

EVIDENCE

OTTAWA, Wednesday, May 3, 2023

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met with videoconference this day at 6:45 p.m. [ET] to study Bill C-18, An Act respecting online communications platforms that make news content available to persons in Canada.

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

[*Translation*]

The Chair: Good evening, honourable senators.

I am Leo Housakos, a senator from Quebec and chair of this committee. I would like to invite my colleagues to introduce themselves, starting on my left.

[*English*]

Senator Simons: Paula Simons, a senator from Alberta, Treaty 6 territory.

[*Translation*]

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

Senator Cormier: René Cormier from New Brunswick.

[*English*]

Senator Quinn: Jim Quinn, New Brunswick.

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

[*Translation*]

Senator Clement: Good evening. Bernadette Clement from Ontario.

Senator Cardozo: Andrew Cardozo from Ontario.

[*English*]

Senator Dasko: Donna Dasko, a senator from Ontario.

Senator Wallin: Pamela Wallin, a senator from Saskatchewan.

The Chair: Honourable senators, we are meeting to continue our examination of Bill C-18, An Act respecting online communication platforms that make news content available to persons in Canada.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mercredi 3 mai 2023

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 45 (HE), avec vidéoconférence, pour étudier le projet de loi C-18, Loi concernant les plateformes de communication en ligne rendant disponible du contenu de nouvelles aux personnes se trouvant au Canada.

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

[*Français*]

Le président : Bonsoir, honorables sénatrices et sénateurs.

Je suis Leo Housakos, je suis un sénateur du Québec et je suis le président de ce comité. Je voudrais inviter mes collègues à se présenter, en commençant par ma gauche.

[*Traduction*]

La sénatrice Simons : Paula Simons, sénatrice de l'Alberta, territoire visé par le Traité n° 6.

[*Français*]

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

Le sénateur Cormier : René Cormier, du Nouveau-Brunswick.

[*Traduction*]

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

Le sénateur Klyne : Marty Klyne, sénateur de la Saskatchewan, territoire visé par le Traité n° 4.

[*Français*]

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

Le sénateur Cardozo : Andrew Cardozo, de l'Ontario.

[*Traduction*]

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

La sénatrice Wallin : Pamela Wallin, sénatrice de la Saskatchewan.

Le président : Honorables sénateurs et sénatrices, nous nous réunissons afin de poursuivre notre examen du projet de loi C-18, Loi concernant les plateformes de communication en ligne rendant disponible du contenu de nouvelles aux personnes se trouvant au Canada.

For our first panel, I'm pleased to welcome Google Canada. We have with us Mr. Richard Gingras, Vice President, News, by video conference; and Jason J. Kee, Government Affairs and Public Policy Counsel. Thank you for joining us. You have seven minutes for opening remarks, and then we'll turn it over to senators for Q & A.

Richard Gingras, Vice President, News, Google Canada: Good evening, Mr. Chair and honourable senators. Thank you for the opportunity to appear and share our perspective on Bill C-18.

We have heard our position on this legislation mischaracterized as not wanting to be regulated or not wanting to support Canada's new ecosystem. This is untrue.

Through both our services and our direct funding of news organizations, Google is one of the world's biggest financial supporters of journalism. Last year, we linked to Canadian news publishers more than 3.6 billion times at no charge, helping them make money with ads and new subscriptions. We also pay news publishers to licence curated and paywall content through Google News Showcase, which currently supports more than 150 publications across Canada.

Through the Google News initiative, we provide tools, training and funding to support the shared goal of enabling a healthy, independent and diverse news ecosystem. We are willing to do more. We support a thoughtful approach to regulation that protects the foundations of the open web and recognizes the value we already provide to publishers.

Unfortunately, Bill C-18 will not encourage the continuation or expansion of publisher licensing agreements, as it is intended to do, and it may jeopardize current products, services and investments that benefit the news ecosystem and all Canadians.

For over a year now, we have shared our concerns and proposed thoughtful solutions and alternate models we feel would be more effective at achieving the underlying goals. However, rather than considering a fund model, or addressing concerns raised by us and others, recent amendments glossed over serious issues, exacerbated others and produced a range of new inconsistencies.

Pour notre premier groupe de témoins, je suis heureux d'accueillir les représentants de Google Canada. Nous recevons Richard Gingras, vice-président, Nouvelles, par vidéoconférence, et Jason J. Kee, conseiller en affaires gouvernementales et en politique publique. Merci de vous joindre à nous. Vous avez sept minutes pour présenter vos déclarations liminaires, puis nous laisserons la parole aux sénateurs pour les questions et les réponses.

Richard Gingras, vice-président, Nouvelles, Google Canada : Bonsoir, monsieur le président et honorables sénateurs. Je vous remercie de nous donner l'occasion de nous présenter et de vous faire part de notre point de vue sur le projet de loi C-18.

Nous avons entendu souvent notre position sur cette législation être mal interprétée, comme quoi nous ne voulons pas être réglementés ou soutenir l'écosystème de l'information du Canada. C'est faux.

Grâce à ses services et à son financement direct aux organismes de presse, Google est l'un des principaux soutiens financiers du journalisme dans le monde. L'an dernier, nous avons connecté nos usagers aux organismes de presse canadiens plus de 3,6 milliards de fois, gratuitement, permettant aux éditeurs de presse de gagner de l'argent grâce aux annonces et aux nouveaux abonnements. Nous payons également les éditeurs de presse pour qu'ils accordent des licences sur des contenus classés et payants par l'intermédiaire de Google Vitrine Actualités, qui soutient actuellement plus de 150 publications au Canada.

Dans le cadre de la Google News Initiative, nous fournissons des outils, des formations et du financement pour soutenir l'objectif commun de favoriser un écosystème de l'information sain, indépendant et diversifié. Nous sommes disposés à en faire plus. Nous soutenons une approche réfléchie de la réglementation qui protège les fondements du Web ouvert et qui reconnaît la valeur que nous apportons déjà aux éditeurs.

Malheureusement, le projet de loi C-18 n'encouragera pas la poursuite ou l'expansion des accords de licence des éditeurs, comme il est censé le faire. Il risque plutôt de mettre en péril les produits, les services et les investissements actuels qui profitent à l'écosystème de l'information et à tous les Canadiens.

Depuis plus d'un an, nous partageons nos préoccupations et proposons des solutions réfléchies et des modèles de rechange qui permettraient d'atteindre plus efficacement les objectifs politiques sous-jacents. Cependant, au lieu d'envisager un modèle de fonds ou de répondre aux préoccupations que nous et d'autres avons soulevées, les récents amendements ont passé sous silence des problèmes graves, en ont exacerbé d'autres et ont produit toute une série de nouvelles incohérences.

The debate on this legislation has also created dramatically unrealistic expectations among news publishers and politicians, treating Bill C-18 as an unlimited subsidy for Canadian media, and the publisher class has grown so broad under this bill that it won't have an impact where it matters most.

Core among the issues of Bill C-18 is the provisions that override well-established copyright allowances and put a price on links. By making Canada the first country in the world to put a price on free links to web pages, this bill ignores the existing \$250 million value of free traffic to publishers and sets a dangerous precedent that is contrary to the long-term interests of the Canadian news ecosystem. Leaving existing copyright balances intact, as was done with the European Union Copyright Directive, would establish a reasonable baseline that recognizes the value of free traffic and enables negotiation of value-added content and services.

Regrettably, Bill C-18 could see existing support to Canadian news publishers slow down or stop while Google and others seek the clarity we need to ensure a reasonable outcome. Creating clear exemption criteria would have the immediate benefit of encouraging Google and publishers to sit down, reach agreements and flow money to journalism quickly. Replacing final-offer arbitration with standard commercial arbitration, which is relied upon for the most complex business disputes, would be the fair and just way to settle any resulting disputes. Furthermore, clarifying eligibility criteria would ensure that the bill effectively and equitably supports quality journalism for local communities, including ensuring that eligible news businesses actually produce journalism and directly fund the creation of journalism.

The reality of Bill C-18 is that the extreme level of business uncertainty and uncapped financial liability that Google is being asked to accept merely for providing free links to the news sources Canadians are searching for and from which news publishers benefit is unreasonable and threatens to create a situation where everyone loses. If we must pay publishers simply for linking to their sites, making us lose money with every click, it would be reasonable for us, or any business, to reconsider why we would continue to do so.

We remain laser-focused on working constructively with senators, the government and the news industry to fix this legislation and make it work the way it's intended. At minimum, Bill C-18 should include a clear and attainable path to exemption

Le débat sur cette législation a également créé des attentes dramatiquement irréalistes parmi les éditeurs de presse et les politiciens, considérant le projet de loi C-18 comme une subvention illimitée pour les médias canadiens. Et la classe des éditeurs s'est tellement élargie que le projet de loi n'aura pas d'impact là où c'est le plus important.

Parmi les principaux problèmes posés par le projet de loi C-18, on peut citer les dispositions qui annulent les indemnités de droits d'auteur bien établies et qui mettent un prix sur les liens. En faisant du Canada le premier pays au monde à fixer un prix sur les liens gratuits vers des pages Web, ce projet de loi fait fi de la valeur actuelle de 250 millions de dollars du trafic gratuit pour les éditeurs et crée un dangereux précédent contraire aux intérêts à long terme de l'écosystème canadien de l'information. Laisser intactes les provisions existantes en matière de droit d'auteur, comme cela a été fait avec la Directive de l'Union européenne sur le droit d'auteur, établirait une base raisonnable qui reconnaîtrait la valeur du trafic gratuit et permettrait la négociation de contenus et de services à valeur ajoutée.

Malheureusement, le projet de loi C-18 pourrait entraîner un ralentissement ou un arrêt du soutien actuellement apporté aux éditeurs de presse canadiens, alors que Google et d'autres entreprises cherchent à clarifier la situation afin de parvenir à un résultat raisonnable. La création de critères d'exemption clairs aurait pour avantage immédiat d'encourager Google et les éditeurs à s'asseoir ensemble, à conclure des accords et à verser rapidement de l'argent au journalisme. Remplacer l'arbitrage de l'offre finale par l'arbitrage commercial standard, qui est utilisé pour les litiges commerciaux les plus complexes, serait le moyen le plus juste et le plus équitable de régler les litiges. En outre, la clarification des critères d'admissibilité permettrait de s'assurer que le projet de loi soutient efficacement et équitablement le journalisme de qualité pour les communautés locales, notamment en veillant à ce que les entreprises de nouvelles admissibles produisent réellement du journalisme et financent directement la création de journalisme.

La réalité du projet de loi C-18 est que le niveau extrême d'incertitude commerciale et de responsabilité financière non plafonnée que l'on demande à Google d'accepter, simplement pour fournir des liens gratuits vers les sources d'information que les Canadiens recherchent et dont les éditeurs de presse tirent profit, est déraisonnable et menace également de créer une situation où tout le monde est perdant. Si nous devons payer les éditeurs simplement pour établir des liens vers leurs sites, ce qui nous fait perdre de l'argent à chaque clic, il serait raisonnable pour nous, ou pour toute entreprise, de reconsidérer les raisons pour lesquelles nous continuerions à le faire.

Nous restons déterminés à travailler de manière constructive avec les sénateurs, le gouvernement et l'industrie de l'information, afin de corriger cette législation et de la faire fonctionner comme prévu. Au minimum, le projet de loi C-18

that incentivizes businesses like Google to continue to support the Canadian news ecosystem.

We look forward to your questions.

The Chair: Thank you, Mr. Gingras.

We will go to questions now, and we will start with the deputy chair.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechêne: Welcome, gentlemen. So one of the problems with the bill is the vagueness of the value that platforms and news publishers have to negotiate. News publishers refer to 30% of newsroom costs, while platforms, like Google, refer to the commercial value of the news content versus the commercial value of the traffic it drives to news sites.

Can you tell us how you solved this problem in Australia and what amendments you would suggest to remedy it? It seems that this is at the heart of the disagreement between you and the media.

[*English*]

Mr. Gingras: Thank you, Senator Miville-Dechêne, for the question.

It's important to note that, in Australia, the bargaining code that was proposed was indeed a piece of legislation that we considered quite unworkable. We expressed those concerns. There were changes in the bill before it was ultimately passed but, more importantly, the government gave us a clear understanding of how we could be exempt from that bill. Indeed, we proceeded and worked with the industry to address what we were asked to do, and we were never designated under that bill. So that bill does not apply to us in Australia.

To your point, as I've noted in my opening remarks, I think one of the unfortunate problems with the bill is that it creates a disincentive for us to do all we can to connect users to new and diverse voices that are expressing current events in Canada.

Also to your point, the suggestion that somehow this bill should result in compensation by Google and others equal to a third or 30% of newsroom costs is both inaccurate and problematic. I know that was expressed by someone out of Australia, who admitted that it was mere speculation on his part. I have looked into that closely, as we have, and frankly we find no mechanism to even understand what newsroom costs are across Canada or in Australia, for that matter.

devrait inclure une voie d'exemption claire et réalisable qui incite les entreprises comme Google à continuer de soutenir l'écosystème canadien de l'information.

Nous attendons vos questions.

Le président : Merci, monsieur Gingras.

Nous allons maintenant passer aux questions en commençant par la vice-présidente.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechêne : Bienvenue messieurs. Donc, l'un des problèmes du projet de loi est le flou qui entoure la valeur que les plateformes et les éditeurs de presse doivent négocier. Les éditeurs de presse mentionnent 30 % des coûts de salle de rédaction tandis que les plateformes, comme Google, font référence à la valeur commerciale du contenu de l'information par rapport à la valeur commerciale du trafic qu'elle génère vers les sites d'information.

Pouvez-vous nous expliquer comment vous avez résolu ce problème en Australie et quels amendements vous suggèreriez pour y remédier? Il me semble que c'est au cœur du désaccord qui existe entre les médias et vous.

