur des médias, entre autres grâce aux investissements de grandes entreprises en ligne comme Netflix et Disney Plus. Pensez-vous que les investissements diminueront si ce projet de loi est adopté ou ces entreprises produisent-elles du contenu à un rythme tel que cette loi n'aura guère d'impact?

M. Menzies : Je vais répondre directement à cette question. Premièrement, je ne crois pas que les entreprises en ligne devraient pas être réglementées du tout. Il faudrait encadrer beaucoup de domaines par une réglementation moderne, qu'il s'agisse des algorithmes, de la collecte de renseignements personnels, etc. Mais, oui, si vous investissez, disons, 800 millions de dollars par an dans le secteur privé au Canada et que vous avez ensuite la responsabilité de dépenser — la demande serait de 30 % des revenus ou quelque chose de ce genre, j'imagine — par l'entremise de fonds, vous allez manquer d'argent, n'est-ce pas? Il faut bien le trouver quelque part. Vous pourriez le prélever dans des fonds d'investissement non officiels et non approuvés et le reverser dans des fonds approuvés. Il n'y aura pas plus d'argent. Vous allez simplement le déplacer.

Le sénateur Klyne : Merci.

[Français]

La sénatrice Simons : Ma question s'adresse à M. Armstrong, mais je vais la poser en anglais.

[Traduction]

J'ai devant moi le paragraphe 7(1) de la Loi sur la radiodiffusion actuelle et le paragraphe 7(7) du projet de loi qui le modifierait. C'est là que j'ai un problème parce que le paragraphe proposé se lit comme suit :

Il est entendu que les décrets peuvent être pris au titre du présent article relativement aux ordonnances prises en vertu des paragraphes 9.1(1) ou 11.1(2) ou aux règlements pris en vertu des paragraphes 10(1) ou 11.1(1)

Pourriez-vous nous expliquer, en anglais ou en français, mais pas en jargon, quelles sont les répercussions du paragraphe 7(7) proposé sur la Loi sur la radiodiffusion? Que faut-il comprendre?

Mr. Armstrong: Proposed section 7(7) basically expands considerably the power of the government to give directions, the nature of the directions that the government can give to the CRTC. So it reduces significantly the power that the CRTC has. In this sense, Bill C-11 reduces enormously — potentially — the powers that the CRTC has and hands them over to the Government of Canada. By the way, the directives that the government now can — according to the bill, the directives will no longer have to be presented to an appropriate committee of the House of Commons. They will be published and read out in the House of Commons, but they will not be presented to a committee of the House of Commons.

Senator Simons: Does this politicize decision making and deny people a right to appeal? Does it have the potential to do that?

Mr. Armstrong: The denial of the right of appeal is elsewhere in the bill. But yes, there is a denial of a right to appeal on directions to the CRTC. The problem is that the current wording of the act allows the government to give directives of a general nature.

Senator Simons: Broad policy matters, yes.

Mr. Armstrong: Yes, broad policy matters. I've actually written an article that has been published in *Policy Options* on this issue. If you look in detail at what the government is giving itself through this particular clause, it's giving itself a whole series of very detailed opportunities to, in my view, interfere with the normal functioning of the CRTC. Virtually all of the decisions that the commission can be made, whether by condition of licence or by regulation, are included in a potential directive from the government. I think that is inappropriate.

Senator Simons: We've had one witness before us already, Monica Auer, who suggested simply deleting proposed section 7(7), and I'm wondering if you would concur.

Mr. Armstrong: That's exactly what I said in my presentation.

Senator Simons: Every time I think I understand all of the issues and pitfalls in this bill, I discover something new and exciting to think about. Thank you very much.

Senator Manning: Thank you to our witnesses this evening. My question is for Mr. Menzies as well as Mr. Armstrong, if you would like to answer.

As former vice-chair of the CRTC, you know about the capacity of the organization, as Senator Wallin touched on earlier. You've expressed concerns similar to those raised by some of our earlier witnesses stating that the challenge of implementing this bill by the CRTC will be considerable.

M. Armstrong : Le paragraphe 7(7) proposé élargit considérablement le pouvoir du gouvernement concernant les directives et la nature des directives qu'il peut donner au CRTC. Il réduit donc considérablement les pouvoirs du CRTC. En ce sens, le projet de loi C-11 réduit beaucoup — potentiellement — les pouvoirs dont dispose le CRTC et les confie au gouvernement du Canada. Soit dit en passant, au sujet des directives que le gouvernement peut désormais donner selon le projet de loi, celles-ci n'auront plus à passer par un comité compétent de la Chambre des communes. Elles seront publiées et lues à la Chambre des communes, mais elles ne seront pas présentées à un comité de la Chambre.

La sénatrice Simons : Est-ce que cela politise le processus décisionnel et est-ce que cela prive les gens d'un droit d'appel? Cela pourrait-il arriver?

M. Armstrong : Le refus du droit d'appel se trouve ailleurs dans le projet de loi. Mais, en effet, il n'est pas permis de faire appel des instructions données au CRTC. Le problème est que le libellé actuel de la loi permet au gouvernement de donner des directives de nature générale.

La sénatrice Simons : D'orientation générale, effectivement.

M. Armstrong : Oui, d'orientation générale. Il se trouve que j'ai écrit un article qui a été publié dans *Options politiques* à ce sujet. Si on examine en détail ce que le gouvernement s'accorde en vertu de cette disposition, il se donne, à mon avis, toutes sortes d'occasions très détaillées de s'ingérer dans le fonctionnement normal du CRTC. Presque toutes les décisions que le conseil peut prendre, que ce soit en vertu des conditions de licence ou de la réglementation, pourraient faire l'objet d'une directive du gouvernement. Cela me semble malvenu.

La sénatrice Simons : Nous avons entendu une témoin, Monica Auer, qui proposait de simplement supprimer le paragraphe 7(7) : seriez-vous d'accord?

M. Armstrong : C'est exactement ce que j'ai dit dans mon exposé.

La sénatrice Simons : Chaque fois que je pense avoir compris tous les enjeux et les écueils de ce projet de loi, je découvre quelque chose de nouveau et d'intéressant. Merci beaucoup.

Le sénateur Manning : Merci à nos témoins de ce soir. Ma question s'adresse à M. Menzies ainsi qu'à M. Armstrong, si vous voulez bien y répondre.

Comme ancien vice-président du CRTC, vous connaissez la capacité de l'organisme, comme la sénatrice Wallin l'a dit tout à l'heure. Vous avez exprimé des préoccupations semblables à celles soulevées par certains de nos témoins antérieurs, qui estiment que la mise en œuvre de ce projet de loi par le CRTC serait très difficile.

What do you see as the commission's most serious shortcomings in that regard? If Bill C-11 is passed without amendment, how long do you think it would take for the CRTC to build the capacity required to manage what new responsibilities it will have with the passage of Bill C-11?

Mr. Menzies: I think the CRTC will handle all the duties that are given to it through Bill C-11. First of all, it needs a new chair, which they're having difficulty finding. It depends on the experience of that person. My own thought is that person should just be purely a change management person who has to put in new structures and that sort of stuff.

There are a lot of things involved, like user-generated content, that are entirely new to the CRTC that they have to educate themselves on and get themselves around. I would think it would take them two and a half years — not counting court appeals and court challenges to Bill C-11 — to come out with a decision that even dealt with scope in terms of what Mr. Armstrong and I have been talking about, whether it's \$30 million or \$150 million or something like that.

For definitions, they're looking at deciding what actually is a commercial enterprise, et cetera. Just the basic stuff, two and a half years.

During that period of time, everybody involved in trying to invest in the system doesn't know what the rules are. That's a problem. I think that answered your question. I hope it did.

Senator Manning: Thank you. I also have a question for Mr. Armstrong. I'd like to talk about the extent of the power that clause 7 of the act gives the cabinet when it comes to both policy matters and specific activities of the CRTC. Mr. Armstrong, I'll quote you from a recent *Policy Options* piece in which you stated that:

. . . the extension of the powers of the cabinet opens the door to a politicization of the regulation of broadcasting in the country, which the creation of the CRTC was intended to avoid.

Under this context, do you believe that it would be helpful, if not imperative, for the government to share its policy directive on Bill C-11 sooner than later?

Mr. Armstrong: I'm not sure that I understand the question. What do you mean by sharing it? I think this clause should be simply deleted.

The CRTC was created as an arm's-length institution. I think that the problem with this particular paragraph, 7(7), is that it reduces the arm's-length distance that cabinet or the government should have with an independent agency like the CRTC.

Senator Manning: So the uncertainty that is caused and that we've heard from witnesses here over the past number of weeks you believe would be taken care of with the removal of clause 7?

Quelles seraient, d'après vous, les lacunes les plus graves du conseil à cet égard? Si le projet de loi C-11 est adopté sans amendement, combien de temps faudrait-il au CRTC pour se doter de la capacité dont il aurait besoin pour assumer les nouvelles responsabilités qui seraient alors les siennes?

M. Menzies : Je pense que le CRTC remplira toutes les tâches qui lui sont confiées en vertu du projet de loi C-11. Il lui faudra tout d'abord un nouveau président, et ce n'est déjà pas facile. Cela dépend de l'expérience du candidat. À mon avis, il devrait simplement être chargé de gérer le changement et de mettre en place de nouvelles structures et tout cela.

Il y a beaucoup d'enjeux, comme le contenu produit par les utilisateurs, qui sont tout à fait nouveaux pour le CRTC et avec lesquels il devra se familiariser. À mon avis, il lui faudrait deux ans et demi — sans compter les appels devant les tribunaux et les contestations judiciaires du projet de loi C-11 — pour rendre une décision qui traite ne serait-ce que de la portée de ce dont M. Armstrong et moi avons parlé, que le seuil soit de 30 ou 150 millions de dollars ou quelque chose de cet ordre.

Quant aux définitions, on cherche à déterminer ce qui constitue effectivement une entreprise commerciale, etc. Juste pour régler l'essentiel, il faudra compter deux ans et demi.

Pendant cette période, tous ceux qui essaient d'investir dans le système ne connaîtront pas les règles. C'est un problème. Je pense que cela répond à votre question. J'espère que oui.

Le sénateur Manning : Merci. J'ai aussi une question pour M. Armstrong. J'aimerais parler de l'ampleur du pouvoir conféré par l'article 7(7) du Cabinet lorsqu'il est question d'enjeux stratégiques et des activités particulières du CRTC. Monsieur Armstrong, dans un article récemment publié dans *Options politiques*, vous dites que :

[...] l'élargissement des pouvoirs du conseil des ministres ouvre la porte à une politisation de la réglementation de la radiodiffusion au pays, ce que la création du CRTC visait à éviter.

Cela étant, ne croyez-vous pas qu'il serait utile, voire impératif, que le gouvernement communique sa directive stratégique sur le projet de loi C-11 le plus tôt possible?

M. Armstrong : Je ne suis pas sûr de comprendre la question. Qu'entendez-vous par « communique »? Je pense que cette disposition devrait être supprimée, purement et simplement.

Le CRTC est censé être un organisme indépendant. Le problème que soulève le paragraphe 7(7) est qu'il réduit la distance que le Cabinet ou le gouvernement devrait maintenir avec un organisme indépendant comme le CRTC.

Le sénateur Manning : Donc, d'après vous, on éliminerait l'incertitude dont des témoins nous parlent depuis quelques semaines en supprimant l'article?

Mr. Armstrong: What uncertainty are you talking about? I'm not sure what uncertainty you're talking about.

With this particular paragraph, the government would have the power to give very specific and detailed instructions to the CRTC as to how to conduct its affairs. There would be no public hearing. Normally, this kind of issue is treated through a public hearing at the CRTC where any member of the public can present himself or herself and make their views known. This would not be the case if directives are given to the CRTC. The directives would reduce the margin of discretion that the CRTC currently has.

Senator Manning: So the CRTC would have to follow the directives of the government to the T?

Mr. Armstrong: Absolutely. That would be the law. This would be an extension of the law, always within the framework of the legislation. But the CRTC would have to follow the directions of the cabinet, and I think there's a potential significant reduction in the authority and independence of the CRTC as a result of that. That clause, 7(7) but also paragraph 34.997 and the other one that I mentioned in my presentation, 34.995.

Senator Dasko: Thank you to both witnesses for being here. I have a question for Mr. Menzies, and it goes something like this: You don't like Bill C-11. You don't like the bill. You wouldn't go ahead with the bill if it were up to you.

At the same time, you said that you think the Senate will pass the bill. In that scenario where the Senate would pass the bill, should I understand that the only thing you would change in the bill would be to put a threshold in? That's what I picked up from your introductory comments; you would deal with or perhaps take out section 4.2 and put in a threshold. Is that the only change you would make to the bill if indeed it's going to go forward by the Senate in that scenario? I wondered what you might say about that.

Mr. Menzies: No, senator. You can assume that I had five minutes to pick two or three things that I could focus on, and those were the ones I focused on.

I think Mr. Armstrong has made some excellent points regarding the independence of the CRTC and the importance of it being distanced from government. This goes back to the Railway Safety Act over 120 years ago, when government created regulators so that government wasn't making political decisions over who was using telegraph and who wasn't and that sort of stuff. So it's extremely important that the CRTC be at arm's length, and long arms. The arms are pretty short right now and they've been getting shorter all the time. This bill makes the arms non-existent in terms of that.

M. Armstrong : De quelle incertitude parlez-vous? Je ne sais pas de quoi vous parlez.

En vertu de cette disposition, le gouvernement aurait le pouvoir de donner des instructions très précises et très détaillées sur la conduite des affaires du CRTC. Il n'y aurait pas d'audiences publiques. En principe, ces questions sont traitées dans le cadre d'audiences publiques au CRTC, où n'importe quel citoyen peut se présenter et faire connaître son point de vue. Ce ne serait pas le cas si des directives étaient données au CRTC. Les directives réduiraient la marge de pouvoir discrétionnaire dont dispose actuellement le CRTC.

Le sénateur Manning : Il faudrait donc que le CRTC suive les directives du gouvernement à la lettre?

M. Armstrong : Absolument. Ce serait la loi. Ce serait une extension de la loi, toujours dans le cadre de la loi. Mais le CRTC devrait suivre les directives du Cabinet, et je pense que cela pourrait réduire considérablement son autorité et son indépendance. Le paragraphe 7(7), mais aussi l'article 34.997, et celui dont j'ai parlé dans mon exposé, l'article 34.995.

La sénatrice Dasko : Merci aux deux témoins de leur présence parmi nous. J'ai une question pour M. Menzies. Vous n'aimez pas le projet de loi C-11. Vous n'aimez pas ce projet de loi. S'il n'en tenait qu'à vous, il serait rejeté.

Mais vous avez également dit que, d'après vous, le Sénat va l'adopter. Si le Sénat adoptait le projet de loi, dois-je comprendre que la seule chose que vous changeriez serait d'y ajouter un seuil? C'est ce que j'ai retenu de vos observations préliminaires; vous voudriez peut-être supprimer l'article 4.2 et ajouter un seuil. Est-ce le seul changement que vous apporteriez au projet de loi s'il était adopté par le Sénat? J'aimerais connaître votre avis.

M. Menzies : Non, madame la sénatrice. Vous devez supposer que j'avais cinq minutes pour vous parler de deux ou trois choses et que ce sont celles que j'ai retenues.

M. Armstrong a fait d'excellentes remarques au sujet de l'indépendance du CRTC et de l'importance de le distancer du gouvernement. Cela remonte à la Loi sur la sécurité ferroviaire, il y a plus de 120 ans, quand le gouvernement a créé des organismes de réglementation pour éviter de prendre des décisions politiques qui détermineraient qui pourrait utiliser le télégraphe et qui ne le pourrait pas, etc. Il est donc extrêmement important que le CRTC soit autonome, très autonome. Il a peu d'autonomie à l'heure actuelle et il en a progressivement de moins en moins. Le projet de loi la lui enlèverait complètement.

For the CRTC to have credibility with the public and with the industry, it needs to know that people can't play political games and run around them and go to cabinet, no matter which party or who is in power, and make their case and get an order-in-council written telling the CRTC what to do. It creates a cloud over the CRTC's head, where they are second-guessing themselves every time, trying to figure out, "Okay, if we make this decision — like happened with CBC — is someone going to run to cabinet and come back and tell us we're wrong?" You are going to be wrong sometimes.

Senator Dasko: Basically, you are saying you would go through the bill and cross out some stuff.

Mr. Menzies: If I could do everything all over again, we would actually have something such as was in the Broadcasting and Telecommunications Legislative Review Panel where we have a Canadian communications commission that was built around the understanding that the internet is now our central communications platform. But I'm kind of a loser when it comes to those sorts of arguments, so I'm trying to focus on the things you can do that will make this better and less dangerous.