[*Traduction*]

M. Gingras : Merci, sénatrice Miville-Dechêne, pour la question.

Il est important de noter que, en Australie, le code de négociation qui avait été proposé était effectivement un texte législatif que nous jugions plutôt inapplicable. Nous avons exprimé ces préoccupations. Le projet de loi a été modifié avant de finir par être adopté, mais, surtout, le gouvernement nous a clairement indiqué comment nous pouvions être exemptés de ce projet de loi. En effet, nous avons travaillé avec l'industrie pour répondre à ce qui nous était demandé, et nous n'avons jamais été désignés dans le cadre de ce projet de loi. Ce projet de loi ne s'applique donc pas à nous en Australie.

Pour répondre à votre question, comme je l'ai indiqué dans ma déclaration liminaire, je pense que l'un des problèmes regrettables du projet de loi est qu'il nous dissuade de faire tout ce qui est en notre pouvoir pour mettre en contact les usagers avec des voix nouvelles et diversifiées qui expriment l'actualité au Canada.

Pour répondre à votre question également, laisser entendre que, d'une certaine façon, le projet de loi puisse entraîner une indemnisation de la part de Google et d'autres entreprises équivalente à un tiers ou à 30 % des coûts de salles de rédaction est à la fois inexact et problématique. Je sais que cela a été exprimé par une personne de l'Australie, qui a admis que ce n'était qu'une hypothèse de sa part. J'ai examiné la question attentivement, comme nous l'avons fait, et franchement, nous

I would also add that as important as it is — and I think we all agree — that we and others provide support, I would question whether the future of an independent media would be wisely founded upon an economic model that was reliant on a third of its funding from third-party private companies such as Google. Again, we think it's an unrealistic expectation, and we think it's an unwise expectation. We're certainly glad to do all we can, but we don't think that's the right constructive path to get there.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechéne: If you do not accept the 30% calculation, how do you calculate the value of journalistic content on platforms like Google?

[*English*]

Give us a measure of the value of this content. We're going full circle, because if you're not transparent about the value, how can we make progress?

Mr. Gingras: Thank you, Senator Miville-Dechéne.

I believe that we have been transparent. First of all, I would point out, as we have indicated, that news queries on Google's search is less than 2% of overall queries. It's a very small percentage of queries, as I and others have indicated, such as the Reuters Institute. In any society around the world, the percentage of citizens who are interested in serious news is in the single digits, however unfortunate that might be. I think we would all like that to be higher. The number of queries is less than 2%.

The amount of revenue that we earn directly from news on our products is even less than that. That's not difficult for anyone to assess. If you do a query on Google Search for a news topic, such as this bill, you will not see ads. Advertisers are not particularly interested in "newsy queries" as a method of reaching their potential customers. So it is a small percentage.

Again, we're willing to do more than it provides to us, but I think it's important that that be recognized, and that the value we do provide, both in terms of traffic and the many other means that we have used to provide support to the news industry in Canada, also be recognized.

The Chair: Colleagues, please stay within the five-minute parameter.

n'avons trouvé aucun mécanisme nous permettant même de comprendre quels sont les coûts des salles de rédaction au Canada ou en Australie, d'ailleurs.

J'ajouterais également que, même s'il est important — et je pense que nous en convenons tous — que nous et d'autres fournissons un soutien, je me demande si l'avenir d'un média indépendant serait judicieusement fondé sur un modèle économique qui dépendrait pour un tiers de son financement d'entreprises privées tierces telles que Google. Encore une fois, nous pensons qu'il s'agit d'une attente irréaliste et peu judicieuse. Nous sommes certainement heureux de faire tout ce que nous pouvons, mais nous ne pensons pas que ce soit la bonne voie constructive pour y parvenir.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechéne : Si vous n'acceptez pas ce calcul de 30 %, comment calculez-vous la valeur du contenu journalistique sur des plateformes comme Google?

[*Traduction*]

Donnez-nous une mesure de la valeur de ce contenu. Nous tournons en rond, parce que si vous n'êtes pas transparents au sujet de la valeur, comment pouvons-nous progresser?

M. Gingras : Merci, sénatrice Miville-Dechéne.

Je pense que nous avons été transparents. D'abord, je signalerais, comme nous l'avons mentionné, que les requêtes d'actualités dans le moteur de recherche de Google représentent moins de 2 % de l'ensemble des requêtes. Il s'agit d'un très faible pourcentage de requêtes, comme d'autres personnes et moi l'avons indiqué, tel que l'Institut Reuters. Dans toutes les sociétés du monde, le pourcentage de citoyens qui s'intéressent aux informations sérieuses est inférieur à 10 %, si regrettable que cela puisse être. Je pense que nous aimerions tous que ce pourcentage soit plus élevé. Le nombre de requêtes est inférieur à 2 %.

Les revenus que nous tirons directement des nouvelles sur nos produits sont encore inférieurs à cela, ce qui n'est pas difficile à évaluer. Si vous faites une recherche dans Google pour un sujet d'actualité, comme le présent projet de loi, vous ne verrez pas de publicité. Les annonceurs ne sont pas particulièrement intéressés par les « requêtes d'actualité » pour rejoindre leurs clients potentiels. Il s'agit donc d'un faible pourcentage.

Encore une fois, nous sommes disposés à en faire plus que ce que cela nous apporte, mais je pense qu'il est important que cela soit reconnu, et que la valeur que nous apportons, en ce qui concerne le trafic et les nombreux autres moyens que nous avons utilisés pour soutenir l'industrie de l'information au Canada, soit également reconnue.

Le président : Chers collègues, veuillez vous en tenir au paramètre des cinq minutes.

Senator Miville-Dechêne: Am I past mine?

The Chair: Yes. Please just try to stay within a five-minute parameter for questions and answers. Then, if time permits, we can have a second round.

Senator Simons: You've come in today with a rather conciliatory statement, Mr. Gingras. Google's public-facing comments before this have been that, were we to pass Bill C-18, you would pull out of the market and block Canadians from not only seeing Canadian news but international news on Google searches. Is that still Google's position?

Given the rise of AI, which was not really considered seriously at the time this bill was drafted, would it not prejudice your use and development of AI technology if you blocked all Canadians from seeing Canadian and international news links via your search engine?

Mr. Gingras: Thank you, senator.

First of all, I don't recall that we've ever made a statement that we would pull out of Canada. What we have stated is that, given the legal framework of Bill C-18, we would have to reconsider how we use links. Clearly, we would prefer not —

Senator Simons: The language was that you would block Canadians from accessing both Canadian-produced and international news on your platform.

Mr. Gingras: As part of these recent tests, we stated that we had to evaluate our use of links and, through those tests, we did, indeed, for that five-week period, not block, but we did not have those news sources in our index. Of course, Canadians could visit those sites in many other ways, but yes, for that short period, for a very small percentage of Canadians, that was the case.

Senator Simons: They were blocked and they could have gone to Bing or Yahoo or another search engine, but you would have to know first that you were filtering out all news.

My question is, how could that possibly work for you in an AI model that requires as much data as possible? Would you not be shooting yourselves in the foot?

Mr. Gingras: Senator, we're in the very early stages of the development of these technologies. We certainly recognize their huge potential benefit, and we'll continue to develop them with that in mind.

La sénatrice Miville-Dechêne : Ai-je dépassé mon temps?

Le président : Oui. Je vous prie d'essayer de vous en tenir au paramètre des cinq minutes pour les questions et les réponses. Puis, si le temps le permet, nous aurons un deuxième tour.

La sénatrice Simons : Vous avez fait aujourd'hui une déclaration plutôt conciliante, monsieur Gingras. Auparavant, Google a déclaré publiquement que si nous adoptions le projet de loi C-18, il se retirerait du marché et empêcherait les Canadiens de voir non seulement les actualités canadiennes, mais aussi les actualités internationales dans les recherches effectuées sur Google. Est-ce toujours la position de Google?

Compte tenu de l'essor de l'intelligence artificielle, qui n'était pas vraiment pris au sérieux à l'époque où le projet de loi a été rédigé, ne serait-il pas préjudiciable à votre utilisation et au perfectionnement de la technologie de l'intelligence artificielle que vous empêchiez tous les Canadiens de voir les liens vers les actualités canadiennes et internationales par l'intermédiaire de votre moteur de recherche?

M. Gingras : Merci, sénatrice Simons.

Tout d'abord, je ne me rappelle pas que nous ayons déclaré que nous nous retirerions du Canada. Ce que nous avons dit, c'est que, compte tenu du cadre juridique du projet de loi C-18, nous devrions revoir la façon dont nous utilisons les liens. Manifestement, nous préfererions ne pas...

La sénatrice Simons : Ce que vous avez dit, c'est que vous empêcheriez les Canadiens d'accéder aux nouvelles produites au Canada et aux nouvelles internationales sur votre plateforme.

M. Gingras : Dans le cadre de ces tests récents, nous avons déclaré que nous devions évaluer notre utilisation des liens et, grâce à ces tests, nous avons effectivement, pour cette période de cinq semaines, non pas bloqué, mais exclu ces sources d'information de notre répertoire. Bien sûr, les Canadiens pouvaient consulter ces sites de bien d'autres façons, mais oui, durant cette brève période, c'était le cas pour un très faible pourcentage de Canadiens.

La sénatrice Simons : Leur accès était bloqué, et ils ne pouvaient pas consulter Bing, Yahoo ou un autre moteur de recherche, mais il aurait d'abord fallu savoir que vous filtriez et excluiez toutes les nouvelles.

Ma question est la suivante : comment cela pourrait-il fonctionner pour vous dans un modèle d'intelligence artificielle qui exige le plus grand nombre de données possible? Ne seriez-vous pas en train de vous tirer dans le pied?

M. Gingras : Sénatrice Simons, nous en sommes aux toutes premières étapes de la mise au point de ces technologies. Nous reconnaissons certainement leurs énormes avantages potentiels, et nous continuerons de les mettre au point en gardant cela à l'esprit.

Again, as we speak here today, we are eagerly, if not desperately, seeking a constructive path forward. We don't want to end up in a position where news is not in our products. We would rather not that at all, but as we've indicated, even indicated with the tests, the primary usage of our products by Canadians is to find all manner of things other than news. That is, indeed, the core of the —

Senator Simons: Before I run out of time, if I can just get in another question: In your additional materials, you suggested that one of your concerns with Bill C-18 is that it doesn't do enough to impose journalistic standards on news or to make sure that you are allowed to elevate certain news sources over others. As a former journalist myself, I'm concerned at the idea of either the state or these corporations deciding what is or is not acceptable news. Are you calling on the government to create more policing of what is published before you would accept this kind of legislation?

Mr. Gingras: No, senator, that wasn't our intent there at all. I would share your concerns. I don't think it's up to the government or anyone to decide exactly what journalism is. The point we were trying to make, and will continue to make, is that the underlying precept of the bill was to drive support for the development of quality journalism for local communities across Canada, but the breadth of the definition of "eligible news businesses" appears to go far beyond that, such that it won't proportionally help with what we just said, providing quality journalism to local communities. That was our concern there.

Senator Simons: In terms of your undue preference concerns, my understanding of this clause is that it's meant to make sure that neither Google nor Facebook can penalize companies that are not in productive negotiations or are not playing well with others, but do you interpret that to mean that you would not be able to index quality and acceptable sites over others?

Mr. Gingras: Precisely. What we were pointing out, simply, was that we felt — and my colleague Mr. Kee might want to jump in on this — that the language with regard to undue preference was not clear and that it could be interpreted, or misinterpreted, to suggest that we could not rank, as we do, to provide users with the most relevant and authoritative sources. It might subject us to many challenges, legal challenges, of our ranking efforts. That was our concern. If our understanding and interpretation of that is incorrect, we'd be pleased with that, but I'll let Mr. Kee add, if he has the time.

Encore une fois, au moment où nous nous parlons ici aujourd'hui, nous sommes impatients, voire désespérés, de trouver une voie constructive pour aller de l'avant. Nous ne voulons pas nous retrouver dans une situation où les nouvelles ne sont pas dans nos produits. Nous préférierions que ce ne soit pas du tout le cas, mais comme nous l'avons dit, même avec les tests, la principale utilisation de nos produits par les Canadiens est de trouver toutes sortes de choses autres que des nouvelles. C'est, en effet, au cœur du...

La sénatrice Simons : Avant de manquer de temps, j'aimerais juste poser une autre question : dans vos documents supplémentaires, vous avez laissé entendre que l'une de vos préoccupations par rapport au projet de loi C-18 est qu'il n'en fait pas assez pour imposer des normes journalistiques aux nouvelles ou pour faire en sorte que vous puissiez être autorisés à privilégier certaines sources d'informations par rapport à d'autres. Étant moi-même une ancienne journaliste, je m'inquiète de l'idée que ce soit l'État ou ces entreprises qui décident de ce qui constitue ou non des nouvelles acceptables. Demandez-vous au gouvernement de mieux surveiller ce qui est publié avant d'accepter ce genre de loi?

M. Gingras : Non, sénatrice Simons, ce n'était pas du tout notre intention. Je comprends vos préoccupations. Je ne pense pas que le gouvernement ou qui que ce soit doive décider exactement ce qu'est le journalisme. Le point que nous essayons de faire valoir, et nous continuerons de le faire, est que le précepte sous-jacent du projet de loi était de soutenir l'épanouissement d'un journalisme de qualité pour les communautés locales d'un bout à l'autre du Canada, mais l'étendue de la définition des « entreprises de nouvelles admissibles » semble aller beaucoup plus loin, de sorte que cela ne contribuera pas proportionnellement à ce que nous venons de dire, à savoir la fourniture d'un journalisme de qualité aux communautés locales. C'est ce qui nous préoccupe.

La sénatrice Simons : En ce qui concerne vos préoccupations relatives à la préférence indue, je crois comprendre que cette disposition vise à garantir que ni Google ni Facebook ne peuvent pénaliser les entreprises qui ne sont pas engagées dans des négociations productives ou ne collaborent pas bien avec les autres, mais est-ce que vous interprétez cela comme signifiant que vous ne seriez pas en mesure de répertorier des sites de qualité et des sites acceptables par rapport à d'autres?

M. Gingras : Exactement. Ce que nous soulignons, simplement, c'est que nous avons l'impression — et mon collègue M. Kee pourrait vouloir intervenir sur ce point — que le libellé relatif à la préférence indue n'était pas clair et qu'il pouvait être interprété ou mal interprété pour donner à penser que nous ne pouvions pas faire une classification, comme nous le faisons, pour fournir aux utilisateurs les sources les plus pertinentes et faisant le plus autorité. Cela pourrait nous exposer à de nombreuses contestations, à des contestations judiciaires, concernant nos efforts de classement. C'était notre

Jason J. Kee, Government Affairs and Public Policy Counsel, Google Canada: Quickly, that is exactly right. The concern is that the undue preference provision can render us potentially liable for elevating any sort of information if someone feels they have been disadvantaged, and that could easily apply to purveyors of non-authoritative content who are unhappy about the fact that they're not high up in the ranking. This provision was improved at the other place, but it still renders us potentially liable, so we're quite concerned about it.

[Translation]

Senator Cormier: I'd like to welcome the witnesses. My question is for Mr. Gingras. Can you give some examples of agreements entered into with Canadian media companies so we can fully understand what type of media you are dealing with?

[English]

Mr. Gingras: Thank you.

In our efforts and programs in Canada, there are many. They range from training programs to innovation challenges to our relationships with the Google News Showcase. In all of those efforts, we seek to address and make our programs available to as diverse an array of publishers as we possibly can, without fear nor favour to any individually over another. As I mentioned with Google News Showcase, under those arrangements, that supporting news organization is in approximately 120 communities across Canada. Again, it is our objective to be as broad and diverse as possible.

As I mentioned in the prior hearing, I've spent a tremendous amount of time working with publishers in Canada, both legacy publishers and emerging publishers. There's an extraordinary array of emerging news publishers in Canada, and we've worked closely with them to help in their development, and we would love to continue to do so. I think their voices should be heard in these debates as well.

[Translation]

Senator Cormier: Thank you for your answer.

I would like to understand the issue around clause 11, the issue of exemptions, as you seem to enter into agreements with various types of media. In the document I received at my office a few days ago, why do you say that the bill as it stands now gives a strong incentive to digital news intermediaries to wait to enter

préoccupation. Si notre compréhension et notre interprétation sont incorrectes, nous en serions ravis, mais je vais laisser M. Kee ajouter quelque chose, s'il en a le temps.

Jason J. Kee, conseiller en affaires gouvernementales et en politique publique, Google Canada : Rapidement, c'est tout à fait cela. La préoccupation, c'est que la disposition relative à la préférence indue puisse nous rendre responsables de la diffusion de toutes sortes d'informations si quelqu'un estime avoir été désavantagé, et cela pourrait facilement s'appliquer aux fournisseurs de contenu ne faisant pas autorité qui ne sont pas satisfaits du fait qu'ils ne sont pas en haut du classement. Cette disposition a été améliorée à l'autre endroit, mais elle nous rend toujours potentiellement responsables, ce qui nous préoccupe beaucoup.

[Français]

Le sénateur Cormier : Bienvenue aux témoins. Ma question s'adresse à M. Gingras. Pouvez-vous nous donner quelques exemples des ententes conclues avec des médias canadiens afin que l'on comprenne bien avec quel type de médias vous faites affaire?

[Traduction]

M. Gingras : Merci.

Dans le cadre de nos efforts et de nos programmes au Canada, ils sont nombreux. Cela va des programmes de formation aux défis de l'innovation, en passant par nos relations avec Google Vitrine Actualités. Dans tous ces efforts, nous cherchons à nous adresser à un éventail d'éditeurs aussi divers que possible et à mettre nos programmes à leur disposition, sans crainte ni préférence pour l'un ou l'autre. Comme je l'ai mentionné à propos de Google Vitrine Actualités, dans le cadre de ces accords, l'organisme de presse est présent dans environ 120 collectivités du Canada. Là encore, notre objectif est d'être aussi large et diversifié que possible.

Comme je l'ai mentionné lors de l'audience précédente, j'ai passé énormément de temps à travailler avec des éditeurs au Canada, qu'il s'agisse d'éditeurs traditionnels ou d'éditeurs émergents. Il existe un nombre extraordinaire d'éditeurs de presse émergents au Canada, et nous avons travaillé en étroite collaboration avec eux pour les aider à prendre de l'expansion, et nous aimerions continuer de le faire. Je pense que leur voix devrait également être entendue dans ces débats.

[Français]

Le sénateur Cormier : Je vous remercie pour cette réponse.

J'aimerais comprendre l'enjeu concernant l'article 11, la question des exemptions, puisque vous semblez conclure des ententes avec différents types de médias. Pourquoi, dans le document que j'ai reçu à mon bureau il y a quelques jours, dites-vous que dans sa forme actuelle, le projet de loi incite

into voluntary agreements with news publishers until the regulator clarifies the situation? What's stopping you from entering into voluntary agreements with as many diverse media outlets as possible, which would ensure that you get the exemption?

[English]

Mr. Gingras: We feel the exemption criteria at this stage are quite vague, such that we're not sure how that is a potentially good path. Furthermore, given that, it's unclear in our minds how it creates the right incentives by the publishing industry itself to come to the table and reasonably negotiate such that we might actually effectively pursue an exemption, but Mr. Kee might have a more detailed explanation on the technical perspective.

Mr. Kee: The purpose of the exemption criteria, as we understand it, is to incentivize voluntary agreements and to provide, essentially, an out. It's the proverbial carrot to the stick of the mandatory bargaining regime that's in the bill. The challenge that we find with the wording that is currently there is it's so expansive as to effectively require you to have an agreement in place with every single publisher, and that wouldn't necessarily be feasible, given the fact there's a wide range of publishers and they all have different needs.

It is also worth noting that the exemption criteria require all these deals to look alike, and it requires them to be paying and receiving compensation for the making available of their content. We find with a lot of smaller publishers that using in-kind programs, training and other kinds of programming and support that we have, is actually more effective. The exemption criteria that are there do not actually reflect that.

Lastly, we just want clarity about what exactly is enough, how much are we expected to be contributing, and we don't have that kind of clarity.

[Translation]

Senator Cormier: You say that the CRTC has no experience with news — that's what it says in the document I received. It is reasonable to expect that the regulatory process will be lengthy.

Since you're afraid that the process will take too long, why haven't you taken more initiative to enter into voluntary agreements beyond the exemption criteria? You are in a position today, before the bill is in place, to enter into agreements with a range of different media. Why aren't you doing that?

fortement les intermédiaires de nouvelles numériques à attendre de conclure des ententes volontaires avec les éditeurs de nouvelles jusqu'à ce que l'organisme de réglementation clarifie la situation? Qu'est-ce qui vous empêche de conclure des ententes volontaires avec le plus grand nombre de médias diversifiés possibles, ce qui ferait en sorte que vous bénéficiez de l'exemption?

[Traduction]

M. Gingras : Nous trouvons les critères d'exemption en ce moment plutôt vagues, de telle sorte que nous ne sommes pas certains de savoir qu'il s'agit d'une bonne voie à suivre. De plus, pour cette raison, il n'est pas clair pour nous en quoi cela crée les bons incitatifs pour que l'industrie de l'édition elle-même vienne à la table et négocie raisonnablement afin que nous puissions réellement obtenir une exemption, mais M. Kee pourrait avoir une explication plus détaillée sur la perspective technique.

M. Kee : L'objectif des critères d'exemption, tel que nous le comprenons, est d'encourager les ententes volontaires et de fournir essentiellement une porte de sortie. Comme on dit, c'est l'approche de la carotte plutôt que du bâton en ce qui concerne le processus de négociation obligatoire qui figure dans le projet de loi. Là où le libellé pose problème selon nous, c'est qu'il est si large actuellement qu'il nous oblige à avoir un accord en place avec chaque éditeur, ce qui ne serait pas nécessairement faisable, vu le vaste éventail d'éditeurs existants et le fait qu'ils ont tous des besoins différents.

Il convient aussi de souligner que, selon les critères d'exemption, tous ces accords doivent se ressembler, et il faut les payer et recevoir une indemnisation pour rendre leur contenu disponible. Nous constatons que, pour beaucoup de petits éditeurs, l'utilisation de programmes en nature, de formations et d'autres types de programmes et de soutien que nous avons, est en fait plus efficace. Les critères d'exemption en vigueur ne reflètent pas cette réalité.

Enfin, nous voulons simplement savoir clairement ce qui est suffisant, combien nous sommes censés contribuer, et nous n'avons pas ce genre de clarté.

[Français]

Le sénateur Cormier : Vous dites que le CRTC n'a aucune expérience des nouvelles — c'est ce qui apparaît dans le document que j'ai reçu. On peut raisonnablement s'attendre à ce que les procédures réglementaires soient longues.

Puisque vous avez peur que le processus soit trop long, pourquoi n'avez-vous donc pas pris davantage d'initiatives afin de conclure des ententes volontaires au-delà des critères d'exemption? Vous êtes en mesure aujourd'hui, avant la mise en place du projet de loi, de conclure des ententes avec un ensemble de médias différents. Pourquoi ne le faites-vous pas?

[English]

Mr. Kee: I think we have done exactly that. The Google News Showcase is our premier program where we actually will engage with a news publisher partner, who will then provide us, essentially, curated news information that we then show on certain products, particularly our Google News and Google Discover products. This is a program that isn't necessarily suitable for all publishers. It requires them to participate and provide a certain volume of content to us that some smaller publishers are not necessarily going to be capable of doing, which is why we offer alternative programs to small- or medium-sized publishers, by and large.

So to be clear, we have been engaging with publishers in Canada voluntarily for some time, long before Bill C-18 was introduced, and, again, we wish to continue to do so. The challenge we face is that without a clear sense of a path to exemption, we don't know what else we should be doing, how much we should be spending and what the expectations are. Until we have that kind of clarity, it's difficult for us to move forward.

Senator Quinn: Thank you for being here this evening. It is good to see you again, Mr. Kee.

We had our meeting on April 19, and we talked a bit about — I was interested in what the impact is of providing the links to news outlets in terms of the effect on Google's revenue. We couldn't really get into that during the meeting, but I looked around a little bit to see what I could find in terms of revenue for Google, and from 2013 to 2023, revenues went from \$55 billion to \$280 billion. I understand that revenues are largely driven by advertising at around 80%, so that means that last year there would have been revenue of about \$224 billion driven by advertising. What is interesting for me is that for our traditional publications, advertising has gone down, and I assume Google's has gone up from this information that they provide.

I want to go back to Mr. Gingras saying that 1% is tied to links. I think my colleague was trying to get at quantifying something. I want to get a quantification of how much revenue Google accrues from the 1% news links that are provided. If it is 1%, it could be somewhere around \$22 billion tied to advertising. Even assuming it's half of that, it would be \$10 billion.

There has to be a relationship between advertising disappearing from traditional publications and Google providing links and benefitting from providing links to have that news

[Traduction]

M. Kee : Je pense que c'est exactement ce que nous avons fait. Google Vitrine Actualités est notre principal programme, dans le cadre duquel nous collaborons avec un éditeur de presse partenaire, qui nous fournira essentiellement des informations de presse classées que nous afficherons ensuite sur certains produits, en particulier nos produits Google Actualités et Google Discover. C'est un programme qui ne convient pas nécessairement à tous les éditeurs. Il les oblige à participer et à nous fournir un certain volume de contenu que certains petits éditeurs ne seront pas nécessairement en mesure de faire, et c'est pourquoi nous offrons des programmes de rechange aux petits et moyens éditeurs, dans l'ensemble.

Donc, pour être clair, nous collaborons volontairement avec des éditeurs au Canada depuis un certain temps, bien avant l'introduction du projet de loi C-18, et encore une fois, nous souhaitons continuer de le faire. Le défi qui nous attend, c'est que sans une idée claire de la voie à suivre pour obtenir une exemption, nous ne savons pas ce que nous devrions faire d'autre, combien nous devrions dépenser et quelles sont les attentes. Tant que nous n'aurons pas cette clarté, il est difficile pour nous d'aller de l'avant.

Le sénateur Quinn : Merci d'être ici ce soir. Je suis heureux de vous revoir, monsieur Kee.

Notre dernière réunion a eu lieu le 19 avril, et nous avons un peu parlé de... Je voulais savoir quelles sont les répercussions pour vous de fournir les liens vers les organes de presse au chapitre des effets sur les revenus de Google. Nous n'en avons pas vraiment parlé durant la réunion, mais j'ai fait quelques recherches pour voir ce que je pouvais trouver en ce qui concerne les revenus pour Google, et de 2013 à 2023, les revenus sont passés de 55 milliards à 280 milliards de dollars. Je crois savoir que les revenus proviennent principalement des annonces, à hauteur de 80 %, donc cela signifie que, l'an dernier, environ 224 milliards de dollars de revenus auraient été tirés de la publicité. Ce que je trouve intéressant, c'est que, pour nos publications traditionnelles, les publicités ont diminué, et je présume que celles de Google ont augmenté à partir de cette information que l'entreprise fournit.

J'aimerais revenir à ce que M. Gingras disait, à savoir qu'une tranche de 1 % est associée aux liens. Je pense que mon collègue essayait de quantifier quelque chose. J'aimerais savoir combien de revenus Google tire de ce 1 % de liens d'actualité fournis. Si c'est 1 %, cela pourrait représenter environ 22 milliards de dollars liés à la publicité. Même en supposant qu'il s'agit de la moitié de cette somme, cela représenterait 10 milliards de dollars.

Il doit y avoir une relation entre la disparition des annonces qui paraissaient dans les publications traditionnelles et la fourniture de liens par Google et le fait que Google fournisse des

transmitted via the platform. As we said during the meeting, I believe people should be compensated for the work that they do.

I want to see what comments you and Mr. Gingras have in terms of those values. I may be way off base, but that is from your own annual report.

Mr. Gingras: Senator, if I may, I think one of the unfortunate parts of the situation is a misunderstanding of what has happened to the advertising environment with the introduction of the internet. The suggestion has often been made, and it was somewhat embedded in your question, that somehow the advertising revenue of news organizations moved to Google, and that really wasn't the case.