Senator Dasko: And your main priority would be dealing with 4.2 and putting in a threshold.

Mr. Menzies: And Mr. Armstrong's point too. It's really important that the CRTC remain independent.

Senator Dasko: Thank you.

Mr. Armstrong, I'm afraid I didn't quite understand a couple of things that you were saying. I wonder if you could just clarify for me your comments with respect to sections 18.1 and 9.1(1), which were related to public consultations, I believe. Could you clarify that? I'm sorry; I missed it in the translation.

Mr. Armstrong: With respect to consultations, the problem is very simple. At the present time, the commission is required to make decisions after holding a public hearing with respect to issuing licences, revoking licences and amending them significantly.

Bill C-11 introduces a new regime with a parallel track where there would not only be licences but, for online players, there would be ordinances or orders that, without a licence, would give the online players the ability to function. Those orders will not be subject to public hearings, according to the way in which Bill C-11 is presently written.

So all I suggested in my presentation was to make those kinds of orders subject to public hearings, just like decisions on licences are presently required to go to a public hearing.

Pour que le CRTC ait de la crédibilité auprès de la population et des entreprises, il ne faut pas que des gens puissent jouer à des jeux politiques et se tourner vers le Cabinet, quel que soit le parti ou la personne au pouvoir, pour faire valoir leur point de vue et obtenir un décret imposant des mesures au CRTC. Ce serait une épée de Damoclès au-dessus de la tête du CRTC, qui, à chaque fois qu'il prendrait une décision — comme dans le cas de la SRC —, se demanderait si quelqu'un ne s'adressera pas aussitôt au Cabinet pour revenir lui dire qu'il a tort. Vous ferez parfois des erreurs.

La sénatrice Dasko : Il s'agirait donc, pour vous, d'examiner tout le projet de loi et d'en supprimer certaines dispositions.

M. Menzies : Si on pouvait tout recommencer, je créerais quelque chose comme le groupe d'experts chargé d'examiner la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications, avec un Conseil canadien des communications tenant compte du fait qu'Internet est maintenant notre plateforme de communications centrale. Mais j'ai perdu d'avance dans ce genre d'argumentation, et c'est pourquoi j'essaie de me concentrer sur ce qu'on peut faire pour améliorer la situation et la rendre moins dangereuse.

La sénatrice Dasko : Et votre principal souci serait de corriger l'article 4.2 et de fixer un seuil.

M. Menzies : C'est aussi l'avis de M. Armstrong. Il est vraiment important que le CRTC reste indépendant.

La sénatrice Dasko : Merci.

Monsieur Armstrong, je n'ai pas bien compris deux ou trois choses que vous avez dites. Pourriez-vous m'expliquer ce que vous disiez des articles 18.1 et 9.1(1), qui portent sur les consultations publiques, je crois. Pourriez-vous clarifier vos propos? Je suis désolée, mais je n'ai pas entendu la traduction.

M. Armstrong : En matière de consultations, le problème est très simple. À l'heure actuelle, le Conseil est tenu de prendre des décisions après audience publique sur l'octroi, la révocation et la modification en profondeur de licences.

Le projet de loi C-11 instaure un nouveau régime en prévoyant une voie parallèle où, à côté des licences, il y aurait, pour les entreprises en ligne, des ordonnances ou des décrets leur permettant de fonctionner sans licence. Ces ordonnances ne feraient pas l'objet d'audiences publiques selon le libellé actuel du projet de loi C-11.

Et je proposais donc, dans mon exposé, d'assujettir ce genre d'ordonnance à des audiences publiques, comme c'est le cas actuellement pour les décisions relatives aux licences.

Now, those public hearings don't have to be face-to-face public hearings; they can be what are called "paper hearings." But they are opportunities for the public to intervene and make their point of view known.

Senator Dasko: When you say "public," do you mean stakeholders mainly, or is there another —

Mr. Armstrong: No, they are public hearings. Anybody from the general public can make interventions, and a large number of people do. If you look at the recent public hearings, there are a large number of interventions by email, presentations and so on. If you come to the commission in person, it's commonly believed that you have more influence on the commission's decisions.

But they are public decisions. They are published, and the commission goes to some trouble to make them publicly known. There is an opening and a window in which the public can intervene on issues.

Senator Dasko: Okay, thank you. That clarifies it for me. Thanks very much.

Senator Clement: My question is for anyone who cares to answer.

I want to react to the comments made about the CRTC, by you and other witnesses, that it's a cumbersome process, that it's not necessarily accessible or streamlined. Maybe that speaks to a lessening of the trust we have in our public institutions. I don't know.

But should Canadians then trust the platforms and the streamers to properly curate Canadian productions and content, especially since a lot of Canadians don't have that much access to information as to how those platforms and streamers work? Mr. Menzies, you said, "I just go to the banner that says Canadian content." Is that enough? Should we trust the streamers? We don't necessarily trust the CRTC, according to witnesses. Should we trust the platforms?

Mr. Menzies: I don't think it's a matter of whether you trust the CRTC or not. The people there are trying to do the best job they can, but there are processes that involve broad consultation. One of the things you'll notice about the Broadcasting Act is that the word "consumer" doesn't exist inside it. It is an act that's designed to redistribute income gathered by cable companies to artistic groups in order to create Canadian content. None of it is market based. You can have a big debate about that if you want, but it's largely an industrial subsidy. I need to be careful, because I don't want to insult anybody, but it's not about creating content that's going to be popular; it's making sure that Canadians stay in the game, in that sense.

Il n'est pas nécessaire que ces audiences soient tenues en personne; on peut procéder au moyen de ce qu'on appelle des « audiences sur dossier ». Mais cela donne à la population la possibilité d'intervenir et de faire connaître son point de vue.

La sénatrice Dasko : Quand vous parlez de la « population », parlez-vous surtout des intervenants ou y a-t-il d'autres...

M. Armstrong : Non, ce sont des audiences publiques. N'importe qui peut intervenir, et beaucoup de gens le font. Voyez les audiences publiques récentes : il y a beaucoup d'interventions par courriel, de présentations, etc. On estime généralement que les gens qui se présentent en personne devant le conseil ont plus d'influence sur ses décisions.

Mais ce sont des décisions publiques. Elles sont publiées, et le conseil se donne du mal pour les rendre publiques. Il y a un espace et un laps de temps qui permettent à la population d'intervenir.

La sénatrice Dasko : D'accord, merci. Je comprends. Merci beaucoup.

La sénatrice Clement : Ma question s'adresse à quiconque veut bien y répondre.

J'aimerais réagir aux commentaires que vous et d'autres témoins avez faits au sujet du CRTC, dont vous considérez que le processus est lourd et pas nécessairement accessible ou simplifié. Cela témoigne peut-être d'une baisse de confiance dans nos institutions publiques. Je ne sais pas.

Mais les Canadiens devraient-ils faire confiance aux plateformes et aux diffuseurs pour gérer correctement les productions et le contenu canadiens, d'autant plus que beaucoup de Canadiens n'ont pas accès à beaucoup d'information sur le fonctionnement de ces plateformes et de ces diffuseurs? Monsieur Menzies, vous avez dit que vous suiviez simplement la bannière de contenu canadien. Est-ce suffisant? Devrait-on faire confiance aux diffuseurs? On ne fait pas nécessairement confiance au CRTC selon les témoins. Devrait-on faire confiance aux plateformes?

M. Menzies : À mon avis, la question n'est pas de savoir si on fait confiance au CRTC ou non. Les gens font de leur mieux, mais il y a des processus exigeant une vaste consultation. L'une des particularités de la Loi sur la radiodiffusion est qu'on n'y trouve pas le mot « consommateur ». Cette loi vise à redistribuer les revenus recueillis par les câblodistributeurs à des groupes artistiques pour créer du contenu canadien. Rien de tout cela ne dépend du marché. On pourrait avoir un grand débat à ce sujet si vous le voulez, mais il s'agit en grande partie d'une subvention industrielle. Je dois peser mes mots, parce que je ne veux insulter personne, mais il ne s'agit pas de créer du contenu populaire, mais de veiller à ce que les Canadiens restent dans la course.

So there is a long process involved, and many stakeholders are involved. As Mr. Armstrong just said, if you show up, you are going to have more influence than if you don't. So if you are from Montreal, you are a two-hour drive away. If you are in Prince George, British Columbia, you are not going to show up, and your voice is going to be less well heard.

It's really about being targeted. That's the point I'm trying to make with you with this bill. It's about targets. Decide what you want to do. If it's the big streaming companies you want to have, that's fine. Why should Canadians trust big streaming companies? There is no reason why they should trust them any more than they trust CTV or CBC, which are all making content decisions on their behalf, but they're making them based on what they think people want to watch. Conversely, the CRTC will make decisions based on what they think people should watch. That's a big difference.

Senator Clement: Should we assume that Canadians want to watch Canadian stuff?

Mr. Menzies: They always say they do but —

Senator Clement: I feel that nobody is making that assumption.

Mr. Menzies: They say they do, if you poll them. They want to have good Canadian stuff. But do they watch it? According to the broadcasters, no, they don't. The broadcasters have worked for years to have Canadian content out of prime time. Canada is one of these weird countries where our broadcasters aren't even really in charge of their programming. Whatever the Americans are doing to switch their programming around to their prime-time shows impacts our programming decisions for prime time. We are not a sovereign nation when it comes to programming our television in terms of that.

That's the way it has been, and I am not sure that's going to change anytime soon, unless you let Canadians free to serve Canadian audiences. But that's tricky.

Senator Clement: Would Mr. Armstrong care to comment?

Mr. Armstrong: I will, only to say that we can trust the web giants to pursue their own interests; we can certainly trust them to do that, as most companies do. The difference between the web giants and licensed Canadian broadcasters is that the licensed Canadian broadcasters are obliged to offer certain types of Canadian content by the nature of their licences. The primary intention of Bill C-11, as far as I can see, is to bring the web giants into the ambit of Canadian regulation in a very loose, flexible way — that is the intent — so that they will not only pursue their own self-interest.

Il s'agit donc d'un long processus auquel participent de nombreux intervenants. Comme M. Armstrong vient de le dire, si vous vous présentez, vous aurez plus d'influence. Donc, si vous habitez Montréal, vous êtes à deux heures de route. Si vous habitez Prince George, en Colombie-Britannique, vous n'allez pas vous présenter, et votre voix sera moins bien entendue.

Il s'agit vraiment de ciblage. C'est ce que j'essaie de vous expliquer. C'est une affaire de cibles. Il faut décider. Si ce sont les grandes entreprises de diffusion en continu qu'on veut viser, pas de problème. Pourquoi les Canadiens devraient-ils faire confiance aux grandes entreprises de diffusion en continu? Ils n'ont aucune raison de leur faire davantage confiance qu'à CTV ou à la SRC, qui prennent toutes des décisions en leur nom, mais qui le font en fonction de ce qu'elles pensent que les gens veulent regarder. De son côté, le CRTC prendra des décisions en fonction de ce qu'il pense que les gens devraient regarder. C'est la grande différence.

La sénatrice Clement : Doit-on supposer que les Canadiens veulent regarder des émissions canadiennes?

M. Menzies : Les gens disent toujours que oui, mais...

La sénatrice Clement : J'ai l'impression que personne ne part de cette hypothèse.

M. Menzies : Ils disent que oui dans les sondages. Ils veulent avoir de bons produits canadiens. Mais est-ce qu'ils les regardent? Selon les radiodiffuseurs, non. Les radiodiffuseurs travaillent depuis des années pour obtenir du contenu canadien aux heures de grande écoute. Le Canada est l'un de ces pays bizarres où les radiodiffuseurs ne sont même pas vraiment responsables de leur programmation. Tout ce que les Américains font pour que leurs émissions soient diffusées aux heures de grande écoute a une incidence sur nos décisions en matière de programmation aux heures de grande écoute. Nous ne sommes pas un pays souverain en matière de programmation télévisuelle.

C'est ainsi, et je ne suis pas certain que cela changera de sitôt, à moins que vous laissiez les Canadiens libres de servir les auditoires canadiens. Mais c'est complexe.

La sénatrice Clement : M. Armstrong voudrait-il faire un commentaire?

M. Armstrong : Je dirai seulement que nous pouvons faire confiance aux géants du Web pour défendre leurs propres intérêts; nous pouvons certainement leur faire confiance à cet égard, et c'est ainsi pour la plupart des entreprises. La différence entre les géants du Web et les radiodiffuseurs canadiens licenciés est que ces derniers sont tenus d'offrir certains types de contenu canadien en raison de la nature de leur licence. D'après ce que je peux voir, le projet de loi C-11 vise principalement à assujettir les géants du Web à la réglementation canadienne de façon très souple — c'est du moins l'intention — pour qu'ils ne défendent pas seulement leurs propres intérêts.

Senator Quinn: Thank you for being here this evening.

I have a few short questions. It has been interesting to hear your different perspectives. You have brought forward information that has underscored some of the earlier things we have heard with respect to concerns with some areas of Bill C-11, user-generated content and the role of the CRTC.

First, should we not bring clarity to the act? My understanding is that the big guys, the streamers — outside of my field of expertise here — the big guys are in the act and the little guys, user-generated content folks, are out of the act. Shouldn't that be made clear in the act? Should there not be amendments to bring that particular aspect forward so that it's very clear, so that there is no chance that a regulatory body can have a different interpretation than what the government intends to do? I would like a response from both witnesses, please.

Mr. Armstrong: Right. Well, I think the intention of 4.1 and 4.2 of Bill C-11 is to basically eliminate user-generated content, except in exceptional circumstances, where the user-generated content or the entity that's providing the so-called user-generated content is, in fact, behaving like a web giant. So that was the intention of 4.1 and 4.2. And I don't think you are going to get anywhere trying to play more with that language. I think it's about as good as you can get. It's very confusing; that, I admit.

I think there are two options. One is to leave those two paragraphs in and accept that it will take a year or two to figure out exactly how to put them into effect, and the other possibility is to take the two of them out and leave the question to the discretion of the CRTC.

The CRTC has had the potential since 1991 to regulate online services. Bill C-11 gives them nothing new in terms of the power to regulate except certain tools. But it doesn't change materially the definition of broadcasting.

The CRTC could have entered into the regulation of online broadcasting years ago. It chose not to do so. It exempted online broadcasters. And this bill attempts to prod them in that direction. I think if they were given the opportunity — even if 4.1 and 4.2 were not present in the bill — that they are certainly not going to try and regulate user-generated content in the usual sense of the word.

Senator Quinn: Before you reply, can I have a supplementary for Mr. Armstrong. You have touched on the nub of the issue, I guess, from the perspective of a lot of people we have heard from that 4.2 in particular is confusing, direct income or whatever. If we don't clarify that and leave it in, then the fear is that the CRTC will have powers within their authority to bring in

Le sénateur Quinn : Merci d'être parmi nous ce soir.

J'ai quelques brèves questions. C'était intéressant d'entendre vos différents points de vue. Vous nous avez fourni des renseignements qui ont fait ressortir certaines des préoccupations que nous avons déjà entendues au sujet de certains aspects du projet de loi C-11, du contenu produit par les utilisateurs et du rôle du CRTC.

Premièrement, ne devrait-on pas clarifier la loi? D'après ce que je comprends, les gros bonnets, les diffuseurs — je suis en dehors de mon domaine d'expertise ici — les gros bonnets, donc, sont assujettis à la loi, tandis que les petits joueurs, ceux qui produisent du contenu d'utilisateur, en sont exclus. Est-ce que cela ne devrait pas être précisé dans la loi? Est-ce qu'il ne faudrait pas apporter des amendements pour que ce soit très clair, pour qu'un organisme de réglementation ne puisse pas interpréter autrement l'intention du gouvernement? J'aimerais avoir une réponse des deux témoins, s'il vous plaît.

M. Armstrong : D'accord. Eh bien, je pense que l'intention des articles 4.1 et 4.2 du projet de loi C-11 est essentiellement d'éliminer le contenu produit par les utilisateurs, sauf dans des circonstances exceptionnelles où ce contenu ou l'entité qui fournit du contenu soi-disant produit par les utilisateurs se comporte en fait comme un géant du Web. C'était donc l'intention des articles 4.1 et 4.2. Et je ne pense pas que vous puissiez faire grand-chose en intervenant davantage dans le libellé de ces dispositions. Je pense qu'on ne peut pas faire mieux. J'avoue que c'est très déroutant.

Je pense qu'il y a deux solutions. L'une consisterait à conserver ces deux dispositions et à accepter qu'il faudra un an ou deux pour déterminer exactement comment les mettre en œuvre, et l'autre serait de les supprimer et de laisser la question à la discrétion du CRTC.

Depuis 1991, le CRTC a la possibilité de réglementer les services en ligne. Le projet de loi C-11 n'ajoute rien à ce pouvoir, sauf certains outils. Mais cela ne change pas sensiblement la définition de la radiodiffusion.

Le CRTC aurait pu réglementer la radiodiffusion en ligne il y a des années. Il a choisi de ne pas le faire et d'exempter les radiodiffuseurs en ligne. Et ce projet de loi vise à pousser le Conseil dans ce sens. Je pense que, si on lui en donnait la possibilité — même si les paragraphes 4.1 et 4.2 n'étaient pas inscrits dans le projet de loi — il n'essaierait pas de réglementer le contenu généré par les utilisateurs, au sens traditionnel du terme.

Le sénateur Quinn : Avant que vous ne répondiez, puis-je poser une autre question à M. Armstrong? Je crois que vous avez touché le cœur du problème, selon de nombreuses personnes qui nous ont dit que le paragraphe 4.2 porte à confusion en ce qui concerne le revenu direct ou que sais-je encore. Si nous ne le rendons pas plus clair et le laissons tel quel, il est à craindre que

rules that may in fact cause the user-generated content providers to be touched by this.

Mr. Armstrong: But the CRTC has no interest to do that. In fact, subsection 9(4) of the existing Broadcasting Act gives them the power, tells them not to regulate where the regulation does not have a material effect or impact on the realization of the objectives of the act in section 3.

Senator Quinn: Thank you. I would like to jump to Mr. Menzies —

The Chair: Unfortunately, senator, we ran out of time and we even have a couple of senators on second round waiting. But the time is up. And I would like, on behalf of the committee, to thank Mr. Armstrong and Mr. Menzies for being before us and sharing with us your perspectives.

For our second panel, I'm pleased to welcome Stewart Reynolds, also known as Brittlestar, and Jennifer Valentyne, television host, producer and content creator, and Darcy Michael, content creator who is with us by video conference. Welcome. Thank you for joining us. Each of you will have a five-minute opening statement and then over to my colleagues for questions and answers.

Mr. Stewart Reynolds, you have the floor.

Stewart Reynolds, (Brittlestar), Digital Content Creator, as an individual: Thank you very much. I'm Stewart Reynolds, though I'm better known online as Brittlestar. I'm honoured to be asked to testify here today. I really am. I create and publish comedic videos on social media, which includes YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok and more.

I have been creating social media videos as a full-time job for the past nine years. I have been able to support a family of four thanks to social media. I have done all this from my home in Stratford, Ontario. That's pretty great, and I would like to continue doing so.

I need to make it really clear that I cannot speak to the benefits or drawbacks of Bill C-11 in regards to the Netflixes and Disney+'s of the world. Those streaming platforms are very different from social media platforms. I can't make a video in my garage and post it on Netflix. They are gated. They decide what is uploaded to their platforms. YouTube, TikTok and the like are not gated. They do not decide what is uploaded to their platform.

However, I can speak to the benefits and drawbacks in regards to digital first creators like myself. Forcing or attempting to force YouTube, TikTok or other platforms to prioritize Canadian

le CRTC soit en mesure d'adopter des règles risquant de viser les fournisseurs de contenu générés par les utilisateurs.

M. Armstrong : Mais le CRTC n'a aucun intérêt à le faire. En fait, le paragraphe 9(4) de l'actuelle Loi sur la radiodiffusion lui impose de ne pas réglementer si ce n'est pour n'avoir aucun effet important sur l'atteinte des objectifs énoncés à l'article 3 de la loi.

Le sénateur Quinn : Merci. Passons à M. Menzies...

Le président : Malheureusement, sénateur, nous manquons de temps, d'autant que quelques sénateurs attendent le second tour, et votre temps est écoulé. Au nom du comité, je souhaite remercier M. Armstrong et M. Menzies d'être venus nous faire part de leurs points de vue.

Pour notre second groupe de témoins, j'ai le plaisir d'accueillir Stewart Reynolds, aussi connu sous le nom de Brittlestar, et Jennifer Valentyne, animatrice, productrice et créatrice de contenu à la télévision, ainsi que Darcy Michael, créateur de contenu, qui se joint à nous par vidéoconférence. Soyez les bienvenus. Merci de votre participation. Vous disposerez chacun de cinq minutes pour faire une déclaration liminaire, après quoi mes collègues vous poseront des questions.

Monsieur Stewart Reynolds, vous avez la parole.

Stewart Reynolds, (Brittlestar), créateur de contenu numérique, à titre personnel : Merci beaucoup. Je m'appelle Stewart Reynolds, mais je suis mieux connu en ligne sous le nom de Brittlestar. Je suis honoré d'avoir été invité à témoigner ici aujourd'hui, oui, vraiment. Je crée et publie des vidéos humoristiques sur les médias sociaux, soit sur YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok et d'autres.

Je crée des vidéos à temps plein pour les médias sociaux depuis neuf ans. J'ai pu subvenir aux besoins d'une famille de quatre personnes grâce aux médias sociaux. J'ai fait tout cela depuis mon domicile à Stratford, en Ontario. C'est assez formidable, et j'aimerais pouvoir continuer.

Je tiens à préciser que je ne peux pas parler des avantages ou des inconvénients du projet de loi C-11 en ce qui concerne les Netflix et les Disney+ de ce monde. Ces plateformes de diffusion en continu sont très différentes de celles des médias sociaux. Je ne peux pas créer une vidéo dans mon garage et la publier sur Netflix. Il s'agit d'un service à accès réservé aux abonnés qui décide de ce qui est téléchargé sur sa plateforme. L'accès à YouTube, à TikTok et à des plateformes semblables n'est pas réservé aux abonnés. Ces plateformes ne décident pas de ce qui est téléchargé.

Cependant, je peux parler des avantages et des inconvénients pour les créateurs qui, comme moi, privilégient le numérique. Forcer ou tenter de forcer YouTube, TikTok ou d'autres

content may be well intentioned, but it is naive for two main reasons. First, forcing people to view content because it's Canadian does not encourage people to like that content. It is more likely, I feel, to breed negative perceptions of Canadian content from the user. If they know a video is being shown to them primarily because it's Canadian and not because it is what the user is searching for, it can make the video seem inferior regardless of whether it is or not. It's like going to a restaurant with corn content or corncon rules. Even though you order the Alberta sirloin, you receive a bowl of corn. Good, perhaps, but not what you wanted.

Second, the social media platforms are all foreign-owned. The Canadian offices are little more than satellite offices that operate at the command of the head offices outside of Canada.

I have been told by an employee at one of the social media platform's Canadian offices that when the spreadsheet plan comes from head office, Canada is last on the list. We're tiny. The notion of CanCon for radio, although colouring a lot of the artists with the same negative perceptions, was easier to implement because you were working with a radio station, for example, in Kingston, Ontario.

Bill C-11, in its current form in regard to digital-first creators like me, is like trying to force that radio station from Syracuse, New York, which you can hear in Kingston, to play more Canadian music. It's a nice idea, but the chances of it happening are slim.

Make no mistake, though: Thinking Canada's digital-first creators can thrive and maintain their Canadianness without any help is foolhardy. We live next door to a massively influential market. Of course, there are standouts that have succeeded, but there are many Canadian creators who don't have millions and millions of followers yet who can be adding to and growing this digital-first industry in Canada.

The key is to focus on making incidentally Canadian content — content that appeals to a broad audience but is evidently Canadian in location, detail or any way whatsoever. The goal should be creating content that is incidentally Canadian, exporting it to the world and bringing back that money into Canada.

Bill C-11 runs the very real risk of cutting us off from the world, making us big fish in a little pond when we should be focusing on just making great fish.

plateformes à prioriser le contenu canadien peut obéir à une bonne intention, mais c'est naïf pour deux raisons principales. Premièrement, forcer les gens à regarder du contenu parce qu'il est canadien n'encourage pas les gens à aimer ce contenu. Il est plus probable, à mon avis, de créer des perceptions négatives du contenu canadien chez les utilisateurs. Si les gens savent qu'une vidéo leur est montrée principalement parce qu'elle est canadienne et non parce que c'est ce qu'ils recherchent, cela peut donner l'impression que la vidéo est de qualité inférieure, que ce soit le cas ou pas. C'est comme aller dans un restaurant qui appliquerait des règles fixées par CornCon sur le contenu en maïs. Même si vous commandez un surlonge de l'Alberta, on vous servira un bol de maïs, qui sera peut-être bon, mais qui ne sera pas ce que vous voulez.

Deuxièmement, les plateformes de médias sociaux appartiennent toutes à des intérêts étrangers. Les bureaux canadiens ne sont guère plus que des bureaux satellites fonctionnant sous les ordres de sièges sociaux situés hors du Canada.

Voici ce que m'a dit un employé d'un des bureaux canadiens d'une plateforme de médias sociaux : le Canada est relégué en bas de la liste sur les tableurs du siège social. Nous sommes minuscules. La notion de contenu canadien pour la radio, même si elle confère la même image négative à de nombreux artistes, était plus facile à mettre en œuvre parce qu'on travaillait avec une station de radio, par exemple, à Kingston, en Ontario.

Dans sa forme actuelle, le projet de loi C-11 — en ce qui concerne les créateurs qui, comme moi, privilégient le numérique —, revient à essayer de contraindre la station radio de Syracuse, dans l'État de New York — que l'on peut capter à Kingston — à diffuser davantage de musique canadienne. C'est une bonne idée, mais les chances qu'elle se concrétise sont minces.

Il ne faut pas se leurrer : il est imprudent de penser que les créateurs du Canada qui privilégient le numérique peuvent prospérer et maintenir leur canadianité sans aucune aide. Nous vivons à côté d'un marché très influent. Bien sûr, certains se démarquent, mais de nombreux créateurs canadiens n'en sont pas encore à des millions et des millions d'abonnés en mesure de contribuer à la croissance de cette industrie axée sur le numérique au Canada.

L'essentiel est de se concentrer sur la création d'un contenu accessoirement canadien, c'est-à-dire sur un contenu qui s'adresse à un large public, mais qui est manifestement canadien par sa localisation, ses détails ou tout le reste. L'objectif devrait être de créer un contenu accessoirement canadien, de l'exporter dans le monde entier et de ramener cet argent au Canada.

Le projet de loi C-11 présente le risque très réel de nous couper du monde, de faire de nous de gros poissons dans un petit étang tandis que nous devrions nous concentrer sur la création de gros poissons.

I agree that Canada does offer a tremendous amount to the platforms in the form of creators and consumers. That has real value. However, instead of asking them to prioritize Canadian content, which I feel is futile at best and counterproductive at worst, why not have them invest in Canadian digital-first creators? When monetization becomes available on a platform, Canada is often not first in line. In 2016, I watched my peers in the U.S. and the U.K. evolve from one-person operations into full production houses with many employees when Facebook offered monetization for videos. I had similar view counts on my videos, but as I was in Canada, I was not eligible to be monetized, so I made zero dollars. Further, TikTok just announced today that they are monetizing creator videos but seemingly not in Canada, at least not yet.

Why not have the Canadian government work with the platforms to ensure Canadian digital-first creators have the same opportunities as the U.S., the U.K. and other countries? Why not have the social media platforms, instead of paying out fees to just traditional broadcasters, fund incentives, programs and support for Canadian digital-first creators, like helping francophone content creators find global audiences and ensuring important Canadian stories in any language can be told? Otherwise, we're leaving a potentially massive industry needlessly under-developed. It's like having a booth at a farmer's market, but it's hidden.

Canada is the best place in the world to create in. We have a quality of life that is far above many other countries. Let's work to make Canada a content-production powerhouse. Let's work to make the world want to watch Canadian content, not just because it's Canadian but because it's the best. For that reason, I feel it is in Canada's best interest to modify the existing Bill C-11.

Thank you.

The Chair: Thank you, sir. Ms. Valentyne, you have the floor.

Jennifer Valentyne, Television Host, Producer and Content Creator, as an individual: Good evening. I have worked in radio and television for most of my life. I began my career at MuchMusic when I was still in school for broadcasting and eventually moved over to a Toronto local morning show. I loved my job. I worked hard. I was there for 23 years, until I was told by a man that another job would be a good transition for a woman my age. It wasn't the first time that a man in a corner office mentioned my age in this business, and it wasn't the

Je suis d'accord pour dire que le Canada offre énormément aux plateformes en termes de créateurs et de consommateurs. Cela a une valeur réelle. Cependant, au lieu de leur demander d'accorder la priorité au contenu canadien, ce qui me semble futile au mieux et contre-productif au pire, pourquoi ne pas leur demander d'investir dans les créateurs canadiens qui privilégient le numérique? Quand la monétisation devient disponible sur une plateforme, le Canada n'est souvent pas le premier à en bénéficier. En 2016, quand Facebook a offert la monétisation des vidéos, j'ai vu mes vis-à-vis américains et britanniques passer d'une exploitation à une seule personne à des maisons de production comptant de nombreux employés. J'avais le même nombre de visionnements pour mes vidéos, mais comme j'étais au Canada, je n'étais pas admissible à la monétisation, alors je n'ai rien gagné. De plus, TikTok vient d'annoncer aujourd'hui qu'il monétise les vidéos des créateurs, mais apparemment pas au Canada, du moins pas encore.

Pourquoi le gouvernement canadien ne travaillerait-il pas avec les plateformes pour s'assurer que les créateurs canadiens de l'ère numérique bénéficient des mêmes possibilités que ceux des États-Unis, du Royaume-Uni et d'autres pays? Pourquoi, au lieu de verser des droits aux seuls diffuseurs traditionnels, ne pas demander aux plateformes de médias sociaux de financer des mesures incitatives, des programmes et un soutien aux créateurs canadiens du numérique, par exemple en aidant les créateurs de contenu francophone à trouver un public mondial et en veillant à ce que les histoires canadiennes importantes puissent être racontées dans toutes les langues? Sinon, nous permettons à une industrie potentiellement massive de rester inutilement sous-développée. C'est comme avoir un kiosque caché dans un marché agricole.

Le Canada est le meilleur endroit au monde où créer. Notre qualité de vie est de loin supérieure à celle de nombreux autres pays. Travaillons à faire du Canada un moteur de production de contenu. Travaillons à faire en sorte que le monde veuille regarder du contenu canadien, non seulement parce que c'est canadien, mais parce que c'est le meilleur. Pour cette raison, j'estime qu'il est dans l'intérêt du Canada de modifier le projet de loi C-11.

Merci.

Le président : Merci, monsieur. Madame Valentyne, vous avez la parole.

Jennifer Valentyne, animatrice de télévision, productrice et créatrice de contenu à titre personnel : Bonsoir. J'ai travaillé à la radio et à la télévision pendant la plus grande partie de ma vie. J'ai commencé ma carrière à MuchMusic alors que j'étais encore à l'école de radiodiffusion et j'ai fini par passer à une émission matinale locale à Toronto. J'adorais mon travail. J'ai travaillé fort. J'ai été là pendant 23 ans, jusqu'à ce qu'un homme me dise que ce serait une bonne idée pour une femme de mon âge de faire la transition vers un autre emploi. Ce n'était pas la

last. It's a tale as old as time: A woman gets pushed out because she is almost past her expiry date, with so much more to contribute.

That morning show erased every one of my video segments from their website and social platforms, as though I never existed. Those videos were about highlighting the community, not me — the community stories that legacy media and this legislation claim to care so much about.

It's a cruel business, and if this happened years ago, people would have said, "Remember Jennifer Valentyne? I wonder what happened to her?" But it's a new world that is moving forward. The news of my firing was announced on the morning of April Fool's — no joke — not on the television station I had dedicated half my life to but by a small post on social media that read, "We have cancelled the Live Eye segment to focus more on what the public wants: News and information."

It's no surprise that the public didn't like being told what they wanted and what they didn't want. They voiced their opinions. That Facebook post was shared thousands of times, and thousands of comments came in from all over the world. The post went viral, and they erased it, hoping it would go away.

I then created my own post on my own Facebook, and an amazing thing happened: That post went viral and users followed. I spent countless hours answering people's comments and words of support. Women told me about their own stories of ageism, and within a few weeks, my numbers went up by 30,000.

Facebook saved me, like so many others. Social platforms are where people relate to one another, and during the pandemic, people across the world related to each other. Throughout my time in broadcasting, I was often approached by journalism students who would say they wanted to do what I was doing on TV and asked for advice. I told them to apply for broadcasting jobs but get on YouTube. Be in control of your own destiny. Don't let executives tell you that you are not good enough, smart enough or talented enough. If your content is good, people will follow you.