You can see that in our own individual behaviours. Newspapers in their day were the internet of their communities. You went to them for all kinds of information. But the internet changed that. It was the internet that disrupted the advertising environment. There were four key categories that drove revenue for newspapers. Probably 75% to 80% were classified ads, which moved to the internet. When you look for an apartment for your son or daughter, you go to a classified ad service on the internet. Department stores are now a shadow of their former selves in a world of e-commerce. Food discount coupons in the paper, which my mom always used — supermarkets don't work that way anymore; they have loyalty programs. None of that revenue came to Google. Automotive dealers — none of that money came to Google. The internet disrupted the advertising environment, without question.

One huge benefit — and I want to end on this point — is that small businesses in communities could not afford to advertise in newspapers. Small businesses are a majority of our advertisers because of the cost effectiveness and efficiency of internet advertising. It is important to keep that in mind as we look at this debate.

As we've noted, we're willing to do our part to support the news industry, but we should do it on a sound basis of understanding what actually happened in the world of advertising and what values we currently provide in terms of, for instance, search traffic. As I've noted, it's a small percentage for us, but it's often a large percentage for news publishers. It has replaced the 30% of their operating expenses that they used to pay for distribution and news stands, and now that comes to services like Google search at no cost to them at all.

liens pour que les nouvelles soient transmises par l'intermédiaire de la plateforme et en tire des bénéfices. Comme nous l'avons dit pendant la réunion, je pense que les gens devraient être rémunérés pour le travail qu'ils font.

J'aimerais entendre vos commentaires, monsieur Kee et monsieur Gingras, par rapport à ces valeurs. Je suis peut-être à côté de la plaque, mais ces données sont tirées de votre propre rapport annuel.

M. Gingras : Sénateur Quinn, si je peux me permettre, je pense que l'une des parties malheureuses de la situation est une mauvaise compréhension de ce qui est arrivé à l'environnement de la publicité avec l'introduction d'Internet. On a souvent laissé entendre, et cela était en quelque sorte intégré dans votre question, que, d'une certaine façon, les recettes publicitaires des organismes de presse étaient transférées à Google, ce qui n'est pas du tout le cas.

Vous le voyez dans vos propres comportements individuels. À leur époque, les journaux étaient l'Internet de leurs communautés. Vous les consultiez pour obtenir toutes sortes d'information. Mais Internet a changé la donne. C'est Internet qui a perturbé l'environnement publicitaire. Quatre principales catégories stimulaient les recettes des journaux. Probablement 75 à 80 % étaient les petites annonces, qui ont été transférées à Internet. Lorsque vous cherchez un appartement pour votre fils ou votre fille, vous consultez un service de petites annonces sur Internet. Les grands magasins sont maintenant l'ombre d'eux-mêmes dans un monde de commerce électronique. Les coupons-rabais alimentaires dans le journal, que ma mère utilisait toujours... Les supermarchés ne fonctionnent plus de cette façon, ils ont des programmes de fidélisation. Aucune partie de ces revenus n'a été versée à Google. Les concessionnaires automobiles... aucune partie de cet argent n'a été versée à Google. Il ne fait aucun doute qu'Internet a perturbé l'environnement publicitaire.

Un énorme avantage — et je veux terminer là-dessus — c'est que les petites entreprises dans les collectivités n'avaient pas les moyens de faire de la publicité dans les journaux. Les petites entreprises comptent pour la majorité de nos annonceurs en raison de la rentabilité et de l'efficacité de la publicité sur Internet. Il est important de garder cela à l'esprit dans le cadre de ce débat.

Comme nous l'avons souligné, nous sommes disposés à apporter notre contribution pour soutenir l'industrie de l'information, mais nous devrions le faire en ayant une bonne compréhension de ce qui s'est réellement passé dans le monde de la publicité et des valeurs que nous offrons actuellement, par exemple, en ce qui concerne le trafic de recherche. Comme je l'ai dit, c'est un faible pourcentage pour nous, mais c'est souvent un pourcentage élevé pour les éditeurs de presse. Cela a remplacé les 30 % de leurs dépenses de fonctionnement qu'ils

Senator Quinn: Would you agree that it is fair to say that there is some revenue accrual to Google's favour with the shifting in advertising, and not just the classified ads? As I said, if it's \$20 billion, cut it in half and it's \$10 billion, and cut that in half and it's \$5 billion. There is some accrual that comes back from the shift in some advertising that would be in traditional newspapers. Some of those newspapers are regional newspapers, which we have lost so many of. Wouldn't it be reasonable to assume that the company benefitting from that should have some dialogue with them to come to an agreement? That's the first part of my question.

The second part is that I understand you have had deals with some of the larger publications in Canada. Have there been discussions with other publications in Canada to work out deals?

The last part of my question is that I understand in Australia that this is exactly what was happening so that you were exempt. The deals were made and you were no longer applicable to the law. What progress are you making in those negotiations to avoid being subject to this particular bill should it pass?

Mr. Gingras: One thing I should point out in regard to Australia is that the class of eligible news businesses was exponentially smaller than what we see in Bill C-18. It was a much more targeted approach.

We would very much like to engage in that dialogue. We have been engaging in that dialogue, but expectations have to be reasonable and appropriate to both parties. I think that is what is at question here: Is that reasonable and appropriate? We will certainly continue that dialogue.

What I would urge us to do is to make sure we're thinking of the future and not the past. We shouldn't look at this legislation to recreate the past, which is now gone, but how to put the focus driving the necessary innovation by emerging players and legacy players.

The Chair: Mr. Gingras, I hate to interrupt you, but Senator Quinn's time is up.

Senator Cardozo: Thank you both for being here.

If I can take that discussion further, Mr. Gingras, I gather that you would have preferred a different model, the fund model, but

consacraient auparavant à la distribution et aux kiosques de nouvelles, et cela revient maintenant à des services comme le moteur de recherche Google, sans aucun coût pour eux.

Le sénateur Quinn : Diriez-vous qu'il est juste de dire qu'il y a une certaine accumulation de revenus en faveur de Google avec le déplacement de la publicité, et pas seulement les petites annonces? Comme je l'ai dit, s'il s'agit de 20 milliards de dollars, coupez la somme en deux, et vous obtiendrez 10 milliards de dollars, puis coupez ce montant en deux, et vous obtiendrez 5 milliards de dollars. Il y a une certaine accumulation qui découle du déplacement de certaines publicités qui paraissaient dans les journaux traditionnels. Certains de ces journaux sont des journaux régionaux, dont nous avons perdu un grand nombre. Ne serait-il pas raisonnable de supposer que l'entreprise qui en bénéficie devrait dialoguer avec eux pour parvenir à un accord? C'est la première partie de ma question.

La deuxième partie, c'est que je crois comprendre que vous avez des accords avec certaines des grandes publications au Canada. Avez-vous discuté avec d'autres publications au Canada pour négocier des accords?

La dernière partie de ma question, c'est que j'ai cru comprendre qu'en Australie, c'est exactement ce qui se passait pour que vous soyez exempté. Les accords étaient conclus, et vous n'étiez plus soumis à la loi. Où en êtes-vous dans ces négociations pour éviter d'être soumis à ce projet de loi s'il était adopté?

M. Gingras : Une chose que j'aimerais souligner en ce qui concerne l'Australie, c'est que la catégorie des entreprises de nouvelles admissibles était exponentiellement plus petite que ce que nous voyons dans le projet de loi C-18. Il s'agissait d'une approche beaucoup plus ciblée.

Nous aimerions beaucoup participer à ce dialogue. Nous y avons participé, mais les attentes doivent être raisonnables et appropriées pour les deux parties. Je pense que c'est ce qui est en jeu ici : est-ce raisonnable et approprié? Nous poursuivrons assurément ce dialogue.

Je vous inviterais à faire en sorte que nous pensions à l'avenir et non pas au passé. Nous ne devrions pas examiner ce projet de loi pour recréer le passé, qui est maintenant révolu, mais plutôt mettre l'accent sur l'innovation nécessaire de la part des acteurs émergents et des acteurs traditionnels.

Le président : Monsieur Gingras, je déteste vous interrompre, mais le temps du sénateur Quinn est écoulé.

Le sénateur Cardozo : Merci à vous deux d'être ici.

Si je peux amener cette discussion plus loin, monsieur Gingras, je crois comprendre que vous avez privilégié un modèle

I see that you have deals with a number of outlets at this point. You agree that you are prepared to help Canadian news media. What would you rather see instead of this bill?

Mr. Gingras: Senator, we feel that the role of a search engine is extraordinarily important in an open society. We do our absolute best to do that in a highly principled way. We think and know that citizens around the world trust us because they feel we do that well. I think it would damage that trust to the extent it was perceived that we had a direct hand in funding news organizations in societies. Now, we've done that. We feel that we've been guided to do that in places around the world, but I don't see that as an ideal approach.

We would rather see an approach such as a fund where the structure and criteria were carefully crafted, where it was governed by others and not us, and where the sources of the revenue could indeed be largely from us, not necessarily tied to individual companies but to a broader class of activity. How do we come up with a model that achieves the right result, doesn't create undue influences on anyone's part and achieves a longer-term objective in the interest of the news industry?

Among the emerging players are people who are being successful and profitable in the world of digital news. The situation is not nearly as dire as some have suggested. People are making this work, but they tend to be new organizations who figured out how to be effective in our modern digital world.

Senator Cardozo: In terms of the fund, you said it would be governed by someone other than those in the industry. Who would it be governed by, and who would set up a governance structure?

Mr. Gingras: I could give you an example, but I suspect that you are all far more expert at this than us. In the past I have referred to Canada's journalism labour tax credit. It had very clear criteria. In fact, we actually echoed it in our work with Google Showcase. They created a board of experts to adjudicate appeals for folks whose application might have been rejected. I'm not sure how those were appointed. I suspect that they were done like in other commissions and bodies to try to represent expertise from across the landscape. There are many ways to do that, both in your protection from undue influence either from private entities like us or, as others might suggest, concerns about government influence as well.

différent, un modèle de fonds, mais je vois que vous avez conclu des accords avec un certain nombre d'organes de presse à ce stade. Vous reconnaissez être prêts à aider les médias d'information canadiens. Que préféreriez-vous voir à la place de ce projet de loi?

M. Gingras : Sénateur, nous pensons que le rôle d'un moteur de recherche est extraordinairement important dans une société ouverte. Nous faisons de notre mieux pour le faire d'une manière fondée sur de grands principes. Nous pensons et savons que les citoyens du monde entier nous font confiance parce qu'ils pensent que nous le faisons bien. Je pense que cela nuirait à cette confiance dans la mesure où l'on percevrait que nous avons contribué directement au financement des organismes de presse dans les sociétés. Maintenant, nous avons fait cela. Nous pensons que nous avons été guidés pour le faire dans des endroits du monde entier, mais je ne vois pas cela comme une approche idéale.

Nous préférions voir une approche comme un fonds, dont la structure et les critères seraient soigneusement élaborés, qui serait régi par d'autres et non par nous et dont les sources de revenus pourraient en effet provenir en grande partie de nous, et être liées non pas nécessairement à des entreprises individuelles, mais à une catégorie d'activités plus large. Comment trouver un modèle qui donne le bon résultat, ne crée pas d'influences indues de la part de qui que ce soit et atteint un objectif à plus long terme dans l'intérêt de l'industrie de l'information?

Parmi les acteurs émergents figurent des personnes qui réussissent et qui sont rentables dans le monde des nouvelles numériques. La situation n'est pas aussi grave que certains l'ont laissé entendre. Les gens font ce travail, mais ce sont généralement de nouvelles organisations qui ont compris comment être efficaces dans notre monde numérique moderne.

Le sénateur Cardozo : En ce qui concerne le fonds, vous avez dit qu'il serait régi par quelqu'un d'autre que les gens de l'industrie. Par qui serait-il régi et qui mettrait en place une structure de gouvernance?

M. Gingras : Je pourrais vous donner un exemple, mais je soupçonne que vous êtes tous beaucoup plus experts que nous dans ce domaine. Dans le passé, j'ai fait référence au crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne. Il avait des critères très clairs. En fait, nous l'avons confirmé dans notre travail avec la Vitrine Google. Ils ont créé un comité d'experts chargé de statuer sur les appels des personnes dont la candidature aurait pu être rejetée. Je ne sais pas comment ceux-ci ont été nommés. Je soupçonne que les nominations ont été faites comme dans d'autres commissions et organismes pour essayer de représenter l'expertise de l'ensemble du secteur. Il existe de nombreuses façons de le faire, à la fois dans le cadre de votre

Senator Cardozo: That is not all that different from this in that you would have a government-appointed body, the CRTC — or perhaps not the CRTC — who would oversee this. Would you still not be having deals with news businesses?

Mr. Gingras: Well, under our understanding of the bill, yes, it guides us toward private negotiations either with collectives or individuals. If that's the only way this can happen, we would do that. Again, my concern with that is that we've had this experience. We've tried to be very equitable and criteria-driven with our work with Google News Showcase. But that tends to guide suspicion on the part of others. I think it's also important to come up with structures that actually reinforce trust, not only in the news media but in the mechanisms of actually supporting the news media.

Senator Cardozo: At this point, how many deals do you have in place, and do they cover ethnic and Indigenous media?

Mr. Gingras: I don't have the exact number of deals in my head. We can certainly get that. I do know it covers [Technical difficulties] down to as small as Yellowknife. I don't know the specific populations they serve. I imagine they're diverse. I would like to think they include Indigenous populations from those publications, but I don't have any specific data on that to provide.

The Chair: You don't have that data to provide the committee?

Mr. Gingras: Again, we strike relationships. Even under this bill, we would be striking relationships with news publishers who serve those communities. It would not be to us to determine specifically their audiences. As far as the ownership of their entities, there, too, I don't have a clear indication of the ownership structures of every publication.

Senator Wallin: I have a couple of quick questions just on the eligibility. Do you have any idea who is eligible in your discussions with government? I'm assuming you've had some. Have you asked those questions? Do you get a sense they know who they think provides actual news in this country or what a definition of journalism might be?

protection contre toute influence induite de la part d'entités privées comme nous ou, comme d'autres pourraient le laisser entendre, compte tenu de préoccupations quant à l'influence du gouvernement également.