So after I found myself at 48 without a job, I took my own advice. I started producing my own content that I posted myself, and no one could erase it except for me. It felt good, and people followed. People engaged, shared, "liked" and saved. That's what boosted my content even more: the algorithm. My content was now reaching an audience that was interested in what I was

première fois qu'un homme dans un bureau du coin mentionnait mon âge dans ce métier, et ça n'allait pas être la dernière. Cette histoire est vieille comme le monde : une femme est mise de côté parce qu'elle a presque dépassé sa date d'expiration, même si elle peut encore beaucoup contribuer.

L'émission du matin a effacé tous mes segments vidéo de son site Web et de ses plateformes sociales, comme si je n'avais jamais existé. Or, ces vidéos visaient à mettre en valeur la collectivité, pas moi, par le biais de récits communautaires dont les médias traditionnels et le projet de loi prétendent se soucier tant.

J'ai évolué dans un milieu implacable, et si cela s'était produit il y a des années, les gens auraient dit : « Vous vous souvenez de Jennifer Valentyne? Je me demande ce qui lui est arrivé. » Mais un nouveau monde est en train de naître. La nouvelle de mon congédiement a été annoncée le matin du 1^{er} avril — sans blague — non pas sur la station de télévision à laquelle j'avais consacré la moitié de ma vie, mais par un court message dans les médias sociaux disant : « Nous avons annulé le segment Live Eye pour nous concentrer davantage sur ce que le public recherche : des nouvelles et de l'information. »

Il n'est pas surprenant que le public n'ait pas aimé qu'on lui dise ce qu'il voulait et ce qu'il ne voulait pas. Il a exprimé son opinion. Cette publication sur Facebook a été partagée des milliers de fois, et des milliers de commentaires sont venus du monde entier. Le message est devenu viral, avant d'être effacé dans l'espoir qu'il tombe dans l'oubli.

J'ai ensuite créé ma propre publication sur mon compte Facebook, et une chose incroyable s'est produite : cette publication est devenue virale et les utilisateurs l'ont suivie. J'ai passé d'innombrables heures à répondre aux commentaires et aux mots de soutien des gens. Les femmes m'ont raconté leurs propres histoires d'âgeisme, et en quelques semaines, mes chiffres ont augmenté de 30 000.

Facebook m'a sauvé, comme tant d'autres. Les plateformes sociales permettent aux gens de nouer des liens, et c'est ce que des gens de partout dans le monde ont fait durant la pandémie. Tout au long de ma carrière en radiodiffusion, j'ai souvent été approchée par des étudiants en journalisme qui disaient vouloir faire ce que je faisais à la télévision et qui me demandaient conseil. Je leur ai dit de poser leur candidature à des emplois en radiodiffusion, mais d'aller sur YouTube. Soyez maître de votre destin. Ne laissez pas des dirigeants vous dire que vous n'êtes pas assez bons, assez intelligents ou assez talentueux. Si votre contenu est bon, les gens vous suivront.

Donc, après m'être retrouvée sans emploi à 48 ans, j'ai suivi mon propre conseil. J'ai commencé à produire mon propre contenu que je publiais moi-même, et personne ne pouvait l'effacer, sauf moi. Ça m'a fait du bien, et les gens ont suivi mes publications. Ils se sont mobilisés; ils ont partagé, laissé des pouces et enregistré mes publications. C'est ce qui a stimulé

producing. I would eventually work at another TV station and find myself in one of the worst toxic environments you could imagine. It was a situation that four other women came forward to expose.

I have recently been very vocal about gender discrimination in the workplace, especially in broadcasting, and I'm not alone. Many other women are starting to speak out and tell their stories. Recently, Lisa LaFlamme took to Twitter to announce that she was let go at 58 — another woman with so much more to contribute. The hashtags #keepthegrey and #greysisbeautiful went viral across the world.

So where will women turn to make a living when they age out of legacy media, according to men? They'll go to social platforms where there are no such barriers based on age and gender.

But now creators like me will once again face an uphill battle to survive or thrive to our potential, even if only as an unintended consequence, all in an attempt to once again lift up legacy media, which spend less on local stories and more and more on syndicated foreign content, syndicated news and sports.

The government is hoping Bill C-11 will save legacy media, saying that they want to make it a level playing field for everyone. But in doing so, they will hurt thousands of content creators across our country who will lose everything they have worked so hard to build if user-generated content and algorithm manipulation is left out of this bill.

In broadcasting, an executive holds a magic wand and decides who the winners are, how much they get paid and how they are treated. For example, it would have taken me 10 years to make what my male radio co-hosts made in just one year. Now the baton is being passed to the CRTC to decide who wins and who loses on the internet, instead of the users, the Canadian people, holding their own wands and deciding what content they want to watch.

Why are we going backward? I'm asking for myself and every other content creator and user to please change section 4.2 and write it in a way that leaves no doubt that user-generated content is exempt from this legislation. Thank you.

The Chair: Thank you, Ms. Valentyne. I will now turn the floor over to Mr. Michael. You have the floor, sir.

encore plus mon contenu : les fameux algorithmes. Mon contenu atteignait maintenant un public intéressé par ce que je produisais. J'ai fini par travailler à une autre chaîne de télévision et je me suis retrouvée dans l'un des pires environnements toxiques que l'on puisse imaginer. C'est une situation que quatre autres femmes ont dénoncée.

Récemment, j'ai beaucoup parlé de la discrimination fondée sur le sexe en milieu de travail, surtout dans le milieu de la radiodiffusion, et je ne suis pas la seule. Beaucoup d'autres femmes commencent à parler et à raconter leur histoire. Récemment, Lisa LaFlamme est allée sur Twitter pour annoncer qu'elle avait été congédiée à 58 ans — il s'agit d'une autre femme qui a tellement plus à offrir. Les mots-clés #keepthegrey et #greysisbeautiful sont devenus viraux dans le monde entier.

Alors, vers qui les femmes se tourneront-elles pour gagner leur vie quand les hommes leur diront qu'elles sont trop âgées pour travailler dans les médias traditionnels? Elles iront sur des plateformes sociales où il n'y a pas de tels obstacles fondés sur l'âge et le sexe.

Toutefois, les créatrices comme moi devront à nouveau mener une bataille difficile pour survivre ou atteindre leur plein potentiel, même si ce n'est qu'une conséquence involontaire, tout cela pour tenter de relever une fois de plus les médias traditionnels, qui dépensent moins pour les émissions locales et de plus en plus pour du contenu syndiqué étranger, ainsi que des nouvelles et des sports syndiqués.

Le gouvernement espère que le projet de loi C-11 sauvera les médias traditionnels en disant qu'il veut que tout le monde soit sur un pied d'égalité. Mais ce faisant, il nuira à des milliers de créateurs de contenu de partout au pays qui perdront tout ce qu'ils ont travaillé si dur à bâtir si le contenu généré par les utilisateurs et la manipulation des algorithmes ne sont pas mentionnés par ce projet de loi.

Dans le domaine de la radiodiffusion, les dirigeants brandissent leur baguette magique pour déterminer qui seront les gagnants, combien ils seront payés et comment ils seront traités. Par exemple, il m'aurait fallu 10 ans pour atteindre ce que mes coanimateurs masculins ont atteint en une année seulement. Et maintenant, on passe le flambeau au CRTC pour décider qui seront les gagnants et qui seront les perdants dans Internet. Cette décision revient aux utilisateurs, les Canadiens, qui possèdent leurs propres baguettes magiques pour décider du contenu qu'ils veulent regarder.

Pourquoi retournons-nous en arrière? Je vous demande, en mon nom et au nom de tous les autres créateurs et utilisateurs de contenu, de modifier l'article 4.2 en le rédigeant d'une façon qui ne laisse aucun doute que le contenu produit par les utilisateurs n'est pas régi par cette loi. Merci.

Le président : Merci, madame Valentyne. Je cède maintenant la parole à M. Michael. À vous la parole, monsieur.

Darcy Michael, Content Creator, as an individual: Thank you for taking the time today to hear me. To be honest, I'm tempted to save all of our time and just say "ditto" to Stewart and Jennifer's testimony.

For 16 years, I have been a Canadian comedian and actor. I have had many traditional successes in both film and television in Canada, with 10 televised galas at Just for Laughs, I starred on CTV's sitcom "Spun Out" for two years, and I have my own one-hour stand-up streaming special on Crave called "Darcy Michael Goes to Church." It's highly recommended viewing.

After our sitcom "Spun Out" ended production, I spent four years developing and writing my own sitcom with Bell Media, only to be told at the end of four years that they didn't think there was an appetite for it. And yes, I'm foreshadowing.

In Canada, when one television network says no, there are really only two other gatekeepers left to talk to. After all three networks declined to make the show, I was told to try getting it made in the United States first and then come back. Something we love to do with artists in this country is to send them elsewhere to find success only so we can lay claim to them later.

When COVID hit, filming and the stand-up industry rightfully shut down. As comedy, for some unknown reason, is not recognized as an art form in Canada — unlike musicians, dancers, writers — comedians are not eligible for grants, which meant the pandemic left no option to help me or my family. So I pivoted. I decided to take the concept of my sitcom to digital platforms like TikTok, partly to entertain myself during those dark days of the pandemic but also because I wanted to prove the concept of the show. It was not in hopes of the networks changing their minds but because I'm bitter and I wanted to prove them wrong — and I did.

Fast-forward to two years later, across all platforms, I have over 3 million followers online. Our TikTok channel alone averages 30 to 60 million views per month. For the first time in my career, I'm finally reaching Canadian households that I could have only dreamed about before. Not only that, I own 100% of my content, and I'm in 100% creative control. With platforms like YouTube and TikTok, artists can be in control of their creations and their businesses.

Becoming a content creator online has single-handedly been the best decision I've ever made. At the end of the day, user-generated content is democracy at work. If something

M. Darcy Michael, créateur de contenu, à titre personnel : Merci de me consacrer de votre temps aujourd'hui. Je vous dirai honnêtement que je suis tenté de gagner du temps en répondant tout simplement « c'est ce que j'allais dire » aux témoignages de M. Reynolds et de Mme Valentyne.

Depuis 16 ans, je suis un humoriste et un acteur canadien. J'ai eu beaucoup de succès auprès des diffuseurs traditionnels du cinéma et de la télévision au Canada. J'ai participé à 10 galas télévisés de l'émission *Juste pour rire*, j'ai joué pendant deux ans dans la comédie de CTV *Spun Out* et j'anime ma propre émission spéciale d'une heure de monologues comiques sur Crave, qui s'intitule *Darcy Michael Goes to Church* et dont le visionnement est fortement recommandé.

Lorsque la production de notre comédie *Spun Out* a pris fin, j'ai passé quatre ans à concevoir et à rédiger ma propre comédie de situation pour Bell Média. Au bout de ces quatre ans, les dirigeants m'ont annoncé qu'ils ne pensaient pas que ce contenu plairait au public. Eh oui, j'étais en avance sur mon temps.

Au Canada, lorsqu'un réseau de télévision refuse une émission, nous n'en avons plus que deux autres auxquels la proposer. Lorsque les trois réseaux ont refusé mon émission, on m'a dit d'essayer de la diffuser d'abord aux États-Unis, puis de revenir au pays. Les réseaux de notre pays aiment envoyer les artistes trouver le succès ailleurs pour ensuite clamer fièrement qu'ils sont canadiens.

Lorsque la COVID-19 a frappé, le tournage et l'industrie du stand-up ont cessé de produire, à juste titre. Comme, pour une raison inconnue, l'humour n'est pas reconnu comme une forme d'art au Canada — contrairement à celle des musiciens, des danseurs et des écrivains —, les humoristes ne sont pas admissibles à des subventions. La pandémie ne m'a donc laissé aucune manière de me soutenir et de soutenir ma famille. Alors je me suis tourné ailleurs. J'ai décidé de diffuser ma comédie de situation sur des plateformes numériques comme TikTok, en partie pour me divertir pendant les jours sombres de la pandémie, mais aussi parce que je voulais prouver que le concept de mon émission intéressait le public. Je ne faisais pas cela en espérant que les réseaux changeraient d'idée, mais parce que j'étais amer et que je voulais leur prouver qu'ils avaient tort — et j'ai réussi.

Deux ans plus tard, j'ai plus de 3 millions d'abonnés en ligne sur toutes les plateformes. À lui seul, notre canal TikTok affiche en moyenne de 30 à 60 millions de visionnements par mois. Pour la première fois de ma carrière, je rejoins des types de ménages canadiens dont je ne pouvais que rêver. De plus, je suis propriétaire à 100 % de mon contenu et entièrement maître de mes créations. Grâce à des plateformes comme YouTube et TikTok, les artistes ont leurs créations et leurs entreprises bien en main.

Cette décision de devenir un créateur de contenu en ligne a été la meilleure décision de ma vie. En fin de compte, le contenu produit par les utilisateurs illustre la démocratie à

becomes successful online, it's because that's what the audience wanted. I strongly feel that the decision for what is pushed online should remain in the hands of the audience. Although I understand that the CRTC may not change the algorithm, I think it's pretty clear that that is currently open for interpretation, and I believe my business deserves legislative protection.

I'm speaking to you today as a proud, queer digital creator with content that celebrates conversations around mental health, body positivity and human rights. These are all the things I tried to do with traditional networks, but three gatekeepers didn't think there was an appetite for it. Three million people disagreed with them. I have a career today in spite of the industry.

All this said, I actually do support most of Bill C-11. As an actor, I believe streaming giants should have to contribute more to Canadian culture. I just don't believe Bill C-11 is the answer for the social media component. Thanks so much for your time.

The Chair: Thank you to all three of you for very compelling testimony. My question to launch this off is for Ms. Valentyne.

As a former television and radio personality who has found resounding success in the digital world — and I've been following you the last little while on social media — you're quite an inspiration, I have to say, particularly given how you were sort of forced to this transformation. It wasn't something you were looking for; it was forced upon you. You took a terrible situation and turned it into a great success. As a woman, I'd like to have your perspective on this because the government professes that this bill protects people like yourself and so on and so forth. I'd like to get your point of view. Do you feel that you need protection in this legislation? Do you need the government to interfere in order to protect the success you've managed to reach?

My other question is with regard to this intervention and this bill. Is it something that will help you continue in terms of your success? What obstacles are you afraid of? At the end of the day, individual content producers are worried that this bill is launching obstacles in your way. Can you elaborate on some of those?

Ms. Valentyne: The one thing I've heard from most of the content creators who have spoken is that they're losing sleep. And they're not alone; I'm losing sleep as well. We're all worried that if algorithms are manipulated, our content won't hit the right audience. I'm also hearing from the Senate that they want to know how the algorithms work. I just don't understand why they can't figure that out before they pass a bill that will change everything for Canadians — not only for the content creators but the users as well.

l'œuvre. Quand un contenu réussit en ligne, c'est que le public le voulait. Je crois fermement que le choix de ce que l'on affiche en ligne devrait être confié uniquement à l'auditoire. Même si, à ce que je comprends, le CRTC n'aura pas le pouvoir de modifier un algorithme, cet article me semble assez vague, et je crois que mon entreprise mérite une protection législative.

Je m'adresse à vous aujourd'hui à titre de fier créateur gai dont le contenu numérique célèbre les conversations sur la santé mentale, sur la positivité du corps et sur les droits de la personne. J'ai essayé de traiter tous ces enjeux sur les réseaux traditionnels, mais trois gardiens de réseau pensaient qu'ils n'intéresseraient pas le public. Trois millions de personnes leur ont donné tort. Ma carrière se poursuit en dépit de l'industrie.

Cela dit, j'appuie la plupart des dispositions du projet de loi C-11. À titre d'acteur, je trouve que les géants de la diffusion en continu devraient contribuer davantage à la culture canadienne. Cependant, je ne trouve pas que le projet de loi C-11 règle le problème des médias sociaux. Merci beaucoup pour votre temps.

Le président : Merci à tous trois pour vos témoignages très convaincants. Ma première question s'adresse à Mme Valentyne.

Après avoir quitté la télévision et la radio pour remporter un succès retentissant dans le monde numérique — je vous ai suivie dans les médias sociaux —, je dois dire que vous nous inspirez profondément, d'autant plus que l'on vous a en quelque sorte forcée à faire ce virage. Vous ne cherchiez pas à le faire, il vous a été imposé. Vous avez transformé une situation désastreuse en un grand succès. J'aimerais avoir votre point de vue de femme à ce sujet, puisque le gouvernement prétend que ce projet de loi protège les gens comme vous et d'autres artistes. Expliquez-nous votre point de vue. Pensez-vous que vous avez besoin de la protection de ce projet de loi? Avez-vous besoin que le gouvernement intervienne pour protéger le succès que vous avez réussi à atteindre?