Le sénateur Cardozo : Ce n'est pas si différent, en ce sens que vous auriez un organisme nommé par le gouvernement, le CRTC — ou peut-être pas le CRTC — qui superviserait cela. N'auriez-vous toujours pas d'accords avec des entreprises de nouvelles?

M. Gingras : Eh bien, selon notre compréhension du projet de loi, oui, il nous guide vers des négociations privées, soit avec des collectifs, soit avec des particuliers. Si c'est la seule façon dont cela peut se produire, nous le ferions. Encore une fois, ce qui me préoccupe, c'est que nous avons vécu cette expérience. Nous avons essayé d'être très équitables et axés sur des critères dans notre travail avec la Vitrine Google Actualités. Mais cela tend à susciter la méfiance chez les autres. Je pense qu'il est également important de proposer des structures qui renforcent réellement la confiance, non seulement dans les médias de nouvelles, mais dans les mécanismes de soutien des médias de nouvelles.

Le sénateur Cardozo : À ce stade, combien d'ententes avez-vous en place, et couvrent-elles les médias ethniques et autochtones?

M. Gingras : Je n'ai pas le nombre exact d'ententes en tête. Nous pouvons certainement l'obtenir. Je sais que cela couvre [Difficultés techniques] jusqu'à Yellowknife. Je ne connais pas les populations spécifiques qu'elles desservent. J'imagine qu'elles sont diversifiées. J'aimerais penser qu'elles incluent les populations autochtones de ces publications, mais je n'ai pas de données précises à fournir à ce sujet.

Le président : Vous n'êtes pas en mesure de fournir ces données au comité?

M. Gingras : Encore une fois, nous nouons des relations. Même en vertu de ce projet de loi, nous établirions des relations avec les éditeurs de presse qui desservent ces collectivités. Il ne nous appartiendrait pas de déterminer précisément leurs publics. En ce qui concerne la propriété de leurs entités, là aussi, je n'ai pas d'indication claire sur les structures de propriété de chaque publication.

La sénatrice Wallin : J'ai quelques petites questions sur l'admissibilité. Avez-vous une idée des entreprises ou médias qui sont admissibles aux discussions avec le gouvernement? Je suppose que vous en avez eu. Avez-vous posé ces questions? Avez-vous l'impression qu'ils savent qui, selon eux, fournit de vraies nouvelles au pays ou quelles pourrait être la définition de journalisme?

Mr. Gingras: Well, in our various engagements with the government, the Ministry of Canadian Heritage and members of Parliament, we've certainly asked those questions. I don't think anyone right now has very clear answers to those questions. As I noted, we had always thought the criteria laid out, for instance, for the journalism tax credit were quite good in that regard. It is tricky. I recognize that, in a sense, defining what journalism and journalists are is almost contrary to the notion of free expression, so I understand the sensitivity. But that is why I actually thought the model suggested with the tax credit was quite a reasonable one.

Senator Wallin: I come to this debate from that point of view. I'm a believer in free speech and free expression, so I want the most available content out there. What I fear is that, with this particular bill, there will be less and less access for me and other Canadians to a wide variety of sources. You're going to, as Senator Simons said, shut down operations or the sharing of news links. But this is certainly going to restrict that because it is now dependent on what the definitions are, liability, who is a journalist and who decides. It is really going to restrict that free exchange of ideas, which is the very core of the internet.

Mr. Gingras: Yes. Again, that's why I think these questions are so particularly sensitive and important to address properly.

I do want to just correct one point. We have not suggested we would shut down our operations in Canada. We have simply said that we would likely have to adjust our product.

Senator Wallin: Do you have the sense that the government understands your business model and what your concerns are about unlimited liability with no definition of what's an eligible news organization or news producer? Do you think they understand the concerns you have about forcing you to be hands-on in picking and choosing what kind of information goes forward? I mean, I don't like it. I don't want government involved in that, and I don't really want you involved in that either. I want open access.

Mr. Gingras: Senator, I can't speak to their level of understanding. We have made considerable efforts to explain our concerns in great detail. I met with the Ministry of Canadian Heritage — I believe it was on February 13 — and went into the very specifics we're talking about here today, and I will continue to try to do that. In my job, I look at situations like this and ask myself if I did the best job I could to explain because, clearly, people are not understanding as clearly as we feel is necessary, given the importance of the legislation we have before us.

M. Gingras : Eh bien, dans nos divers échanges avec le gouvernement, le ministère du Patrimoine canadien et les députés, nous avons certainement posé ces questions. Je ne pense pas que quiconque ait actuellement des réponses très claires à ces questions. Comme je l'ai dit, nous avons toujours pensé que les critères établis, par exemple, pour le crédit d'impôt pour journalisme, étaient assez bons à cet égard. C'est délicat. Je reconnais que, dans un sens, définir ce que sont le journalisme et les journalistes est presque contraire à la notion de liberté d'expression, donc je comprends la sensibilité. Mais c'est pourquoi j'ai trouvé que le modèle proposé avec le crédit d'impôt était tout à fait raisonnable.

La sénatrice Wallin : Je prends part au débat de ce point de vue. Je crois à la liberté de parole et d'expression, donc je veux le contenu le plus accessible qui soit. Ce que je crains, c'est que, avec ce projet de loi, les autres Canadiens et moi aurons de moins en moins accès à une grande diversité de sources. Vous allez, comme l'a dit la sénatrice Simons, mettre fin à des activités ou au partage de liens d'actualité. Mais cela va certainement limiter l'accessibilité, qui dépend maintenant de ce que sont les définitions, de la responsabilité, de qui est journaliste et qui décide. Cela va vraiment restreindre ce libre-échange d'idées, qui est au cœur même d'Internet.

M. Gingras : Oui. Encore une fois, c'est pourquoi je pense qu'il faut aborder correctement ces questions si particulièrement délicates et importantes.

Je veux juste corriger un point. Nous n'avons pas laissé entendre que nous mettrions fin à nos activités au Canada. Nous avons simplement dit que nous devrions probablement adapter notre produit.

La sénatrice Wallin : Avez-vous le sentiment que le gouvernement comprend votre modèle d'entreprise et quelles sont vos préoccupations concernant la responsabilité illimitée sans définition de ce qu'est un organisme de presse ou un producteur de nouvelles admissible? Pensez-vous qu'il comprend vos inquiétudes à la perspective d'être forcé de participer à la sélection et au choix du type d'information à transmettre? Je veux dire, je n'aime pas ça. Je ne veux pas que le gouvernement s'en mêle, et je ne veux pas vraiment que vous y participiez non plus. Je veux un accès libre.

M. Gingras : Sénatrice, je ne peux pas parler du niveau de compréhension du gouvernement. Nous avons fait des efforts considérables pour expliquer nos préoccupations en détail. J'ai rencontré le ministère du Patrimoine canadien — je crois que c'était le 13 février — et je suis entré dans les détails très précis dont nous parlons ici aujourd'hui, et je vais continuer d'essayer de le faire. Dans mon travail, j'examine des situations comme celles-ci et je me demande si j'ai fait du mieux que j'ai pu pour expliquer parce que, manifestement, les gens ne comprennent pas aussi clairement que nous le jugeons nécessaire, vu l'importance de la législation que nous avons devant nous.

Senator Wallin: Do you think they understand that you're willing to fund journalism, not just willing to fund failing legacy models? To your point, we're not trying to save the past. We're trying to build something that is in the future.

Mr. Gingras: I would hope so, and I have one observation. As I've mentioned, I work around the world. Canada has an extraordinarily innovative digital news ecosystem — companies like The Discourse, The Narwhal, Indiegraf and Village Media. Village Media is profitable in operating in over 100 communities in Canada. I don't think Jeff Elgie had been heard in these discussions. I know from what I hear that they don't feel their views on this legislation are being heard. I think it would be important to consider that as well because, again, the full breadth of diversity here is important, and most important is that we be thinking about the future and not attempting to recreate the past.

Senator Wallin: About the paying for links, I guess my concern is that if I sent a message to somebody saying that I read a really interesting piece on such and such a publication, then that becomes your bill.

Mr. Gingras: No, I think the law in that regard doesn't restrict individuals from sharing links. It is very specific to these designated news intermediaries.

Senator Wallin: What about a public forum, if I do that on Twitter or somewhere?

Mr. Gingras: Again, it depends on whether they're a designated news platform. I think it's clear that if you shared it on that platform — I'm speaking about Google Search, which is not about sharing. If you shared in a social network environment, that would indeed be the case.

Senator Dasko: Thank you for being here.

I just want to ask, quite simply, if the bill passes as it is, what will you do? What are you going to do as a company?

Mr. Gingras: We don't as yet know because I think, again, there are still considerable degrees of uncertainty. The bill has not passed. I think there are still opportunities for change.

Senator Dasko: Let's say it passes as it is. What are you thinking you will do?

Mr. Gingras: I don't think it's appropriate for us to speculate. We've been clear on the considerations we have, which is to do with whether we need to assess how we use links or whether we need to assess whether it is logical for us to continue to provide a

La sénatrice Wallin : Pensez-vous qu'ils comprennent que vous êtes prêts à financer le journalisme, pas seulement prêts à financer des modèles de longue date qui sont en perte de vitesse? Vous l'avez souligné, nous n'essayons pas de sauver le passé. Nous essayons de construire quelque chose qui est dans l'avenir.

M. Gingras : Je l'espère et j'ai une observation. Comme je l'ai mentionné, je travaille dans le monde entier. Le Canada possède un écosystème de l'information numérique extraordinairement innovateur — des entreprises comme The Discourse, The Narwhal, Indiegraf et Village Media. Village Media est rentable; l'entreprise est en activité dans plus de 100 collectivités au Canada. Je ne pense pas que Jeff Elgie ait été entendu dans le cadre de ces discussions. D'après ce que j'entends, je sais qu'ils n'ont pas l'impression que leur point de vue sur ce projet de loi est entendu. Je pense qu'il serait important d'en tenir compte également parce que, encore une fois, toute la diversité ici est importante, et le plus important est que nous pensions à l'avenir et que nous n'essayions pas de recréer le passé.

La sénatrice Wallin : À propos du paiement pour des liens, ce qui me préoccupe, c'est que si j'envoie un message à quelqu'un disant que j'ai lu un article vraiment intéressant sur telle ou telle publication, alors cela devient votre affaire.

M. Gingras : Non, je pense que la loi à cet égard n'empêche pas les particuliers de partager des liens. Elle vise précisément ces intermédiaires de nouvelles désignés.

La sénatrice Wallin : Qu'en est-il d'une tribune publique, si je fais cela sur Twitter ou ailleurs?

M. Gingras : Encore une fois, cela dépend s'il s'agit d'une plateforme de nouvelles désignée. Je pense qu'il est clair que, si vous l'avez partagé sur cette plateforme — je parle d'une recherche sur Google, qui ne concerne pas le partage. Si vous partagez dans un environnement de réseau social, ce serait effectivement le cas.

La sénatrice Dasko : Je vous remercie d'être ici.

Je veux juste demander, tout simplement, si le projet de loi est adopté tel quel, qu'allez-vous faire? Qu'allez-vous faire en tant qu'entreprise?

M. Gingras : On ne le sait pas encore parce que je pense, une fois de plus, qu'il y a toujours des degrés d'incertitude considérables. Le projet de loi n'a pas été adopté. Je pense qu'il y a encore des possibilités de changement.

La sénatrice Dasko : Disons qu'il est adopté tel quel. Que pensez-vous faire?

M. Gingras : Je ne pense pas qu'il soit approprié pour nous de formuler des hypothèses. Nous avons été clairs sur nos considérations, à savoir si nous devons évaluer la manière dont nous utilisons les liens ou s'il est logique pour nous de continuer

service like Google News, which earns us no revenue yet drives significant traffic to publishers. Do we need to consider the nature and construct of the relationships we have with publishers, given the structure and the demands of the bill and the broad class involved in the bill? That is obviously a very complex set of circumstances. I can only cite our concerns about the uncertainty and the fact that I have no certainty right now as to what we might do.

Mr. Kee: It is also worth noting that the bill is creating a fairly complex framework that has the challenges and issues we identified but still requires a number of regulations both from the Governor-in-Council and the CRTC over the course of process that will give greater clarity and certainty regarding issues around the exemption criteria, for example. What is a designated news intermediary, or not? What is the process for eligible news businesses to register? How can they negotiate collectively? The CRTC is going to have to set up a code of conduct that will actually govern negotiations that will set certain minimum terms. These are all matters that, frankly, I don't think anyone would be able to tell exactly where they'll land. We're in a process where we're just trying to understand what the potential implications of this bill on our existing products and services might be as well as what the effect may be, recognizing there will be greater information coming down after passage.

Senator Dasko: Do you think you will stick around through those processes?

Mr. Kee: At this point, as Mr. Gingras said, we just simply don't know.

Senator Dasko: I want to ask you about the Australian situation right now. Are you fairly satisfied with the status quo and the way it has worked out with Australia? I would just like your sense of the situation right now — not the past and what you went through. Right now, what is your feeling about your situation in Australia?

Mr. Gingras: We are satisfied in that we feel we have addressed the interests and desires of the government as well as the news industry and, obviously, have managed to do so in a fashion where a piece of legislation that we had concerns about is not enforced against us. It wouldn't be intellectually honest for me not to note that that structure is not the kind of fund structure we suggest. Those were individually negotiated arrangements with collections or individual publishers.

à fournir un service comme Google Actualités, qui ne nous rapporte aucun revenu et qui génère pourtant un trafic important vers les éditeurs. Avons-nous besoin de tenir compte de la nature et de l'établissement des relations que nous entretenons avec les éditeurs, étant donné la structure et les exigences du projet de loi et la grande catégorie concernée par le projet de loi? Il s'agit évidemment d'un ensemble de circonstances très complexes. Je ne peux citer que nos préoccupations concernant l'incertitude et le fait que je n'ai aucune certitude pour l'instant quant à ce que nous pourrions faire.