Mon autre question concerne cette intervention et ce projet de loi. Contribueront-ils à soutenir votre réussite? Quels obstacles craignez-vous? Les producteurs de contenu craignent que ce projet de loi ne leur mette des bâtons dans les roues. Pouvez-vous nous dire ce que vous en pensez?

Mme Valentyne : La plupart des créateurs de contenu m'ont dit qu'ils en perdent le sommeil. Ils ne sont pas seuls. Moi aussi, j'en perds le sommeil. Nous craignons tous que si les algorithmes se font manipuler, notre contenu n'atteigne plus les bons publics. Le Sénat nous dit aussi qu'il voudrait savoir comment les algorithmes fonctionnent. Je ne comprends pas pourquoi les politiciens n'ont pas cherché à le savoir avant d'adopter ce projet de loi qui bouleversera la vie des créateurs de contenu et des utilisateurs canadiens.

The algorithm seems to be working amazingly. I'm not a huge content creator. I don't have millions and millions of followers, so I think I am a smaller content creator who was able to generate some sort of income to make a living, to pay my bills, to pay my mortgage. It's amazing that we can do this in Canada.

Years ago, we'd have to go to the United States to be successful, and now we don't. We can live in the country that we love. You can stay in Stratford, Ontario, have your computer and do your digital content and take care of your family. Isn't that what we want? We don't want to leave Canada. We love Canada. At the same time, we're promoting Canada across the whole entire world. We have a worldwide platform, which could potentially mean more money, and that is great for everyone.

I'm just afraid that it will push down content creators — myself — push down my content and that of so many others. Right now I feel that the algorithm gets to the audience that you want to get to, whether it's here in Canada or whether it's across the pond.

The Chair: My next question is for Mr. Michael. You made a case about how successful you've been in your business and your concerns about this bill, but you said there are parts of the bill you do support. My question is a very simple and succinct one. What do you propose as amendments? I know you're not necessarily a legislator, but what parts of the bill do you think are the most fixable to make it palatable in order to achieve some of the things the government wants to achieve without destroying this generated content industry, which is clearly growing in spades?

Mr. Michael: I appreciate the question. With all due respect, I think it's important to know that I am not the smartest person in this room, so I don't have the answers to all of that. I genuinely believe that, right now, this bill is trying to mix two industries that shouldn't be mixed. When we are looking at entertainment on streaming platforms like Netflix, Disney, Apple, I absolutely believe that they should be held to the same accountability as CTV, CBC, Global. When it comes to social media, I genuinely don't think they should be involved in the bill, if I can be as simple as that.

The Chair: Anybody else want to weigh in on that, or do we move on?

Mr. Reynolds: I completely agree with Mr. Michael. They're oil and water. They're totally different, absolutely different.

Les algorithmes actuels semblent fonctionner de façon étonnante. Je ne crée pas énormément de contenu. Je n'ai pas des millions et des millions d'abonnés, alors je crois que je suis une petite créatrice de contenu. J'ai réussi à générer un différent type de revenu pour gagner ma vie, pour payer mes factures, pour payer mon hypothèque. C'est incroyable que nous puissions faire cela au Canada.

Il y a des années, nous devions nous installer aux États-Unis pour réussir, mais ce n'est plus le cas aujourd'hui. Nous pouvons vivre dans le pays que nous aimons. Je peux rester à Stratford, en Ontario, pour créer mon contenu numérique tout en prenant soin de ma famille. N'est-ce pas ce que nous désirons? Nous ne voulons pas quitter le Canada. Nous aimons le Canada. En même temps, nous faisons la promotion du Canada dans le monde entier. Nous avons une plateforme mondiale qui peut générer plus de recettes, et cela avantage tout le monde.

J'ai peur que cette loi ne renverse les créateurs de contenu, qu'il démolisse mes contenus et ceux de tant d'autres. À l'heure actuelle, j'ai l'impression que les algorithmes rejoignent l'auditoire auquel je désire m'adresser, au Canada comme de l'autre côté de l'Atlantique.

Le président : Ma prochaine question s'adresse à M. Michael. Vous avez parlé du succès de votre entreprise et des inquiétudes que ce projet de loi vous cause, mais vous avez ajouté que vous en appuyez certaines sections. Ma question est très simple et succincte. Quels amendements proposez-vous? Je sais, vous n'êtes pas législateur, mais quelles sont les parties du projet de loi qui, selon vous, seraient les plus faciles à amender pour le rendre acceptable, tout en réalisant certains objectifs du gouvernement? Comment l'amender sans détruire cette industrie de production de contenu, qui est clairement en pleine croissance?

M. Michael : Je vous remercie pour cette question. Avec tout le respect que je vous dois, je pense qu'il est important de reconnaître que je ne suis pas la personne la plus brillante dans la salle, alors je ne peux pas vraiment vous donner toutes ces réponses. En fait, je crois que ce projet de loi essaie d'associer deux industries que l'on ne devrait pas mélanger. Du côté du divertissement, je crois fermement que les plateformes de diffusion en continu comme Netflix, Disney, Apple, devraient rendre des comptes au même titre que CTV, CBC et Global. Quant aux médias sociaux, je ne crois vraiment pas qu'ils devraient être visés par ce projet de loi. J'espère que ma réponse n'est pas trop simpliste.

Le président : Est-ce que quelqu'un d'autre voudrait intervenir à ce sujet, ou pouvons-nous passer à autre chose?

M. Reynolds : Je suis tout à fait d'accord avec M. Michael. Ce projet de loi essaie de mélanger de l'huile à de l'eau. Ces deux industries sont entièrement différentes, elles sont tout à fait différentes.

The Chair: Thank you.

Senator Wallin: I think you summed it up really well there, Darcy Michael. We are trying to put two very different creatures together. As we've tried to argue over time here, the internet is not a television network, and so it needs a different process.

All of you have asked, in one way or another, why does everybody want us to be big fish in small ponds? Our content is great. People seek us out and find us, and the algorithm rewards that. And you are Canadian. That fact is kind of an incidental bonus, not key to your actual talent. The talent stands alone. And, Darcy, success is what the audience tells you it is by responding to you.

From each of you, can we hear some thoughts on why you think, in 2022, governments want to constrain this, control this, restrict you, make you into those big fish in small ponds? Mr. Reynolds, why don't you begin?

Mr. Reynolds: I think the intention of the bill — at least to give it the benefit of the doubt — is to make sure that Canadian culture isn't steamrolled by American culture. As Mr. Menzies said earlier, we're at the mercy and the whim of American culture. It's a huge market next door that we can't ignore. Protecting Canadian culture is smart, but forcing it down people's throats is not smart. There's no need to do that. It's good enough on its own. We should be investing in it. We should be trying to create the best content we can. That may mean helping content creators to create more things. Not just myself but many other content creators could use the help to sort of get Canada out into the world.

You mentioned that incidental Canadian aspect of the content. If I'm filming something in Vancouver or Toronto or Banff or in Dawson City or somewhere, I'm showing Canada to the world. That becomes very appealing. That has many uses and benefits for Canada. Of course, as Jennifer said as well, I get to bring money back into Canada, which turns into tax dollars, which is not a bad thing.

Senator Wallin: Jennifer, I starred in the movie before you did, an earlier version. Why don't you tell me a little bit about your relationship with the audience and why you think it's actually a relationship that's more real and more genuine than what you often get on a television screen?

Ms. Valentyne: I think every content creator would agree that the content comes first, the creation comes first and money comes second. That's why these creations are doing so well all over the world. It is because it's a passion. The money is a bonus.

Le président : Merci.

La sénatrice Wallin : Je pense que vous avez très bien résumé la situation, monsieur Michael. Nous essayons de marier deux créatures complètement différentes. Comme nous le soulignons depuis très longtemps, Internet n'est pas un réseau de télévision. Il faut donc lui appliquer un processus différent.

Vous avez tous demandé, sous une forme ou une autre, pourquoi tout le monde veut que nous soyons de gros poissons dans de petits étangs. Notre contenu est excellent. Les gens nous cherchent et nous trouvent grâce aux algorithmes. De plus, vous êtes Canadiens, ce qui est en quelque sorte un avantage auxiliaire, car votre talent réel n'en dépend pas. Votre talent est unique. Et puis, monsieur Michael, la seule mesure de votre succès est la réponse que vous recevez de votre public.

Est-ce que vous pourriez chacun nous dire pourquoi, à votre avis, en 2022, les gouvernements veulent limiter ceci, contrôler cela, vous restreindre, endiguer ces gros poissons dans de petits étangs? Monsieur Reynolds, voulez-vous commencer?

M. Reynolds : Je pense que l'intention du projet de loi — j'essaie de lui donner le bénéfice du doute — est d'éviter que la culture canadienne ne se laisse écraser par la culture américaine. Comme M. Menzies l'a dit tout à l'heure, nous sommes à la merci des caprices de la culture américaine, qui est un énorme marché voisin que nous ne pouvons pas ignorer. Il est sage de protéger la culture canadienne, mais il n'est pas sage d'en gaver le public comme une oie. Ce n'est pas nécessaire, car cette culture est de grande qualité. Nous devrions y investir. Nous devrions essayer de créer le meilleur contenu possible. Nous devrions peut-être aider les créateurs de contenu à en produire plus. Je ne suis pas seul à le demander, de nombreux autres créateurs de contenu auraient besoin d'aide pour promouvoir la culture canadienne dans le monde.

Vous avez parlé de l'avantage auxiliaire du contenu canadien. Si je filme quelque chose à Vancouver, à Toronto, à Banff, à Dawson City ou ailleurs, je montre le Canada au monde entier. Cela attire les gens et crée de nombreux avantages pour le Canada. Bien sûr, comme Mme Valentyne l'a dit aussi, je peux ramener au Canada de l'argent qui se transformera en versements fiscaux, ce qui n'est pas une mauvaise chose.

La sénatrice Wallin : Madame Valentyne, j'ai joué dans une version antérieure de votre film. Pourriez-vous me parler un peu de votre relation avec l'auditoire et me dire pourquoi vous pensez qu'il s'agit d'une relation plus réelle et plus authentique que ce que l'on regarde à la télévision?

Mme Valentyne : Je crois que tous les créateurs de contenu répondraient que pour eux, le contenu et la création passent en premier et que l'argent est secondaire. C'est pourquoi ces créations ont tant de succès partout dans le monde. Elles naissent de la passion. L'argent n'est qu'un avantage auxiliaire.

Isn't it amazing that the term "starving artist" may disappear? Our kids' kids may never know that term. There are so many artists in Canada that are now able to make a living. I'm not everybody's cup of tea. When you have a bigger audience, your content will reach the audience that cares about your content.

There are so many examples, but one example that I think is great is Lee Howard. He does horror art. There's a very small market for horror art. He does teddy bears where he sort of mutilates them and puts vampire teeth. He's so creative. He draws and he produces movies. Now that he has been on TikTok, I think one of his TikToks has 1 million followers and the other has 2.7 million. I don't even know about his YouTube or Facebook, but now he's able to support his family. He's able to sell all across the world through his TikTok. So this is a Canadian success story.

Isn't this amazing that there are only so many television jobs? I'm never going to get another one. I've aged out. You never know. But I think this is a wonderful thing for Canada. There are so many stories. I could tell you a million.

Senator Wallin: I want to give Darcy a chance so he doesn't get to just say, "ditto." I want you to talk a bit about the comedy side too, because you do not benefit from the production funds in the same way. This really is an important outlet for you.

Mr. Michael: Absolutely, yes. I don't have the benefit of being able to apply for any of the funding or the grant programs with the Canada Council for the Arts. That's a meeting we should have another day. But we've always had to work creatively within the confines of the industry.

Now in January, my husband left his six-figure job to work for me full time. We were able to pay off my daughter's student loan, so she's now out in the workforce debt-free because of our success online.

I like to use the anecdote, my first special for Comedy Network was 13 years ago, I was paid \$2,000 one time. It is still aired almost weekly to this day. Now I'm billing in 15-second intervals because of the success.

Senator Wallin: Thank you all very much.

Senator Simons: I'm going to start with Mr. Reynolds. You and I had the chance to speak in a smaller group setting where you explained your business model to me. I found it interesting and I think others might too. Could you explain how exactly you monetize your videos, and what the importance of your international markets is to your overall business plan?

N'est-il pas incroyable que l'expression « artiste fauché » risque de disparaître? Les enfants de nos enfants ne l'entendront peut-être jamais. Il y a tellement d'artistes au Canada qui sont maintenant capables de gagner leur vie. Tout le monde ne raffole pas de mon contenu. Si mon public est plus vaste, mes créations atteindront les gens qui les apprécient.

Je pourrais citer de nombreux exemples, mais j'en trouve un qui est excellent, et c'est Lee Howard. Il se consacre à la mise en art de l'horreur. Son marché est très restreint. Il crée des ours en peluche mutilés qui ont des dents de vampire. Sa créativité est incroyable. Il dessine et il produit des films. Maintenant qu'il est sur TikTok, je crois qu'il a 1 million d'abonnés à un canal et 2,7 millions à l'autre. Je ne sais même pas ce qu'il fait dans YouTube et Facebook, mais il est maintenant en mesure de subvenir aux besoins de sa famille. Il peut vendre ses créations partout dans le monde grâce à TikTok. Voilà une belle réussite canadienne.

N'est-il pas étonnant que le nombre d'emplois dans le secteur de la télévision soit si limité? On ne m'en offrira jamais d'autres. J'ai vieilli, mais on ne sait jamais. Je trouve que ce nouveau domaine est merveilleux pour le Canada. Il y a tellement de réussites. Je pourrais vous en citer un million.

La sénatrice Wallin : Je vais m'adresser à M. Michael pour qu'il ne dise pas « c'est ce que j'allais dire ». Je voudrais que vous nous parliez un peu du point de vue des humoristes. Vous ne bénéficiez pas des mêmes fonds de production. C'est vraiment un débouché important pour vous.

M. Michael : Oui, c'est sûr. Je n'ai pas l'avantage de présenter une demande de financement ou de subvention au Conseil des arts du Canada. Il serait bon de consacrer une séance pour en discuter. Nous avons toujours dû faire preuve de créativité dans notre industrie.

En janvier, mon mari a quitté son emploi à six chiffres pour travailler à temps plein pour moi. Nous avons pu rembourser le prêt d'études de ma fille. Elle est maintenant sur le marché du travail sans dettes grâce à notre réussite en ligne.

J'aime souligner que ma première émission spéciale pour Comedy Network remonte à 13 ans. Le réseau m'avait payé 2 000 \$ pour la faire. Il la diffuse encore presque chaque semaine. Maintenant, grâce à ce succès, je facture à intervalles de 15 secondes.

La sénatrice Wallin : Merci beaucoup à tous.

La sénatrice Simons : Je vais commencer par M. Reynolds. Vous et moi avons participé à une conversation en petit groupe, et vous m'avez expliqué votre modèle d'affaires. Je l'ai trouvé intéressant, et je pense que d'autres s'y intéresseraient aussi. Pourriez-vous nous expliquer comment vous monétisez vos vidéos et quelle est l'importance de vos marchés internationaux pour votre plan d'affaires global?

Mr. Reynolds: Sure. There are a couple of ways I monetize what I'm doing. The basic way of monetizing through YouTube or Twitter means that when ads play before or during my videos, I get a cut of that ad revenue. That's a small part of our revenue.

A larger part of our revenue is for branded content, and that's where brands come to us and say that we would like you to create some content, would you like to include our brand? They pay us a fee for that content.

Finally, there's an offshoot of that, which is merchandise and stuff, the other half of what we do, which is based on people who follow and enjoy the content I create. And then that is used as a pedestal for the merchandise that the people can be aware of it and buy it and help support us.

I think I mentioned earlier to you in our other meeting that up until fairly recently I had to rely on American brands. Our first brand content deal was with Disney back in 2013. Up until about 2017, the Canadian market wasn't really aware they could do that, and now they are thankfully. Now we're working with more Canadian brands, which is great.

It's essential for me to have maximum reach. When I do a video that has appeal — it could be about something provincial government-wise, but even that video will get shared in Ohio or Texas. They say, "That looks just like our governor," and that turns into ad revenue and helps me. If it only stayed in Ontario, I would get paid \$40 to \$50 and it wouldn't be enough for me to continue doing them.

It's incredibly important to have access to that market and to bring Canada out to the world and to get Americans used to the idea of the word "province" over "state." That's worth it on its own.

Senator Simons: Mr. Michael, how are you able to monetize videos on TikTok? This is something I still find perplexing.

Mr. Michael: It is very similar to Stewart's business model. We have brand partnerships and brand deals where we'll do sponsored posts on our channel, both on TikTok, Instagram and YouTube. Believe me, if it was up to my husband, I would look like a race-car driver in every video and I would be covered in logos from every company that wanted to pay, but we try to limit it to a few ads per month because we still want people to come for our content.

Again it's something I get to work with. We have a mandate that Jeremy and I, my husband, set that we try to work with 75% Canadian brands and then leave the other 25% to American

M. Reynolds : Bien sûr. Je monétise ce que je fais de plusieurs manières. Dans YouTube et Twitter, lorsque des annonces publicitaires sont diffusées avant ou pendant mes vidéos, je reçois une partie des revenus publicitaires. C'est une petite part de nos recettes.

Une plus grande partie de nos revenus provient de la promotion de marques de commerce. Les entreprises nous demandent de créer du contenu en y insérant leur marque. Nous recevons des honoraires pour créer ce contenu.

De cette activité découlent nos ventes de marchandise et autres. C'est l'autre secteur de notre entreprise, qui intéresse les gens qui me suivent parce qu'ils aiment le contenu que je crée. Ensuite, cela sert de tremplin pour faire connaître la marchandise afin que les gens l'achètent et nous soutiennent.

Je crois que je vous ai dit au cours d'une autre séance que jusqu'à très récemment, nous ne travaillions que pour des marques américaines. Nous avons signé notre premier contrat de contenu publicitaire avec Disney en 2013. Jusqu'à 2017, le marché canadien ne connaissait pas vraiment ce mode de publicité, et maintenant, il le connaît, heureusement. Maintenant nous travaillons avec un plus grand nombre d'entreprises canadiennes, c'est formidable.

Il est essentiel que j'atteigne le plus de gens possible. Quand je crée du contenu qui plaît, même pour un gouvernement provincial, même les gens de l'Ohio et du Texas le regardent. Ils disent « C'est exactement ce que fait notre gouverneur! », et nous gagnons de l'argent, ce qui m'aide beaucoup. Si ce contenu ne s'affichait qu'en Ontario, je ne gagnerais que 40 ou 50 \$. Je ne gagnerais pas assez pour continuer à le produire.

Il est extrêmement important d'avoir accès à ce marché, de faire connaître le Canada au reste du monde et d'habituer les Américains à l'idée du mot « province » au lieu de « État ». Rien que cela en vaut la peine.

La sénatrice Simons : Monsieur Michael, comment monétisez-vous vos vidéos sur TikTok? Cette idée me laisse encore perplexe.

M. Michael : C'est très semblable au modèle d'affaires de M. Reynolds. Nous avons des partenariats et des ententes de promotion de marques dans le cadre desquels nous affichons des publications commanditées sur notre chaîne, tant sur TikTok que sur Instagram et YouTube. Croyez-moi, si cela ne dépendait que de mon mari, je serais pilote de course dans chaque vidéo, couvert des logos de toutes les entreprises qui veulent bien payer. Cependant, nous nous efforçons de n'accepter que quelques contrats publicitaires par mois, parce que nous voulons que les gens viennent pour notre contenu.

C'est une chose que je m'efforce de contrôler. Jeremy, mon mari, et moi désirons travailler avec 75 % de marques canadiennes, puis consacrer le reste de notre temps aux

because we want to be driving business back into the Canadian economy. Part of what we're doing is exporting our Canadian culture to the world now. Our reach is global. I think it's exciting. I want to share that with people in and outside of Canada.

Similar to Stewart, we have merchandise, we have brand deals. We get paid per view on things like YouTube and stuff. But it's also trickle economics. When people enjoy the comedy, they go and buy my album on iTunes or Apple or they watch my stand-up special on YouTube, further driving more ad revenue and bringing more income to us.

Senator Simons: This is my concern, and it's not something that Bill C-11 fixes. All three of you are riding a wave right now where the algorithm is working for you. The algorithm is not an agnostic thing. It is being manipulated by companies to their benefit. And you will do well as long as they are benefiting.

If they decide, even in an absent-minded way, to change the algorithm in a way that does not benefit you, you will have no control, even less control than you did when you were working for companies or trying to get broadcasting deals.

I don't know if there's anything that can be done about it. I do worry that fascinating content producers like yourselves are at the mercy of big international companies — American, Chinese, what have you — and that once you're hooked and dependent upon them, you will have no recourse.

I used to post all kinds of videos to Facebook that used to get thousands and thousands of views, and now that Facebook has made a public decision to stop boosting the algorithmic reach of political news and news in general, I'm not getting anything like the same views because I suspect Facebook won't unless I buy ads, which doesn't seem a prudent use of Senate funds, so I don't do it. That's enough about me. I don't know how you feel about the situation where you have such a power imbalance with these companies.

The Chair: Very short answers because we're over time.

Mr. Reynolds: I'll say that I despise the algorithm. I've succeeded in spite of the algorithm. Social media has allowed me to create a brand around myself so people recognize me. I can take that brand to any platform and people will know it's me. That's the value of digital-first creation for me.

Américains, parce que nous voulons ramener nos activités dans l'économie canadienne. À l'heure actuelle, nous exportons notre culture canadienne dans le monde. Nous atteignons les gens dans le monde entier. Je trouve cela passionnant. Je tiens à exposer notre culture au Canada et à l'étranger.

Comme le fait M. Reynolds, nous vendons de la marchandise, nous faisons la promotion de marques de commerce. Sur les sites comme YouTube et autres, nous sommes payés par visionnement. Mais il y a aussi une percolation économique. Les gens qui aiment ma comédie vont acheter mon album dans iTunes ou Apple ou ils regardent mon émission spéciale dans YouTube, ce qui génère plus de revenus publicitaires et augmente nos recettes.

La sénatrice Simons : Une chose me préoccupe, et le projet de loi C-11 n'y apporte aucune correction. Vous surfez tous trois sur une vague de succès en ce moment parce que les algorithmes fonctionnent pour vous. Ces algorithmes ne sont pas agnostiques. Ils sont manipulés par les entreprises à leur avantage. Vous vous en tirerez bien tant qu'elles en profiteront.

Si elles décident, même de façon cavalière, de changer ces algorithmes d'une façon qui ne vous avantage pas, vous n'aurez aucun contrôle, encore moins de contrôle que lorsque vous travailliez pour des entreprises ou que vous tentiez d'obtenir des contrats de radiodiffusion.

Je ne sais pas s'il est possible de corriger cela. Je crains que les producteurs de contenu fascinant comme vous soient à la merci des grandes sociétés internationales — américaines, chinoises et autres — et qu'une fois que vous dépendrez entièrement d'elles, vous n'aurez aucun recours pour vous défendre.

J'affichais dans Facebook toutes sortes de vidéos qui attiraient des milliers et des milliers de visionnements. Mais maintenant que Facebook a décidé publiquement de cesser d'étendre la portée algorithmique des nouvelles politiques et autres, je n'attire plus autant de visionnements. Je soupçonne que Facebook m'afficherait que si j'achetais des annonces publicitaires, ce qui ne me semble pas être une manière judicieuse de dépenser l'argent du Sénat, alors je ne le fais pas. Bon, j'ai assez parlé de moi-même. Je voudrais savoir ce que vous ressentez en traitant avec ces entreprises face à un déséquilibre total des pouvoirs.

Le président : Veuillez répondre très brièvement, parce que nous avons dépassé le temps alloué.

M. Reynolds : Je vous dirai que je déteste les algorithmes. J'ai atteint le succès malgré les algorithmes. Les médias sociaux m'ont permis de créer ma propre image de marque pour que les gens me reconnaissent. Je peux présenter cette marque sur n'importe quelle plateforme, et les gens me reconnaîtront. C'est la valeur que je retire de la création axée sur le numérique.

Senator Simons: Thank you. That's helpful.

Mr. Michael: I'll throw in a quick ditto there.

Ms. Valentyne: Me too. Ditto.

The Chair: Thank you for the succinctness of the answers.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechêne: First, I'd like to tell you how much your successes mean to me. I have to say that, as a feminist, I'm especially moved by Ms. Valentyne's success, because I was a television journalist, like her. What a wonderful story!

I want to echo some of the comments, because unfortunately, my colleague and I sometimes think alike.

I'm going to ask Ms. Valentyne the following: Everything is going well so far. You have people watching you and following you, but the algorithms are designed to make money for YouTube. It's commercial revenue, and you could be let go at any moment. This seemingly almost blind trust in a commercial system that favours you for now . . . I'm sure you are thinking about that, because you know how things work. Actually, no one knows, because the algorithms and their profits are kept secret, but I'd like to hear from you on that.

[*English*]

Ms. Valentyne: I really do think that every piece of content has a home, and if you create good content, it will find its home. You're right, I don't really know how the algorithm works, but I do know that if people like your content, people engage in your content, people share your content, people save your content, that — [Technical difficulties].

I believe that content will find its home. I do believe that it is all about engagement, such as sharing, liking and commenting. But again, I don't really know how the algorithm works. I've said it before: Wouldn't it be great if we could all figure that out before we pass this bill?

I don't think the algorithm is favouring me. I think that a lot of creators work seven days a week, and we really work hard on content. I've studied it. It's not like I get up in the morning and I just sit around and then I'll just say something funny on social media. I do research. I work well over eight hours in a day, and I think it will show with your content. If you produce good content, you will find an audience and your numbers will grow.

La sénatrice Simons : Merci. Cette réponse est utile.

M. Michael : Je vais répondre brièvement que c'est justement ce que j'allais dire.

Mme Valentyne : Moi aussi. C'est justement ce que j'allais répondre.

Le président : Je vous remercie pour ces réponses succinctes.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechêne : J'aimerais d'abord prendre le temps de vous dire à quel point vos réussites me touchent. Je dois dire que, comme féministe, je suis particulièrement touchée par la réussite de Mme Valentyne, puisque j'ai été journaliste à la télévision, comme elle. Quelle belle histoire!

Je veux reprendre certains propos, parce que malheureusement, ma collègue et moi avons parfois la même façon de penser.

Je vais demander ceci à Mme Valentyne : tout va bien pour l'instant. Vous avez des gens qui vous écoutent, qui vous suivent, mais les algorithmes sont faits pour faire gagner de l'argent à YouTube. Ce sont des recettes commerciales et vous pourriez être éjectée du jour au lendemain. Cette confiance qui semble presque aveugle dans un système commercial qui, pour l'instant, vous favorise... Je suis sûre que vous pensez à cela, parce que vous savez bien comment cela fonctionne. En fait, personne ne le sait, parce que les algorithmes et leurs recettes sont secrets, mais je voudrais vous entendre là-dessus.

[*Traduction*]

Mme Valentyne : Je pense vraiment que chaque élément de contenu a un milieu qui l'accueille et que si l'on crée un bon contenu, il trouvera son petit chez-soi. Vous avez raison, je ne sais pas vraiment comment fonctionnent ces algorithmes, mais je sais que si les gens aiment notre contenu, ils s'attachent à notre contenu, ils le partagent entre eux, ils le sauvegardent, cela [Difficultés techniques].

Je crois que le contenu trouvera sa place. Je crois que c'est une question d'attachement, de partage, d'appréciation et de commentaires. Mais je le répète, je ne sais pas vraiment comment fonctionnent ces algorithmes. J'ai déjà souligné que nous devrions vraiment essayer de comprendre cela avant d'adopter ce projet de loi.

Je ne pense pas que les algorithmes me favorisent. Je pense que beaucoup de créateurs travaillent sept jours sur sept. Nous travaillons vraiment très fort pour créer le contenu. J'ai examiné cette question. Je ne me contente pas de vaquer à mes activités de la journée pour ensuite afficher quelque chose de drôle dans les médias sociaux. Je fais de la recherche. Je travaille bien plus de huit heures par jour. Je suis certaine que la qualité du contenu

Senator Miville-Dechêne: You're not afraid that the audience will get tired of it at some point?

Ms. Valentyne: I think so. I do think that some people will get tired of it, just like they get tired of television shows. How many times have you watched a television show and you're in, you're invested. "This is Us" is a great example. I lasted two seasons and then I just stopped watching it.

Everybody gets to the point where they get a bit bored, even in relationships. Sometimes you get a bit bored, but you find something else. I had great viewers at one time. They moved on to somebody else's content. They're like, "I'm sick of that Jennifer Valentyne." But then you get new followers, whether they are from Canada or from around the world. That's just life.

So no, I'm not afraid at all. I love social media. I think it's a great time, especially for musicians. Back in the day, Canadian bands that we loved so much, like Chalk Circle — I'm talking about maybe the smaller ones — they didn't have success in the States. All those bands — I had no idea — couldn't survive on just their music. They had to have full-time jobs.

Isn't it great that we live in Canada now where we can produce music that has the potential of being heard in other countries, and musicians can actually survive? They can actually make a living, living in Canada. They don't have to leave this country. I think it will hurt the musicians more than anyone.

Senator Manning: Thank you to our witnesses. I want to go back, if I could, to Ms. Valentyne. First of all, congratulations on your life so far. You're doing very well.

Ms. Valentyne: Thank you.

Senator Manning: Without asking you to get into the technical aspects of writing and amending legislation, what's the best-case scenario for you with this bill, as you see it? And what is the worst-case scenario for you, as you see it? Other witnesses are free to answer as well.

Ms. Valentyne: The worst-case scenario for every content creator is if the CRTC has control of the algorithm. I just don't think that is fair. I don't think it's good for anyone. We're all afraid of that because we want to keep growing, and I think it will prevent us from growing. I don't think there's anything wrong with having a worldwide audience. It keeps our artists in

démontre le temps que nous y consacrons. Ceux qui produisent du bon contenu attirent et accroissent leur public.

La sénatrice Miville-Dechêne : Vous ne craignez pas que votre public s'en lasse à un moment donné?

Mme Valentyne : Je crois que oui. Je pense que certains s'en lasseront, tout comme ils se lassent des émissions de télévision. Combien de fois avez-vous regardé une émission de télévision à laquelle vous vous êtes profondément attachés? L'émission *This Is Us* en est un excellent exemple. Au bout de deux saisons, j'ai arrêté de la regarder.

Tout le monde finit par s'ennuyer un peu, même dans une relation. Parfois on s'ennuie un peu, mais on trouve autre chose. À une certaine époque, j'avais une excellente cote d'écoute, mais ces téléspectateurs sont passés au contenu de quelqu'un d'autre, parce qu'ils en avaient marre de Jennifer Valentyne. Mais il nous arrive de nouveaux abonnés, soit du Canada, soit d'ailleurs au monde. C'est la vie.

Donc, non, je n'ai pas peur du tout. J'adore les médias sociaux. Je pense que la période actuelle est excellente, surtout pour les musiciens. À l'époque, les groupes canadiens que nous aimions tant, comme Chalk Circle — je mentionne peut-être les plus petits —, n'avaient pas de succès aux États-Unis. Tous ces groupes — je ne le savais pas de ce temps-là — ne pouvaient pas vivre avec les recettes de leur musique. Ils devaient tous prendre un emploi à temps plein.

N'est-il pas merveilleux que nous vivions maintenant au Canada, où nous pouvons produire de la musique qui a le potentiel d'être entendue dans d'autres pays et que nos musiciens puissent survivre? Ils peuvent gagner leur vie au Canada. Ils n'ont pas à quitter le pays. Je pense que les musiciens en souffriront plus que quiconque.

Le sénateur Manning : Je remercie nos témoins. Je voudrais revenir à Mme Valentyne, si vous voulez bien. Tout d'abord, félicitations d'avoir si bien su changer de vie. Vous vous débrouillez très bien.

Mme Valentyne : Merci.

Le sénateur Manning : Sans vous demander d'aborder les aspects techniques de la rédaction et de la modification des lois, quelles seraient les meilleures circonstances que ce projet de loi créerait pour vous, et quelles seraient les pires, selon vous? Je serai heureux si d'autres témoins acceptent d'y répondre aussi.

Mme Valentyne : Les pires circonstances pour tous les créateurs de contenu seraient que le CRTC contrôle les algorithmes. Je ne pense pas que ce serait équitable. Je ne pense pas que ce soit bon pour qui que ce soit. Nous avons tous peur de cela parce que nous voulons continuer à croître, et je pense que cela nous empêchera de le faire. Je ne vois rien de mal au fait

Canada, where they belong. The worst-case scenario is if the algorithm is controlled.

The best-case scenario is if the algorithm isn't controlled, if it was just taken out of there altogether, because I think it gives everyone a chance to thrive. It is a level playing field.