M. Kee : Il convient également de noter que le projet de loi crée un cadre assez complexe qui présente les défis et les problèmes que nous avons relevés, mais nécessite tout de même un certain nombre de règlements du gouverneur en conseil et du CRTC au cours du processus qui apportera plus de clarté et de certitude concernant les questions relatives aux critères d'exemption, par exemple. Qu'est-ce qu'un intermédiaire de nouvelles désigné ou non? Quel est le processus d'inscription des entreprises de nouvelles admissibles? Comment peuvent-ils négocier collectivement? Le CRTC va devoir établir un code de conduite permettant de régir en fait les négociations qui fixeront certaines conditions minimales. Ce sont toutes des questions pour lesquelles, franchement, je ne pense pas que quiconque puisse dire exactement où elles aboutiront. Nous sommes dans un processus où nous essayons simplement de comprendre quelles pourraient être les répercussions potentielles du projet de loi sur nos produits et services existants ainsi que ses effets potentiels, en reconnaissant qu'il y aura plus d'information à venir après son adoption.

La sénatrice Dasko : Pensez-vous que vous resterez tout au long de ces processus?

M. Kee : À ce stade, comme l'a dit M. Gingras, nous ne savons tout simplement pas.

La sénatrice Dasko : J'aimerais vous interroger au sujet de la situation australienne en ce moment. Êtes-vous assez satisfait du statu quo et de la façon dont cela a fonctionné avec l'Australie? J'aimerais juste avoir votre idée de la situation actuelle — pas du passé et de ce que vous avez traversé. En ce moment, que pensez-vous de votre situation en Australie?

M. Gingras : Nous sommes satisfaits dans la mesure où nous estimons avoir répondu aux intérêts et aux désirs du gouvernement ainsi qu'à ceux de l'industrie de l'information et, évidemment, nous avons réussi à le faire d'une manière où une mesure législative qui nous préoccupait ne nous est pas imposée. Il ne serait pas intellectuellement honnête de ma part de ne pas souligner que cette structure n'est pas le type de structure de fonds que nous suggérons. Il s'agissait d'arrangements négociés individuellement avec des collectifs ou des éditeurs individuels.

My guess is you will find, as I noted earlier, some degree of suspicion in the environment in Australia. Did we benefit certain players more than others? Certain large players more than certain small players? Thus, obviously, the desire for us to try to approach this in a different way.

Senator Dasko: Since no situation is perfect, and companies will complain about this or that, I take it from what you've said that it's going fairly well, all things considered, with the Australian model, which is what we're trying to develop here.

Mr. Gingras: Yes. Of course, there are key differences, as I noted earlier, because it is not identical to the bargaining code in Australia, and among those elements were the lack of clear exemption criteria. It did not involve a regulatory agency in the mechanics of it along the way. It was designed for speed, and I think Bill C-18 is not going to be able to attain the speed you might like.

Mr. Kee: It is worth noting that the Australian code has had, in our view, the unfortunate effect of essentially becoming a bit of a precedent and a model that everyone is looking toward. As Richard suggested, a code-style model has a series of perverse incentives. It puts a price on links, which we're deeply concerned about, as well as rewarding legacy players over small and innovative players. We feel a fund-based structure would obviate many of those challenges but accomplish the same policy objectives.

Senator Dasko: Mr. Kee, what is your expectation of what will happen if you don't make deals with some of these eligible organizations?

Mr. Kee: Bill C-18 is quite clear that eligible news businesses can compel us into mandatory bargaining, which then goes to dispute resolution and final-offer arbitration with criteria we're concerned are weighted against platforms and will not allow the arbitration panel to properly consider the evidence.

Senator Dasko: Understood. Thank you.

The Chair: You've recommended replacing final-offer arbitration with standard commercial arbitration. What are the benefits of standard commercial arbitration, and what are your concerns with the final-offer arbitration?

Mr. Kee: Final-offer arbitration is a form of what is called "baseball arbitration" that is used in certain circumstances where two parties will put their final offer on the table, and the arbitrator has to pick between the two. It is predominantly used in markets where it's pretty clear what valuation is — it is well

Je suppose que vous constaterez, comme je l'ai dit plus tôt, un certain degré de méfiance dans l'environnement en Australie. Avons-nous profité à certains acteurs plus qu'à d'autres? Certains grands acteurs plus que certains petits acteurs? D'où, évidemment, l'envie pour nous d'essayer d'aborder cela d'une manière différente.

La sénatrice Dasko : Comme aucune situation n'est parfaite et que les entreprises vont se plaindre de ceci ou de cela, je déduis de vos propos que ça se passe assez bien, tout compte fait, avec le modèle australien, ce que nous tentons d'élaborer ici.

M. Gingras : Oui. Bien sûr, il y a des différences importantes, comme je l'ai dit plus tôt, parce que cela n'est pas identique au code de négociation en Australie, et parmi ces éléments figurait l'absence de critères d'exemption clairs. Un organisme de réglementation n'était pas prévu dans son fonctionnement. Il a été conçu pour être rapide, et je pense que le projet de loi C-18 ne pourra pas atteindre la vitesse que vous souhaiteriez.

M. Kee : Il convient de noter que le code australien a eu, à notre avis, l'effet malheureux de devenir essentiellement un précédent et un modèle vers lequel tout le monde se tourne. Comme M. Gingras l'a laissé entendre, un modèle s'apparentant à un code comporte une série d'incitatifs pervers. Cela met un prix sur les liens, ce qui nous préoccupe profondément, et récompense les anciens joueurs par rapport aux petits joueurs innovants. Nous estimons qu'une structure reposant sur un fonds permettrait d'éviter bon nombre de ces défis, mais d'atteindre les mêmes objectifs politiques.

La sénatrice Dasko : Monsieur Kee, à quoi vous attendez-vous si vous ne concluez pas d'accord avec certains de ces organismes admissibles?

M. Kee : Le projet de loi C-18 est assez clair : les entreprises de nouvelles admissibles peuvent nous contraindre à la négociation obligatoire, qui passe ensuite au règlement des différends et à l'arbitrage sur l'offre finale avec des critères qui, selon nous, sont pondérés par rapport aux plateformes et ne permettront pas à la formation arbitrale d'examiner correctement la preuve.

La sénatrice Dasko : Entendu. Merci.

Le président : Vous avez recommandé de remplacer l'arbitrage sur l'offre finale par l'arbitrage commercial standard. Quels sont les avantages de l'arbitrage commercial standard et quelles sont vos préoccupations liées à l'arbitrage sur l'offre finale?

M. Kee : L'arbitrage sur l'offre finale est une forme de « règlement arbitral comme au baseball ». Il est utilisé dans certaines circonstances où deux parties mettent leur offre finale sur la table, et l'arbitre doit choisir entre les deux. Il est principalement utilisé sur les marchés où l'évaluation est assez

established — and the intention is to try and bring the parties close together because you don't want to put an offer on the table that isn't going to be accepted. In this case, we're dealing with a brand new market where there isn't any consistent valuation methodology. The concept of paying for links is brand new, so there isn't that valuation model.

Final-offer arbitration would not allow an arbitrator to consider evidence and come up with compromised solutions between the two. Standard commercial arbitration does. In that case, you have two parties who put forward their positions, the arbitration panel would listen to the arguments, weigh the evidence, and then could select one of the two positions or it could come up with a compromise. In our view, that's more appropriate for circumstances where the valuation isn't clear.

The last thing is that it has the benefit of being very flexible. If you're concerned about either party dragging their heels, you can put in very firm timelines to ensure that no one can do that, and so they come up with fast decisions.

The Chair: Thank you for that.

I'd like to cite our Parliamentary Budget Officer, who, in his findings, said 75% of the funding, in his opinion, with this bill would be going to the giants — CBC, Bell Media and Rogers. My concern with this bill is that it is evidently weighted, as usual, for legacy media and legacy broadcasters. Of course, the government, in the same breath, is saying the objective of this bill is to help journalism and to help diverse journalism, diversify news in this country. At the end of the day, isn't it contradictory? I think the lack of diversity in our news sources now would be hurt even further when the vast majority of the pie with this bill is intentionally going to the giants — CBC, Bell Media and Rogers.

Mr. Gingras: Mr. Chair, I can only, in a sense, agree with your assessment, with all due regard to the CBC and those other entities. If the objective is to address local news, quality journalism for local communities, it's hard to see how that would be attainable given the disproportionate allocation that those analyses suggest. Frankly, I suspect those analyses are quite correct.

The Chair: Thank you.

Do you think that freedom of expression is further eroded by the fact that the majority of support is going to the largest media players rather than local news entities that government claims it is trying to protect? Will small publishers be worse off? Is

claire — elle est bien établie — et l'intention est d'essayer de rapprocher les parties parce que vous ne voulez pas mettre sur la table une offre qui ne sera pas acceptée. En l'occurrence, nous avons affaire à un tout nouveau marché où il n'y a pas de méthodologie d'évaluation cohérente. Le concept de paiement pour les liens est tout nouveau, et il n'y a donc pas ce modèle d'évaluation.

L'arbitrage sur l'offre finale ne permettrait pas à un arbitre d'examiner des preuves et de proposer des solutions de compromis entre les deux. L'arbitrage commercial standard le fait. Dans ce cas, vous avez deux parties qui présentent leurs positions, la formation arbitrale écoute les arguments, évalue les preuves, puis peut sélectionner l'une des deux positions ou trouver un compromis. À notre avis, c'est plus approprié dans les cas où l'évaluation n'est pas claire.

La dernière chose est qu'il a l'avantage d'être très flexible. Si vous craignez que l'une ou l'autre des parties se traîne les pieds, vous pouvez fixer des délais très fermes pour vous assurer que personne ne peut le faire, et elles prennent ainsi des décisions rapides.

Le président : Je vous remercie de votre réponse.

J'aimerais citer notre directeur parlementaire du budget qui, dans ses conclusions, a déclaré qu'une part de 75 % du financement, à son avis, avec ce projet de loi, irait aux géants — CBC, Bell Media et Rogers. Ce qui me préoccupe au sujet du projet de loi, c'est qu'il est évidemment pondéré, comme d'habitude, pour les médias et radiodiffuseurs traditionnels. Bien sûr, le gouvernement, du même souffle, dit que l'objectif du projet de loi est d'aider le journalisme et d'aider le journalisme diversifié, de diversifier l'information au pays. Au bout du compte, n'est-ce pas contradictoire? Je pense que le manque de diversité de nos sources d'information à l'heure actuelle serait encore plus touché si la grande majorité du gâteau avec ce projet de loi revenait intentionnellement aux géants — CBC, Bell Media et Rogers.

M. Gingras : Monsieur le président, je ne peux qu'être d'accord, en un sens, avec votre évaluation, malgré tout le respect que je dois à CBC et à ces autres entités. Si l'objectif est d'aborder les nouvelles locales, un journalisme de qualité pour les communautés locales, on voit mal comment cela serait réalisable compte tenu de l'allocation disproportionnée que ces analyses mettent en lumière. Franchement, je soupçonne que ces analyses sont tout à fait correctes.

Le président : Merci.

Pensez-vous que la liberté d'expression est davantage érodée par le fait que la majorité du soutien va aux plus grands acteurs médiatiques plutôt qu'aux organes de presse locaux que le gouvernement prétend essayer de protéger? Les petits éditeurs

money being siphoned toward favouring these large broadcasters with an objective that I can't understand?

What would be a better approach if we want to achieve more diversified news and help start-ups and local news outlets across the country, which now, for years, have been struggling far more than the legacy media giants?

Mr. Gingras: I have a couple of comments on that. One is we think again of an approach where the criteria were more precise in terms of the objectives of the bill and the methods to attain that.

But I want to make a relevant point there. As I've noted, we see an unfortunate loss of trust in news media. We see awkward statistics about the number of people who are interested in news. The concern I have — and I come from this with a journalist background and a technology background — is how do we drive the innovation in the media and news space to rebuild that sense of relevance so journalism can perform its critical role in open societies? That's why I keep going back to how do we think about how to drive innovation that is forward-looking and not look backward to try to recreate a past that can't be recreated.

Mr. Kee: I keep coming back to the benefit of a fund-style model, which is that you can construct it to ensure you're supporting the class of news outlets or the class of journalism you want to ensure are getting the disproportionate benefit.

In this case, the core concern is diversity of voices. The concern is you don't necessarily want a handful of large legacy publishers to be essentially dominant. You want to encourage the evolution and emergence of diversity voices, small players who are basically serving diverse communities that may not necessarily be heard, historically, where they have a real opportunity to build a sustainable business model. Continuing to subsidize is not necessarily going to encourage that behaviour. Essentially, making sure that we're building a funding mechanism that is supporting innovation and sustainability, helping them build sustainable models, is one way to do that. A model we just launched with the government of Taiwan is an innovation fund that was intended for small publishers in Taiwan. This would be one level.

The Chair: Thank you, sir.

Senator Clement: Thank you both for being here.

seront-ils moins bien lotis? Est-ce que l'argent est détourné pour favoriser ces grands diffuseurs avec un objectif que je ne comprends pas?

Quelle serait la meilleure approche si nous voulons parvenir à de l'information plus diversifiée et aider les entreprises en démarrage et les médias d'information locaux d'un bout à l'autre du pays qui, depuis des années, éprouvent beaucoup plus de difficultés que les géants des médias traditionnels?

M. Gingras : J'ai quelques commentaires à ce sujet. Premièrement, on pense encore une fois à une approche où les critères étaient plus précis quant aux objectifs du projet de loi et aux moyens pour les atteindre.

Mais je veux soulever un point pertinent ici. Comme je l'ai fait remarquer, nous observons une perte de confiance regrettable envers les médias de nouvelles. Nous voyons des statistiques embarrassantes sur le nombre de personnes qui s'intéressent aux nouvelles. Ma préoccupation — vu mes antécédents en journalisme et en technologie — est de savoir comment stimuler l'innovation dans le milieu des médias et des nouvelles pour rétablir ce sens de la pertinence afin que le journalisme puisse jouer son rôle essentiel dans des sociétés ouvertes. C'est pourquoi je reviens sans cesse sur la façon dont nous pensons à stimuler l'innovation qui est tournée vers l'avenir et je répète qu'il ne faut pas regarder en arrière pour tenter de recréer un passé qui ne peut pas être reproduit.

M. Kee : J'en reviens toujours à l'avantage d'un modèle semblable à un fonds, à savoir que vous pouvez le construire de façon à soutenir la catégorie de médias de nouvelles ou de journalisme que vous souhaitez afin de vous assurer que ceux-ci obtiennent un avantage disproportionné.

Dans ce cas, la principale préoccupation est la diversité des voix. Le souci est que vous ne voulez sûrement pas qu'une poignée de grands éditeurs traditionnels dominent principalement. Vous voulez encourager l'évolution et l'émergence des voix de la diversité, de petits acteurs qui servent essentiellement des collectivités diversifiées, qui ne sont pas nécessairement entendues, historiquement, lorsqu'ils ont une réelle possibilité de construire un modèle d'entreprise durable. Le maintien des subventions ne va pas forcément encourager ce comportement. Fondamentalement, on doit veiller à la mise en place d'un mécanisme de financement qui soutient l'innovation et la viabilité, en les aidant à construire des modèles durables; voilà une façon d'y parvenir. Un modèle que nous venons de lancer avec le gouvernement de Taïwan est un fonds d'innovation destiné aux petits éditeurs de Taïwan. Ce serait un niveau possible.

Le président : Merci, monsieur.

La sénatrice Clement : Merci à vous deux d'être ici.

I'm looking at your submission here, and you have a concern around clause 51, that it creates liability for elevating authoritative information and empowers bad actors. However, last year, in the EU, Google was fined for using — or abusing — its powerful dominance in those spaces. I know that was anti-trust legislation, but there was a considerable fine around that. Clause 51 seems to set up a safety mechanism. Are you disputing that we would need a safety mechanism?

Turning to transparency around rankings, you talk about wanting to favour the smaller innovator, but how do Canadians know how you're ranking? Are you committing to more transparency around that? I would argue that a lot of Canadians don't understand how Google is doing that and can't find that information.

Last year, Google decided to block, as a test run, access from some Canadians to searching. What did that test run achieve? Can you comment on that in relation to the agreements that you're supposed to be looking at?

Mr. Gingras: Let me start by addressing the ranking question, and then we can go on to the others.

As I've indicated, the trust of our users is incredibly important to us. We do provide a tremendous amount of information about how we rank. There's a document online, publicly available, about 170 pages long, that addresses the principles behind our search algorithm and how we approach it. I think it's very thorough and very useful, and I would encourage people to read it.

Secondly, we try to be as clear as possible in terms of our methods, within the bounds of security. As you might know, people are always trying to game the algorithm, and we have to protect against that.

The third point is the most important one with regard to algorithmic accountability, and that is enabling third-party research — which we do. Academic research, for instance. If we look at assessments by those kinds of academic methodologies, they largely reinforce what I'm saying, which is that we adhere to our principles. If they suggest that there are areas where we're not doing the best job, that's important feedback to us.

Again, what drives us is the trust of our users. Our business is based on the trust of our users, who could move to another search engine with the click of a mouse.

Je regarde votre mémoire ici, et vous avez une préoccupation concernant l'article 51, qui crée une responsabilité pour avoir privilégié des renseignements faisant autorité et qui habilite les mauvais acteurs. Cependant, l'année dernière, dans l'Union européenne, Google a été condamné à une amende pour avoir utilisé sa puissante domination dans ces milieux — ou pour en avoir abusé. Je sais qu'il s'agissait d'une loi antitrust, mais une amende considérable y était rattachée. L'article 51 semble établir un mécanisme de sécurité. Êtes-vous en train de contester le fait que nous aurions besoin d'un mécanisme de sécurité?

En ce qui concerne la transparence des classements, vous parlez de vouloir favoriser le petit innovateur, mais comment les Canadiens savent-ils la façon dont vous effectuez le classement? Vous engagez-vous à faire preuve de davantage de transparence à ce sujet? Je dirais que beaucoup de Canadiens ne comprennent pas comment Google fait cela et ne peuvent pas trouver cette information.

L'année dernière, Google a décidé de bloquer, à titre d'essai, l'accès de certains Canadiens à la recherche. Qu'est-ce que ce test a donné? Pouvez-vous nous en parler par rapport aux accords que vous êtes censés examiner?

M. Gingras : Premièrement, permettez-moi de répondre à la question du classement, puis nous pourrions passer aux autres.

Comme je l'ai mentionné, la confiance de nos utilisateurs est extrêmement importante pour nous. Nous fournissons une énorme quantité d'information sur notre classement. Il existe un document en ligne, accessible au public, d'environ 170 pages, qui traite des principes de notre algorithme de recherche et de la manière dont nous l'abordons. Je pense qu'il est très complet et très utile, et j'encourage les gens à le lire.

Deuxièmement, nous essayons d'être le plus clair possible sur nos méthodes, dans les limites de la sécurité. Comme vous le savez peut-être, les gens essaient toujours de déjouer l'algorithme, et nous devons nous protéger contre cela.

Troisièmement, et c'est le point le plus important en ce qui concerne la responsabilité algorithmique, il s'agit de permettre la recherche par des tiers — ce que nous faisons. La recherche universitaire, par exemple. Si nous regardons les évaluations en fonction de ces types de méthodes universitaires, elles renforcent largement ce que je dis, à savoir que nous adhérons à nos principes. Si ces tiers laissent entendre qu'il y a des domaines où nous ne faisons pas le meilleur travail, c'est une rétroaction importante pour nous.

Encore une fois, ce qui nous anime, c'est la confiance de nos utilisateurs. Notre activité repose sur la confiance de nos utilisateurs, qui peuvent passer à un autre moteur de recherche d'un simple clic de souris.

I'll speak about the results of the tests and then turn it over to Jason for the third point. The test told us nothing particularly new. It reaffirmed the fact that news queries are a tiny percentage of our overall queries. It also indicated that it had no impact on our users with regard to the 98.X% of all the other queries. All their efforts to learn about what the best new heating system might be, or how to plan a travel vacation to Vancouver and so on and so forth, remained as it was before. Those are the kinds of things we learned from the test, but I'd like to turn to Jason to address your last point.

Mr. Kee: With respect to clause 51, undue preference, my understanding is that the principal intention is to prevent any platform — Google or otherwise — to engage in retaliatory action. Essentially, you can't necessarily punish a publisher who comes forward and says, "I would like to bargain with you now that you have an obligation under this code to engage and pay for links to my site." We couldn't necessarily down-rank them on that basis. We concur with that; we agree.

The challenge we have is that the wording is adopted from broadcasting and is so broad as to essentially prohibit any undue preference, undue disadvantage or unjust discrimination that a publisher alleges. If a publisher complains that they feel they're not receiving the level of rank that they'd like to see — which can happen, because ranking is inherently giving preferences, advantages and disadvantages to someone; you have to find a way to order it — they can complain and we would have to litigate that.

The bill is structured such that once the publisher complains, the onus shifts to the platform to prove that the given preference, advantage or disadvantage was not undue. Our deep concern is that that will have profound effects on our ability to engage in ranking, especially because we already have systems in place to try to elevate authoritative information and down-rank basically low-quality information in order to provide a valuable service to our users.

Senator Clement: I understand that you want your users to trust you, but when we're talking about dominance and we're looking at those fines in the EU, how do you respond to that?

Mr. Kee: I think there are circumstances where, obviously, some concerns come up. I would say that we live in an environment where Canadians get their information from a wide variety of sources. It's not just Search. As Richard indicated, the vast majority of queries we have on Google Search are not news related. The vast majority of people get their information from a

Je parlerai des résultats des essais, puis je céderai la parole à M. Kee pour le troisième point. L'essai ne nous a rien appris de particulièrement nouveau. Il a confirmé que les requêtes de nouvelles ne représentent qu'un infime pourcentage de nos requêtes globales. Il a également révélé qu'il n'avait aucun impact sur nos utilisateurs en ce qui concerne les 98,X % de toutes les autres requêtes. Tous leurs efforts pour savoir quel pourrait être le meilleur nouveau système de chauffage, ou comment planifier des vacances à Vancouver, et ainsi de suite, sont demeurés inchangés. C'est le genre de choses que nous avons apprises de l'essai, mais j'aimerais me tourner vers M. Kee afin qu'il réponde à votre dernier point.

M. Kee : En ce qui concerne l'article 51, la préférence indue, je crois comprendre que l'intention principale est d'empêcher toute plateforme — Google ou autre — de se livrer à des mesures de représailles. Essentiellement, vous ne pouvez pas nécessairement punir un éditeur qui se présente et dit : « Je voudrais négocier avec vous maintenant que vous avez l'obligation, en vertu de ce code, de vous engager et de payer pour des liens vers mon site. » Nous ne pourrions pas forcément les déclasser pour cette raison. Nous sommes d'accord avec cela; nous en convenons.

La difficulté que nous y voyons tient au fait que le libellé est emprunté à la radiodiffusion et qu'il est si large qu'il interdit essentiellement toute préférence indue, tout désavantage indu ou toute discrimination injuste alléguée par un éditeur. Si un éditeur se plaint d'avoir l'impression de ne pas obtenir le niveau de classement qu'il aimerait voir — ce qui peut arriver, car le classement procure intrinsèquement des préférences, des avantages et des désavantages; vous devez trouver un mode de classement — ils peuvent porter plainte, et nous devons aller devant les tribunaux.

Le projet de loi est structuré de telle sorte que, une fois que l'éditeur se plaint, il incombe à la plateforme de prouver que la préférence, l'avantage ou le désavantage en question n'était pas indu. Notre profonde préoccupation est que cela aura des effets considérables sur notre capacité de procéder à un classement, en particulier parce que nous avons déjà des systèmes en place pour tenter de privilégier des renseignements faisant autorité et de déclasser les renseignements fondamentalement de faible qualité afin de fournir un service précieux à nos utilisateurs.

La sénatrice Clement : Je comprends que vous voulez que vos utilisateurs vous fassent confiance, mais quand on parle de domination et qu'on regarde les amendes imposées dans l'Union européenne, comment réagissez-vous à cela?

M. Kee : Je pense qu'il y a des circonstances où, évidemment, certains problèmes se présentent. Je dirais que nous vivons dans un environnement où les Canadiens obtiennent leurs informations à partir d'une grande diversité de sources. Ce n'est pas seulement Search. Comme l'a dit M. Gingras, la grande majorité des recherches sur Recherche Google ne concernent pas

variety of sources. The market is quite competitive, both in the case of Search, the internet, as well as in the advertising space.

Essentially, we're saying that there is a variety of competitive alternatives. That acts as discipline to us because we have to ensure that we're constantly innovating and acting in the best interests of our users in order to remain competitive.

The Chair: I'd like to thank Google Canada, Mr. Kee and Mr. Gingras. I had many senators on second round, but I do thank you for taking the time to come before this committee and answer our questions.

For our second panel tonight, we're pleased to welcome Meta Platforms, Inc. We have Ms. Rachel Curran, Head of Public Policy, Meta Canada; and Marc Dinsdale, Head of Media Partnerships, Meta Canada. Welcome, and thank you for joining us this evening. You have seven minutes allocated for opening remarks, and then we'll jump right into Q&A. Ms. Curran, you have the floor.

Rachel Curran, Head of Public Policy, Meta Canada, Meta Platforms, Inc.: Thank you, Mr. Chair. It's a pleasure to address the committee this evening.

Mr. Chair, senators, the way we consume news is always changing. Radio, then television and now the internet have changed people's habits. The reduced costs of gathering and distributing information has lowered barriers to entry. The proliferation of content has increased competition for audiences. Technological changes in the advertising industry have and will continue to challenge traditional business models. The news industry has been just one sector profoundly affected by these changes.

This disruption has allowed small businesses to reach larger audiences, including a wave of new, innovative digital news start-ups across Canada. It has also driven claims by traditional publishers that companies like Meta have benefitted unfairly from news links that publishers willingly shared on our platforms to reach audiences online. This has led policy-makers in Canada to propose legislation that would require internet-based companies to pay news publishers for content and links that they choose to post.

Unfortunately, frameworks such as the Online News Act before you are based on a false premise and fundamentally misunderstand the true relationship between platforms and publishers. It is publishers who benefit from being on our platforms, not the reverse.

les nouvelles. La grande majorité des gens s'informent auprès de différentes sources. Le marché est très concurrentiel, pour la recherche et pour Internet, ainsi que dans l'espace publicitaire.

Essentiellement, nous disons qu'il y a divers choix concurrentiels. Cela nous sert de discipline, car nous devons nous assurer d'innover en permanence et d'agir dans le meilleur intérêt de nos utilisateurs afin de rester concurrentiels.

Le président : J'aimerais remercier les représentants de Google Canada, M. Kee et M. Gingras. Les sénatrices et sénateurs ont été nombreux à intervenir lors de la deuxième série de questions, mais je vous remercie d'avoir pris le temps de venir comparaître devant le comité et de répondre à nos questions.

Pour notre deuxième groupe de témoins, ce soir, nous sommes ravis d'accueillir Mme Rachel Curran, responsable des politiques publiques, Meta Canada; et M. Marc Dinsdale, responsable des partenariats avec les médias, Meta Canada, tous deux de Meta Platforms, Inc. Soyez les bienvenus, et merci de vous joindre à nous ce soir. Vous avez sept minutes pour présenter votre déclaration préliminaire, et nous passerons tout de suite après aux questions et réponses. Madame Curran, vous avez la parole.

Rachel Curran, responsable des politiques publiques, Meta Canada, Meta Platforms, Inc. : Merci, monsieur le président. Je suis heureuse de pouvoir m'adresser au comité ce soir.

Monsieur le président, sénatrices, sénateurs, la façon dont nous consommons l'information est en constante évolution. La radio, ensuite la télévision et maintenant Internet ont changé les habitudes des gens. La réduction des coûts de la collecte et de la distribution de l'information a réduit les obstacles à l'entrée. La multiplication des contenus a accru la concurrence pour le public. Les changements technologiques dans l'industrie de la publicité ont remis en question les modèles d'affaires traditionnels et continueront de le faire. L'industrie de l'information n'est qu'un des secteurs profondément touchés par ces changements.