Senator Manning: What are your options as a creator if the algorithms are controlled? What are your options to get around that or to rise above that?

Ms. Valentyne: You mean am I going to leave the country? I don't know. I haven't thought about it. If it's controlled, I don't know how it's going to affect me or the thousands of other content creators. I think you just take one day at a time.

I think it will be very stressful for a lot of people and it's going to cause a lot of depression with content creators here in Canada. It's not like we've just been doing this for the last year. Content creators have been creating content, making money and performing in front of a worldwide audience for years. How old is YouTube? How long has YouTube been around?

Senator Manning: Do either one of the other witnesses want to comment?

Mr. Reynolds: Sure, I can quickly weigh in as well. I think the worst case is that it's just going to muddy the waters and it's going to make Canadian content and content creators look inferior, that they're offering a lesser product that needs help by having an audience forced to it.

I think the idea that the bill will somehow gain control of YouTube's or TikTok's algorithm is laughable. I think that we won't win. We're not really much of a going concern for the platforms that are foreign owned, and I think we should try to play our cards better. We should try to work to our own advantages as opposed to trying to bend them to our will.

Mr. Michael: I agree. The promotion of one inherently means the demotion of another. So when we're looking at manipulating the algorithm, the potential worst-case scenario is that we no longer have a platform to make money from. And not only that, but as an artist, to be able to perform the art that I enjoy making, not to mention I'd probably have to go and beg Bell Media's forgiveness after all of this.

I think the best-case scenario is that we work toward finding solutions. Do I think that TikTok, YouTube, Instagram and Facebook should be paying its creators more fairly? Absolutely. Is this bill the answer? Absolutely not. This bill will potentially

d'avoir un auditoire mondial. Nos artistes restent au Canada, comme il se doit. Les pires circonstances seraient que les algorithmes soient contrôlés.

Les meilleures circonstances seraient que personne ne contrôle les algorithmes. On pourrait tout simplement les éliminer, et tous les créateurs auraient l'occasion de s'épanouir. Les règles du jeu seraient équitables.

Le sénateur Manning : Que pourriez-vous faire, comme créatrice, si les algorithmes étaient contrôlés? Que pourriez-vous faire pour éviter cela ou pour surmonter cet obstacle?

Mme Valentyne : Vous voulez savoir si je quitterais le pays? Je ne sais pas. Je n'y ai pas réfléchi. Si les algorithmes sont contrôlés, je ne sais pas quels effets cela aura sur moi et sur les milliers d'autres créateurs de contenu. Je pense qu'il faudra vivre cela au jour le jour.

Je pense que ce sera très stressant pour beaucoup de gens et que cela va causer beaucoup de dépression chez les créateurs de contenu ici au Canada. Nous nous consacrons à la création en ligne depuis longtemps. Les créateurs créent du contenu, font de l'argent et se produisent devant un public mondial depuis des années. Quel âge a YouTube? Depuis combien de temps YouTube existe-t-il?

Le sénateur Manning : Est-ce d'autres témoins voudraient ajouter un commentaire?

M. Reynolds : Bien sûr, je peux moi aussi vous répondre rapidement. Je pense que le pire, c'est que cela va vraiment embrouiller les choses et miner la réputation du contenu canadien et des créateurs de contenu. Les gens penseront qu'ils offrent un produit de qualité moindre qui a besoin de soutien, parce qu'on force le public de le regarder.

Je trouve que l'idée selon laquelle ce projet de loi permettra de contrôler les algorithmes de YouTube et de TikTok est très drôle. Je pense que nous ne gagnerons pas. Les plateformes qui appartiennent à des intérêts étrangers ne se soucient pas de nous. Je pense que nous devrions essayer de mieux jouer nos cartes. Nous devrions de retourner la situation à notre avantage au lieu d'essayer de plier ces grandes plateformes à notre volonté.

M. Michael : Je suis d'accord. La croissance de l'un démolira l'autre. Si l'on manipule les algorithmes, les pires circonstances possible seront que nous n'aurons plus de plateformes pour gagner de l'argent et pour réaliser l'art que nous aimons créer. Sans compter que je devrai probablement aller m'excuser auprès de Bell Média après tout cela.

Selon moi, dans les meilleures circonstances, nous chercherons des solutions. Est-ce que je pense que TikTok, YouTube, Instagram et Facebook devraient payer leurs créateurs de façon plus équitable? Absolument. Ce projet de loi

ruin our careers, without sounding too dramatic. Selfishly, I don't want that to happen.

Senator Manning: Thank you very much.

Senator Dasko: It is really wonderful to have the three of you here and to listen to your stories. It's really fascinating. I am going to stick to the topic of algorithms, which I find extremely interesting and important.

What about the fact that this bill says that the CRTC cannot tamper or give orders related to the algorithms? You're all speaking as if they're going to come along and change algorithms, but it does state here very clearly in the section on discoverability that:

The Commission shall not make an order under paragraph 1(e) that would require the use of a specific computer algorithm or source code.

Now, does that not give you comfort that they're not going to do it if it says so right in the bill? Please, anybody, all of you, comment on it. What's your take on that?

Mr. Reynolds: You are right; it clearly states they are not going to make any effort to modify the algorithm. That's why I say it's a bit laughable to think that they would. It's a bit like saying, "Hey, neighbour, I'm going to come over and rearrange your furniture," and the neighbour is locking the door. Good luck with that.

We don't have any control over what foreign-owned companies do, and they don't want us to have control over it. When I say it's going to muddy the water, it's not so much that they are going to change the algorithm. There is this notion of trying to profile Canadian content first. I have met with the platforms. I have spoken with the platforms. They basically said, "Listen, it's going to be a global algorithm. It's going to work as normal."

If we have to put something else there that says this is Canadian and that's suddenly a qualifier, that means that Canadian label becomes your first keyword, for lack of a better term, for how it's going to be found. That will negate you for a lot of other stuff. I'm not worried about them messing with the algorithm. I'm worried about it just becoming a pain to the platforms as opposed to working with the platforms to get the maximum benefit for Canada out of it.

Ms. Valentyne: They could tell the different companies, like YouTube, to manipulate the algorithm. They don't do it themselves, but they could request it could be done; correct?

Senator Dasko: No. The bill says the commission is not going to be able to make orders to change algorithms. It says so here.

présente-t-il une solution? Absolument pas. Ce projet de loi risque de ruiner nos carrières. Je ne veux pas paraître trop dramatique, mais je ne veux pas que cela se produise.

Le sénateur Manning : Merci beaucoup.

La sénatrice Dasko : C'est vraiment merveilleux de vous avoir tous les trois ici pour nous décrire votre parcours. C'est vraiment fascinant. Je vais m'en tenir au sujet des algorithmes, que je trouve extrêmement intéressant et important.

Le projet de loi interdit au CRTC de trafiquer les algorithmes et de rendre des ordonnances pour le faire. Vous parlez tous comme si le CRTC allait modifier les algorithmes, mais il est dit très clairement dans l'article sur la découvribilité que :

[...] l'alinéa (1)e) n'autorise pas le Conseil à prendre une ordonnance qui exige l'utilisation d'un algorithme informatique ou d'un code source particulier.

Ne vous sentez-vous pas rassurés, puisque cet article souligne que le CRTC n'enfreindra pas ce projet de loi? S'il vous plaît, l'un de vous, ou vous tous, pourriez-vous nous dire ce que vous en pensez?

M. Reynolds : Vous avez raison, on y lit clairement que le CRTC ne devra pas modifier un algorithme. C'est pourquoi je ris à l'idée de le voir essayer. C'est un peu comme si l'on disait: « Hé, cher voisin, je viens chez toi pour replacer tous tes meubles. » Le voisin fermerait sa porte à clef. Bonne chance.

Nous n'avons aucun contrôle sur ce que font les sociétés étrangères, et elles ne veulent pas que nous cherchions à les contrôler. Quand je dis que cela va embrouiller les choses, ce n'est pas tant parce que l'on modifierait des algorithmes. Il y a cette notion d'essayer de placer le profil du contenu canadien en premier. J'ai rencontré les dirigeants de ces plateformes. Quand je leur en ai parlé, ils m'ont répondu que ces algorithmes seront mondiaux et qu'ils fonctionneront comme toujours.

Si l'on nous oblige à y ajouter un élément qui souligne que notre création est canadienne, cet élément deviendra le premier mot-clé de la recherche. Cela nous écartera de nombreuses occasions d'afficher. La manipulation d'algorithmes ne m'inquiète pas. Je m'inquiète du fait que cette obligation irrite les plateformes au lieu de coopérer avec elles pour en tirer le maximum d'avantages pour le Canada.

Mme Valentyne : Le CRTC pourrait demander aux différentes entreprises, comme YouTube, de manipuler les algorithmes. Il éviterait ainsi de le faire lui-même, n'est-ce pas?

La sénatrice Dasko : Non. Le projet de loi lui interdit de donner l'ordre de modifier des algorithmes. Le libellé de cet article est clair.

Ms. Valentyne: But they are allowed to make rules for discoverability; correct?

Senator Dasko: Yes, but not to change the algorithm to —

Ms. Valentyne: But the only way you could make a change to discover an artist is to change the algorithm. How else are you going to make an artist discoverable?

Senator Dasko: No. There are many other ways. That is the idea, that the platforms will come up with other ways, because the commission cannot change the algorithm. I'm just looking for your response to it.

Ms. Valentyne: Why can't they just word it in a way so it assures everyone that it will not happen?

Senator Dasko: Well, I mean, it does say so in the bill.

Mr. Michael, do you have any response to this?

Ms. Valentyne: I think if they took out "discoverability."

Mr. Michael: Exactly. I was going to chime in with the same idea.

Ms. Valentyne: If they just took out that word.

Senator Dasko: "Discoverability" is there, but they can't change the algorithm as a means to promote discoverability.

Mr. Michael: I believe it's open to too much interpretation, because simply by allowing the word "discoverability" in there, it's essentially manipulating the algorithm. Whether the wording is different, it's just a matter of fact. You are going to ask YouTube to say you have to push this video because it's Canadian content. They're not going to go in and rewrite the algorithm behind the scenes, but they are now pushing that Canadian content, which is, therefore, manipulating the algorithm.

We're comparing apples to apples here, unfortunately. It's the same thing. The wording is manipulative, if I can be so blunt. That's why I can't stress enough that the CRTC doesn't need to be involved. The bill doesn't need to involve social media.

Also, if we're talking about algorithms, Netflix and Disney have an algorithm. If you and I were sitting beside each other and opened up our Netflix, our feed is completely different.

Senator Dasko: Absolutely. You have your list and they have some crazy list for me.

Mme Valentyne : Mais le CRTC peut établir des règles sur la découvribilité, n'est-ce pas?

La sénatrice Dasko : Oui, mais pas en modifiant des algorithmes...

Mme Valentyne : Mais la seule façon d'apporter un changement pour découvrir un artiste est de modifier ses algorithmes. De quelle autre façon peut-on rendre un artiste découvribile?

La sénatrice Dasko : Non. Il y a bien d'autres façons de le faire. Le projet de loi exige que les plateformes trouvent d'autres moyens, parce que le CRTC ne peut pas modifier les algorithmes. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

Mme Valentyne : Pourquoi ne modifie-t-on pas le libellé de façon à garantir à tout le monde que cela ne se produira pas?

La sénatrice Dasko : Bien... c'est ce qu'on lit dans le projet de loi.

Monsieur Michael, avez-vous une réponse à cette question?

Mme Valentyne : Je pense que l'on pourrait retirer le mot « découvribilité ».

M. Michael : Exactement. J'allais dire la même chose.

Mme Valentyne : Il suffirait de retirer ce mot.

La sénatrice Dasko : Le CRTC peut assurer la « découvribilité », mais il ne peut pas modifier d'algorithmes pour la promouvoir.

M. Michael : Je crois que cela laisse une trop grande marge d'interprétation, parce qu'en laissant le mot « découvribilité », on souligne essentiellement la manipulation d'algorithmes. On pourra changer le libellé tant qu'on le voudra, mais les faits sont là. Si l'on demande à YouTube de diffuser une vidéo parce qu'elle présente un contenu canadien, les gens de YouTube ne vont pas réécrire les algorithmes en secret, mais s'ils commencent à pousser le contenu canadien, cela manipulera les algorithmes.

Nous tournons en rond en répétant la même chose. Ce libellé est manipulateur, pour dire les choses bien franchement. C'est pourquoi je ne saurais trop insister sur le fait que le CRTC ne devrait pas intervenir. Ce projet de loi n'a pas besoin de régir les créations affichées dans les médias sociaux.

Parlant d'algorithmes, Netflix et Disney en utilisent aussi. Si nous ouvrons tous notre Netflix en même temps, nos portables afficheront des flux entièrement différents.

La sénatrice Dasko : C'est vrai. Vous avez votre liste et ils ont une liste farfelue pour moi.

Mr. Michael: Exactly. In essence, we need to separate these two businesses, because they really are different. But when you're asking a company — whether it's Netflix or TikTok — to push discoverability, you are manipulating the algorithm.

Senator Dasko: So you don't believe there are other ways to measure discoverability, even though the bill says that algorithms are not to be changed?

Mr. Michael: I don't. I don't necessarily know if — I'm trying to be as respectful as possible to everyone involved in writing the bill, and I don't think —

The Chair: And I have to respectfully interrupt. We're way over the allotted time.

Senator Sorensen: Thank you very much. This panel has been super interesting and engaging. It's like you're entertainers or something. If your followers go up tonight, you can thank all the people watching SenVu. It's a well-viewed station.

Bill C-11 is attempting to update an existing act, after 30 years with no change, to address a current situation. The challenge is also attempting to create legislation for the future. Of course, none of us know what that is going to look like.

I'm going to ask my question to Mr. Reynolds, mainly because he gave a shout-out to my hometown of Banff.

Mr. Reynolds, in a meeting I had with you, you elaborated to me about your son's perspective on Bill C-11 and perhaps explained his age and that he is also a creator. I know he is not here with you, but could you comment a little on his thoughts as a young creator?

Mr. Reynolds: Certainly. His name is Gregor Reynolds. He is actually watching on SenVu right now. But he already follows me, so that's worthless.

He is a very successful social media creator on his own. He does his own brand deals. He has a very large following, over half a million followers on TikTok. He has been doing it since he was 11. He's been very passionate about this notion.

One of the things we have found, and that he has found, is that we're already at a disadvantage being in Canada because things come to America first. Monetization comes to America first. TikTok Pulse, which is the new ad rev-share, which happened today, is in America first. His peers, who he knows and has worked with before in America, are going to benefit from this, while he waits until it eventually drains down to Canada.

M. Michael : Exactement. Ces deux entreprises sont fondamentalement différentes, mais lorsqu'on demande à une plateforme — que ce soit Netflix ou TikTok — de promouvoir la découvrabilité, on manipule des algorithmes.

La sénatrice Dasko : Vous ne croyez donc pas qu'il existe d'autres façons de mesurer la découvrabilité, même si le projet de loi dit que les algorithmes ne doivent pas être modifiés?

M. Michael : Non. Je ne sais pas vraiment si... J'essaie de faire preuve d'un grand respect envers tous ceux qui ont participé à la rédaction de ce projet de loi, et je ne crois pas...

Le président : Je dois très respectueusement vous interrompre. Nous avons largement dépassé le temps alloué.

La sénatrice Sorensen : Merci beaucoup. Le témoignage de ce groupe a été extrêmement intéressant et divertissant. On dirait presque que vous êtes des humoristes. Si le nombre de vos abonnés augmente ce soir, vous pourrez remercier tous ceux qui regardent SenVu. C'est un canal de grande renommée.

Le projet de loi C-11 tente de mettre à jour une loi qui n'a pas été modifiée depuis 30 ans. Il tente de l'adapter aux circonstances actuelles. Il est toujours très difficile de prévoir l'avenir lorsqu'on crée une loi. Il est évident qu'aucun d'entre nous ne sait à quoi cet avenir ressemblera.

Je vais poser ma question à M. Reynolds, surtout parce qu'il a complimenté ma ville natale, Banff.

Monsieur Reynolds, il n'y a pas longtemps, vous m'avez expliqué le point de vue de votre fils sur le projet de loi C-11, en mentionnant son âge et le fait qu'il est aussi un créateur. Il n'est pas ici avec vous, mais pourriez-vous nous décrire un peu son point de vue de jeune créateur?

M. Reynolds : Certainement. Il s'appelle Gregor Reynolds. Il nous regarde sur SenVu. Mais il est déjà un de mes abonnés, alors cela n'augmentera pas mes recettes.

Il est lui-même créateur de contenu pour les médias sociaux, et il est très prospère. Il mène ses propres transactions. Il a un très grand nombre d'abonnés sur TikTok, plus d'un demi-million. Il fait cela depuis qu'il a 11 ans. Cette notion lui tient beaucoup à cœur.

L'une des choses que nous avons constatées, que lui a constatées, c'est qu'au Canada, nous sommes désavantagés parce que nos créations sont d'abord affichées aux États-Unis. La monétisation se fait d'abord aux États-Unis. TikTok Pulse, la nouvelle solution de partage des revenus publicitaires, qui vient de sortir, traite d'abord les revenus américains. Les collègues avec qui mon fils a travaillé aux États-Unis vont en profiter, alors que lui doit attendre que cette solution percole enfin au Canada.

He has said to me, “If this happens and it messes up what I’m doing, maybe I’ll just leave. Maybe I’ll just get out of Canada. Maybe I’ll go to L.A. and I’ll just stay and work down there instead.”

That’s a shame. First of all, as his father, I don’t want him to go that far away because it’s expensive to visit, though I like L.A. I would rather that he and other creators of his age group — he is 20 years old — stayed in Canada and created amazing Canadian content that they really wanted to do.

I think he is concerned that Canada is not really much of a concern for the platforms as it is currently, and becoming a pain in the behind is not going to help that; it’s not going to speed things up. We have talked about this many times. My wife is sick of hearing about Bill C-11. We both decided it would be much better for the government to work with the platforms to say, “You know what, Canada should move up on the spreadsheet. It should be up on the top of the spreadsheet.” So when you get monetization on TikTok, Facebook, Twitter or whatever for the U.S., it should be happening in Canada. There should be a CUSMA for that, or USMCA. There should be that free trade aspect to it. That would be an incredible boon to Canadian content creators in the industry.

Senator Quinn: I want to briefly come back to the question of algorithms and whether they can be changed and what the act says and doesn’t say.

Earlier we talked about having clarity in the bill. I’m trying to distinguish what each of these categories means. The CRTC, as I understand it, can issue orders and directives, and they can create regulations. What it says in the act is “orders.”

Would it be more comforting to add the words “orders, directives and regulations,” if it was to stay in? Would that bring greater clarity to that particular area? Any of the witnesses can answer.

Ms. Valentyne: I think we all want it taken out.

Senator Quinn: But if it can’t be taken out or isn’t successful in being taken out, would the thing that I proposed bring greater certainty for you?

Mr. Reynolds: To me? Possibly, I think. I like the idea of being much clearer in the language as to saying this is just a no-go area. I think for the platforms, maybe. I can’t speak for them. But I don’t know if that’s necessarily the main issue. That’s the worst-case scenario.

Il m’a dit que si ce projet de loi est adopté et qu’il gâche ce qu’il fait, il décidera tout simplement de partir. Il quittera le Canada pour s’installer peut-être à Los Angeles.

Quel dommage. Tout d’abord, comme je suis son père, je ne veux pas qu’il parte si loin, parce qu’il me coûtera très cher d’aller lui rendre visite, même si j’aime Los Angeles. Je préférerais que lui et d’autres créateurs de son groupe d’âge — il a 20 ans — restent au Canada et créent le contenu canadien extraordinaire qu’ils aiment vraiment.

Je crois qu’il s’inquiète du fait que les plateformes ne se préoccupent pas vraiment du Canada à l’heure actuelle et qu’en les tourmentant, nous n’arriverons à rien, nous ne réussirons qu’à aggraver la situation. Nous en avons discuté à maintes reprises. Ma femme en a assez d’entendre parler du projet de loi C-11. Nous avons tous deux conclu qu’il vaudrait beaucoup mieux que le gouvernement traite avec les plateformes en leur disant que le Canada devrait figurer au sommet de leurs feuilles de calcul. Il faut que quand les créateurs affichent leurs produits dans TikTok, Facebook, Twitter ou autre aux États-Unis, l’argent soit monétisé au Canada. Il devrait y avoir un accord Canada—États-Unis—Mexique pour cela. Il devrait y avoir un aspect de libre-échange. Ce serait un avantage incroyable pour les créateurs de contenu canadien de l’industrie.

Le sénateur Quinn : J’aimerais revenir brièvement aux algorithmes et à la question de savoir s’ils peuvent être modifiés et à ce que la loi dit et ce qu’elle ne dit pas.

Nous avons parlé tout à l’heure de la clarté du projet de loi. J’essaie de comprendre ce que signifie chacune de ces catégories. Si j’ai bien compris, le CRTC peut émettre des ordonnances et des directives et il peut créer des règlements. Dans la loi, on parle d’ordonnances.

Serait-il plus rassurant d’ajouter les mots « décret, directive et règlement » au libellé définitif? Est-ce que cela préciserait mieux les dispositions à cet égard? Cette question s’adresse à tous les témoins.

Mme Valentyne : Je pense que nous voulons tous les retirer.

Le sénateur Quinn : Mais si l’on ne peut ou ne réussit pas à les retirer, est-ce que ce que j’ai proposé vous rassurerait?

M. Reynolds : Moi? Peut-être, c’est possible. J’aime l’idée de préciser le libellé pour affirmer que c’est interdit. Peut-être pour les plateformes, je ne peux pas parler en leur nom. Mais je ne sais pas s’il s’agit du problème principal. Il s’agit de la pire des circonstances.

I think looking at 4.2 is a case of, well, this gets a bit sketchy here and it's foggy and not very clear. But I think that language like that wouldn't hurt. I think the bill has good intentions, but it just needs to be amended.

Mr. Michael: I agree with Stewart. I think if you are going to add that wording, it could help. But at the same time, if you are basically writing a bill that says the CRTC can't have any control over this stuff, then why bother having that as a part of the bill at all? Take it completely out.

Ms. Valentyne: I agree.

Senator Quinn: Thank you.

The Chair: On second round, my concern is consistent with that of the witnesses.

Despite some of my colleagues, I continue to insist that there will be no algorithm manipulation. There are a couple of red flags for me. We have had the CRTC chair before this very committee state clearly, publicly, that this bill gives them the authority to drive algorithms and force platforms to manipulate algorithms to bring out a certain outcome. That's problem number one. Problem number two, the sponsor of this bill, my colleague Senator Dawson — in his speech in the chamber — said that it does have that capacity.

At the end of the day, if we're having this debate, it's a debate about protecting Canadian culture from streamers; the only way to do it is to drive algorithms. That is a concern I share, and I hope some of my colleagues share it as well. That was more of a statement.

In light of the questions you got from a couple of my colleagues here tonight, I'll ask the question from a different perspective.

If these international platforms, these international corporations that are profit-driven, as my colleagues say, are creating algorithms to create profits, they can only create profits if they have great content from content providers like yourselves. If they are making money, it's because you are making money. That relationship is symbiotic.

We have created millions of jobs, it seems, tons of revenue for the Treasury Board of this country. People like yourselves are successful, paying into the Canadian film legacy fund, for example, with your taxes that you have no access to. If these platforms had not existed, legacy broadcasters in this country, what opportunities would they have provided for the three of you in 2022?

Mr. Michael: Not much, not much. I am a member of ACTRA. I actually had to turn down three non-union jobs this year because the union wouldn't let me do it. If I count those

Je trouve l'article 4.2 assez flou. Il n'est pas très clair. Je pense qu'il serait bon de le préciser. Je trouve que les intentions du projet de loi sont bonnes, mais il faudrait simplement y apporter quelques amendements.

M. Michael : Je suis d'accord avec M. Reynolds. Je pense qu'il serait utile d'ajouter ce libellé. D'un autre côté, si l'on rédige un projet de loi qui n'accorde au CRTC aucun contrôle sur ce genre de choses, pourquoi se donner la peine d'y inclure ces mots? Enlevez-les complètement.

Mme Valentyne : Je suis d'accord.

Le sénateur Quinn : Merci.

Le président : Au deuxième tour, ma préoccupation rejoint celle des témoins.

Contre l'avis de certains de mes collègues, je persiste à dire que la manipulation d'algorithmes devrait être interdite. Certaines choses me préoccupent beaucoup. Le président du CRTC a déclaré clairement et publiquement devant notre comité que ce projet de loi lui donne le pouvoir de trafiquer des algorithmes et de forcer les plateformes à manipuler des algorithmes pour obtenir certains résultats. C'est ma première préoccupation. La deuxième est que le parrain de ce projet de loi, mon collègue, le sénateur Dawson, a affirmé, dans son discours au Sénat, que son projet de loi accorde ce pouvoir au CRTC.

En fin de compte, notre débat vise à protéger la culture canadienne des instavidéastes. La seule façon d'y parvenir est d'utiliser des algorithmes. J'ai moi aussi cette préoccupation, et j'espère que quelques-uns de mes collègues la partagent. C'est une déclaration et non une question.

À la lumière des questions que quelques-uns de mes collègues vous ont posées ce soir, je vais présenter la mienne sous un angle différent.

Si ces plateformes internationales, ces grandes sociétés internationales à but lucratif, comme les appellent mes collègues, créent des algorithmes pour générer des profits, elles ne peuvent le faire que si elles disposent d'un excellent contenu de créateurs comme vous. S'ils font de l'argent, c'est parce que vous faites de l'argent. C'est une relation symbiotique.

Nous avons créé des millions d'emplois, semble-t-il, des tonnes de recettes pour notre Conseil du Trésor. Les gens comme vous ont du succès, et vous contribuez, par exemple, au Fonds du patrimoine canadien du film en payant vos impôts, mais vous n'avez pas accès à ce fonds. Si ces plateformes n'avaient pas existé, quels débouchés nos radiodiffuseurs traditionnels vous auraient-ils offerts, à vous trois, en 2022?

M. Michael : Pas grand-chose, pas grand-chose. Je suis membre de l'ACTRA. En fait, j'ai dû refuser trois emplois non syndiqués cette année parce que le syndicat ne voulait pas que je

three jobs, I would have had zero income this year from legacy media.

The Chair: Does anybody else want to add to that? Not that I like picking on legacy broadcasters or anything.

Ms. Valentyne: For me, I have been very straightforward. I do believe that I have aged out. Age doesn't matter on any of these platforms. If you are watching TikTok, you will see creators who are in their seventies, in their eighties and in their nineties creating with millions of followers. The followers are all over the map. It's a beautiful thing to see.

I was watching one woman on one of the social platforms, and she was crying. It's a woman who was in her sixties. She said her whole life she wanted to be an actor. She wanted to be a comedian. Now these platforms are giving her the chance. She thought it was over. She thought it was too late. With social media, it's not too late for anyone. There is no competition. There are two ways to succeed in life. You could work hard or tear down your competition. Most of these creators are choosing to work hard. There is no competition. Everyone is equal.

The Chair: Thank you. The last word goes to Senator Simons on second round.

Senator Simons: Thank you very much. I wanted to talk to Mr. Michael about intellectual property. This is a concern that we have heard raised on both sides, about the definition of Canadian content, who should own the intellectual property.

I'm wondering, based on your experience with Crave, with conventional broadcasting, how important is it, do you think, for Canadian creators and producers to own their IP?

Mr. Michael: It's impossible. No one is going to do it. No one is going to give it to you. You know, I have had two full specials filmed in Canada. I don't own any of the intellectual property. That's all owned by Bell Media.

My last special, the one that is streaming on Crave, I spent five years touring and writing that show, and time away from my family to create that piece. If I want to post a clip of it from TikTok, I have to beg Just for Laughs and Bell Media for permission. Most of the time I'm told, "no."

Then I have to go and do that piece in my living room directly to the camera, post it and watch millions of people enjoy it. After that, I have to put a comment saying, if you want to watch the

les accepte. Sans ces trois emplois, je n'aurais eu aucun revenu cette année provenant des médias traditionnels.

Le président : Quelqu'un d'autre veut-il ajouter une observation? Je ne me fais pas particulièrement un plaisir de critiquer les radiodiffuseurs traditionnels, mais enfin...

Mme Valentyne : Pour ma part, je me suis exprimée très franchement. Je suis convaincue que j'ai été écartée de ma profession à cause de mon âge. L'âge n'a aucune importance sur ces plateformes. On trouve sur TikTok des créateurs qui ont 70, 80 ou 90 ans et qui attirent des millions d'abonnés situés partout dans le monde. C'est magnifique de voir cela.

Je regardais une femme sur une plateforme de médias sociaux, et elle pleurait. Elle était dans la soixantaine. Toute sa vie, elle avait dit qu'elle voulait être actrice. Elle voulait devenir comédienne. Maintenant, ces plateformes lui en donnent l'occasion. Elle pensait que son rêve ne se réaliserait jamais. Elle pensait qu'il était trop tard. Avec les médias sociaux, il n'est pas trop tard pour qui que ce soit. Il n'y a pas de concurrence. Il y a deux façons de réussir dans la vie : travailler fort ou détruire vos concurrents. La plupart de ces créateurs choisissent de travailler fort, mais il n'y a pas de concurrence. Tout le monde est égal.

Le président : Merci. La sénatrice Simons va conclure notre deuxième tour.

La sénatrice Simons : Merci beaucoup. Je voudrais parler avec M. Michael de la propriété intellectuelle. C'est une préoccupation qui a été soulevée par les deux parties. Elle concerne la définition du contenu canadien. Les gens se demandent qui devrait être propriétaire de la propriété intellectuelle.

D'après vos expériences de travail avec Crave et avec la radiodiffusion conventionnelle, dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les créateurs et les producteurs canadiens soient propriétaires de leur contenu?

M. Michael : C'est impossible. Personne ne le permettra. Personne ne nous le donnera. Vous savez, j'ai enregistré deux émissions spéciales au Canada, et je ne suis pas propriétaire de ce contenu. Tout cela demeure la propriété de Bell Média.

Ma dernière émission spéciale, celle qui est diffusée en continu sur Crave, est le résultat de cinq ans de tournées. J'ai rédigé le contenu de cette émission, j'ai passé du temps loin de ma famille pour créer cette œuvre. Quand je veux en afficher un extrait dans TikTok, je dois demander la permission à Juste pour rire et à Bell Média. La plupart du temps, ils refusent.

Je dois alors m'installer dans mon salon devant ma caméra, reproduire cette partie de l'émission, l'afficher et voir des millions de personnes l'apprécier. Après cela, je dois leur

full special, go to Crave.ca, which is geoblocked outside of Canada as well.

Senator Simons: If Netflix came to you and said we're done with John Mulaney, we want you to do our next stand-up special —

Mr. Michael: They would never.

Senator Simons: Not never. It's possible. If you and Stewart get offered a double bill on Netflix, and they own the intellectual property, would it still be, in your mind, Canadian content?

Mr. Michael: Yes, I do. I think I'm Canadian. I'm Canadian content. I said in my last testimony, I don't know how much more I can say. I'm a married, gay stoner. You can't get more Canadian. I am the leaf. That's the thing that drives me nuts. I don't want to ask the CRTC to prove that I'm Canadian.

Sorry about that.

The Chair: Well, you are all Canadians and we are very proud of you. Thank you for your thoughtful testimony and appearing before us today.

Colleagues, we have come to a close. We will continue our deliberations on C-11 next week. Thank you very much.

(The committee adjourned.)

dire que s'ils veulent visionner toute la vidéo de cette émission spéciale, ils doivent visiter Crave.ca, qui est géobloqué à l'extérieur du Canada.

La sénatrice Simons : Si les gens de Netflix venaient vous dire qu'ils ont fini de diffuser John Mulaney et qu'ils voudraient produire une émission spéciale avec vous...

M. Michael : Ils ne me le demanderaient jamais.

La sénatrice Simons : Vous avez tort. C'est tout à fait possible. S'ils vous offraient, à vous et à M. Reynolds, d'enregistrer une émission en deux parties et si Netflix en possédait la propriété intellectuelle, est-ce qu'à votre avis, ce serait quand même du contenu canadien?

M. Michael : Oui. Je suis Canadien. Je produis un contenu canadien. J'ai dit dans mon dernier témoignage que je ne sais pas ce que je pourrais dire de plus. Je suis un homosexuel marié qui fume du pot. Rien n'est plus canadien que cela. C'est ce qui me rend fou. Je ne veux pas demander au CRTC de prouver que je suis Canadien.

Pardonnez-moi.

Le président : Eh bien, vous êtes tous Canadiens et nous sommes très fiers de vous. Je vous remercie pour vos profonds témoignages et merci d'être venus comparaître devant nous aujourd'hui.

Chers collègues, la séance est levée. Nous poursuivrons nos délibérations sur le projet de loi C-11 la semaine prochaine. Merci beaucoup.

(La séance est levée.)