Cette perturbation a permis aux petites entreprises d'atteindre un public plus large, y compris une vague de nouvelles entreprises innovatrices du numérique de tout le Canada. Cela a également conduit les éditeurs traditionnels à affirmer que des entreprises, comme Meta, ont bénéficié injustement des nouveaux liens qu'ils ont volontairement partagés sur nos plateformes pour atteindre le public en ligne. Cela a amené les décideurs du Canada à proposer un projet de loi qui exigerait que les entreprises sur Internet paient les éditeurs de presse pour le contenu et les liens qu'ils choisissent de publier.

Malheureusement, des cadres comme la Loi sur les nouvelles en ligne dont vous discutez reposent sur de fausses prémisses et méconnaissent fondamentalement la véritable relation entre les plateformes et les éditeurs. Ce sont les éditeurs qui bénéficient de leur présence sur nos plateformes, et non pas l'inverse.

We estimate that Facebook feeds sent Canadian publishers more than 1.9 billion clicks in the last 12 months and free marketing worth more than \$230 million in estimated value. This number is proof that our tools and apps are good for the news industry. Our platforms help publishers sell more subscriptions, grow their reach and display their ads to a larger audience than they might have otherwise. As with other businesses, non-profit organizations, political parties and publishers choose to use our apps because they benefit from doing so.

News content is also not a significant source of revenue for Meta. Posts linking to news articles make up less than 3% of what people see in their Facebook feed. One in five Canadians actually say they would prefer to see even less news content on our apps. Globally, more than 90% of organic views on article links from news publishers are on links posted by publishers themselves, not Facebook users.

That's why, for months, we've been sharing publicly our concerns with Bill C-18, the Online News Act, a framework that requires us to compensate publishers for links or news content they voluntarily put on our platforms. It is quite frankly, senators, unworkable for us. As the Minister of Canadian Heritage has said, how we choose to comply with the Online News Act is a business decision we must make. We've made our choice.

Because the legislation ignores the realities of how our platforms work, the preferences of people who use them and the value we provide news publishers, we have no choice but to comply with it by ending the availability of news content in Canada if Bill C-18 is passed as drafted. This decision is consistent with our response to similar legislation tabled in the United States last year.

The public policy debate around Bill C-18 is, of course, intertwined with concerns about the role of journalism in civic society. Let there be no doubt about this: We agree that news holds tremendous social value. But this bill misrepresents the economic value of news to our company, and it risks further subsidizing large, legacy organizations and profitable broadcasters at the expense of independent and innovative news businesses.

On estime que le fil d'actualités de Facebook a envoyé aux éditeurs canadiens plus de 1,9 milliard de clics au cours des 12 derniers mois et leur a offert un marketing gratuit d'une valeur estimée à plus de 230 millions de dollars. Ce chiffre est la preuve que nos outils et nos applications sont bons pour l'industrie de l'information. Nos plateformes aident les éditeurs à vendre plus d'abonnements, à élargir leur portée et à diffuser leurs publicités auprès d'un public plus large, ce qu'ils n'auraient pas pu faire autrement. Comme d'autres entreprises, les organismes sans but lucratif, les partis politiques et les éditeurs choisissent d'utiliser nos applications parce qu'ils en tirent un avantage.

En outre, le contenu de nouvelles n'est pas une source de revenus importante pour Meta. Les publications renvoyant à des articles de presse représentent moins de 3 % de ce que les gens peuvent voir dans leur fil d'actualités Facebook. Un Canadien sur cinq dit qu'il préférerait voir encore moins de contenu de nouvelles sur nos applications. À l'échelle mondiale, plus de 90 % des consultations de liens vers des articles provenant d'éditeurs de presse se font sur des liens publiés par les éditeurs eux-mêmes, et non pas par les utilisateurs de Facebook.

C'est pourquoi, pendant des mois, nous avons publiquement fait part de nos préoccupations quant au projet de loi C-18, la Loi sur les nouvelles en ligne, un cadre qui exige que nous versions une indemnisation aux éditeurs pour les liens ou le contenu de nouvelles qu'ils publient volontairement sur nos plateformes. Sénatrices, sénateurs, très franchement, cela nous est impossible. Comme l'a dit le ministre du Patrimoine canadien, le choix que nous faisons de nous conformer à la Loi sur les nouvelles en ligne est une décision d'affaires que nous devons prendre. Nous avons fait notre choix.

Étant donné que le projet de loi ne tient pas compte des réalités du fonctionnement de nos plateformes, des préférences des gens qui les utilisent et de la valeur que nous offrons aux éditeurs de presse, nous n'avons pas d'autres choix que de nous y conformer en mettant fin à la disponibilité du contenu de nouvelles au Canada, si le projet de loi C-18 est adopté dans sa forme actuelle. Cette décision est cohérente avec notre réponse à un projet de loi similaire qui a été présenté aux États-Unis l'année dernière.

Le débat public sur le projet de loi C-18 est, bien sûr, étroitement lié aux préoccupations quant au rôle du journalisme dans la société civile. Que ce soit bien clair : nous sommes d'accord pour dire que les nouvelles ont une grande valeur sociale, mais ce projet de loi dénature la valeur économique des informations pour notre entreprise, et il risque de subventionner davantage les grandes organisations traditionnelles et les radiodiffuseurs rentables au détriment des entreprises de nouvelles indépendantes et novatrices.

We urge the Canadian government to consider a policy response that reflects the true division of value between platforms and publishers and that addresses the concerns we have raised today.

Thank you, senators. We welcome your questions.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechêne: Thank you for being here to speak to us. A lot of people thought you were bluffing when you threatened to stop distributing news in Australia. You backed down on that issue, masterfully.

That's what's happening now in Canada, and you're saying quite clearly that you're not going to participate, that you're not going to comply with this legislation, that you're going to make different business choices. Are you still bluffing, here in Canada and before this committee? Why should we believe you now when you're threatening to stop sharing Canadian news?

[*English*]

Ms. Curran: Thank you, senator, for that question. I'm sorry, but I missed the first part of the question.

Senator Miville-Dechêne: Basically, I was saying that many people thought you bluffed in Australia by saying you would not carry Australian news. In fact, they were right because you withdrew this threat. You're doing the same thing in Canada now — threatening not to carry Canadian news. So why should we believe you now?

Ms. Curran: Thank you, senator, for the question.

First of all, as our friends at Google have also said, we're not actually designated under the Australian legislation. No company has yet been designated under that legislation. What we have managed to do is reach what we have called an untidy and short-term compromise.

I will also say this: We do have commercial agreements in place with publishers in Australia, including commercial deals and grant funds, but we don't pay for content that publishers are already posting. We only pay for net new content, for products that we might want to introduce in the future. In a sense, those deals are similar to what we have already done in Canada with our News Innovation Test program, which my colleague Marc Dinsdale can speak a little bit more about, where we entered into commercial partnership agreements with publishers for new behaviour, not for existing, voluntary posting to Facebook.

Nous exhortons le gouvernement canadien à envisager une réponse politique qui reflète la véritable division de la valeur entre les plateformes et les éditeurs et qui réponde aux préoccupations que nous avons soulevées aujourd'hui.

Merci, sénatrices, sénateurs. Nous répondrons avec plaisir à vos questions.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechêne : Merci d'être là pour nous parler. Beaucoup de personnes ont cru que vous bluffiez lorsque vous avez menacé de ne plus diffuser les nouvelles en Australie. Vous avez d'ailleurs reculé sur cette question, magistralement.

C'est ce qui se passe maintenant au Canada, vous dites assez clairement que vous n'allez pas participer, que vous n'allez pas vous conformer à cette loi, que vous allez faire des choix d'affaires qui seront différents. Est-ce que vous bluffez encore, ici, au Canada et devant ce comité? Pourquoi devrions-nous vous croire maintenant quand vous menacez de ne plus partager de nouvelles canadiennes?

[*Traduction*]

Mme Curran : Merci, sénatrice, de cette question. Je m'excuse, mais je n'ai pas entendu la première partie de la question.

La sénatrice Miville-Dechêne : Essentiellement, je disais que de nombreuses personnes pensaient que vous bluffiez en Australie lorsque vous avez menacé de ne plus diffuser les nouvelles australiennes. En fait, elles avaient raison parce que vous n'avez pas mis cette menace à exécution. Vous faites maintenant la même chose au Canada, vous menacez de ne pas diffuser les nouvelles canadiennes. Donc, pourquoi devrions-nous vous croire maintenant?

Mme Curran : Merci, sénatrice, de la question.

Tout d'abord, comme nos amis de Google l'ont également dit, nous ne sommes pas désignés, dans la loi australienne. Aucune entreprise n'a encore été désignée dans le cadre de cette loi. Ce que nous avons réussi à faire, c'est parvenir à ce que nous avons appelé un compromis bancal à court terme.

J'ajouterai ceci : nous avons en effet conclu des accords commerciaux avec des éditeurs, en Australie, y compris des ententes commerciales et de subvention, mais nous ne payons pas pour le contenu que les éditeurs publient déjà. Nous payons seulement pour le contenu net nouveau, pour les produits que nous pourrions vouloir introduire à l'avenir. D'une certaine façon, ces ententes sont similaires à celles que nous avons déjà conclues au Canada avec notre programme News Innovation Test, dont mon collègue, M. Dinsdale, peut parler un peu plus en détail, c'est-à-dire des accords de partenariat commercial avec des éditeurs concernant de nouveaux comportements, et non pour les publications volontaires existantes sur Facebook.

What is notable about Canada is that all of that actually happened without legislation. Despite our best efforts to find a way to work with the news industry and to enter into these commercial deals in a way that helps create sustainable business models, we're still faced with an unworkable piece of legislation that forces us to end the availability of news on our platforms entirely.

Mr. Dinsdale, do you want to talk about the News Innovation Test program?

Senator Miville-Dechêne: Before that, I'd like to know how many deals you've concluded and with what kinds of media. Are you going with bigger media or smaller, community media? Explain to me why you're saying you're not paying for the value of news but you're trying something else.

Marc Dinsdale, Head of Media Partnerships, Meta Canada, Meta Platforms, Inc.: Thank you for the question, senator.

When you look at the entire package of our commitments within the news industry, the News Innovation Test is certainly one of those. That includes 18 publishers across the country — large, small, representing both official languages.

In addition, we have run a number of other news programs, to the tune of more than \$18 million over three years, which include a lot of other publishers whose needs might be different. This was echoed in what Google was saying as well. In those programs, we've run accelerated programs that tried to connect publishers with people from the *New York Times*, for example, and other coaches who can help them navigate into the digital world. That has also been broad in scope. That has included large and small publishers, BIPOC publishers and Indigenous-first publishers. We have also funded programs like the Meta and Canadian Press News Fellowship Program and Indigenous News Fellowship Program, which helps to fund direct roles within their newsrooms.

There is one thing I would also add, if I may, when we talk about Australia. This is also a different moment in time. When we look at the direction that our users want us to go in, we look at the fact that more than 50% of time spent on our platform is on video. Reels is the fastest-growing format on our platform. People want to see video from people of creators. We look at the fact that, as Mr. Curran said, 20% of the people on our platform say they want less news. When we think of value and equitable exchange in the industry, those are factors in this for people on our platforms and people who are in more competitive environments as well. People engaging in other platforms are

Ce que l'on note au sujet du Canada, c'est que tout cela s'est fait sans projet de loi. Malgré tous les efforts que nous avons déployés pour trouver une façon de travailler avec l'industrie de l'information et de conclure des ententes commerciales favorisant la création de modèles d'affaires durables, nous faisons toujours face à un projet de loi irréalisable qui nous oblige à mettre totalement fin à la disponibilité des nouvelles sur nos plateformes.

Monsieur Dinsdale, voudriez-vous parler du programme News Innovation Test?

La sénatrice Miville-Dechêne : Avant cela, j'aimerais savoir combien d'ententes vous avez conclues et avec quels types de médias. Choisissez-vous des médias importants ou de petits médias communautaires? Pourriez-vous m'expliquer pourquoi vous dites que vous ne payez pas pour la valeur des nouvelles mais que vous essayez quelque chose d'autre?

Marc Dinsdale, responsable des partenariats avec les médias, Meta Canada, Meta Platforms, Inc. : Merci de la question, sénatrice.

Examinez l'ensemble des engagements que nous avons pris dans l'industrie de l'information, le programme News Innovation Test en fait certainement partie. Ils comprennent 18 éditeurs de partout au pays, grands et petits, représentant les deux langues officielles.

De plus, nous avons mis en œuvre un certain nombre d'autres programmes d'information, à hauteur de plus de 18 millions de dollars sur trois ans, qui comprennent de nombreux autres éditeurs dont les besoins pourraient être différents. Cela se reflète dans ce que les représentants de Google ont dit également. Parmi ces programmes, nous avons mis en œuvre des programmes accélérés visant à mettre en relation les éditeurs avec des personnes du *New York Times*, par exemple, et d'autres formateurs pouvant les aider à se retrouver dans le monde numérique. Cela a également eu une large portée. Cela concernait les grands et les petits éditeurs, les éditeurs autochtones, noirs et de couleur. Nous avons également financé des programmes comme la Bourse en journalisme Meta-Presses canadienne et la Bourse en journalisme autochtone, qui aide à financer directement les rôles dans leurs salles de presse.

J'aimerais ajouter une chose, si je puis me permettre, à propos de l'Australie. C'est une autre époque. Si nous regardons la direction que nos utilisateurs veulent nous voir prendre, nous voyons que plus de 50 % du temps passé sur nos plateformes est consacré aux vidéos. Les Reels sont le format qui connaît le plus de croissance sur notre plateforme. Les gens veulent voir des vidéos réalisées par des créateurs. Comme l'a dit Mme Curran, on tient compte du fait que 20 % des personnes sur notre plateforme disent qu'elles veulent avoir moins de nouvelles. Quand on réfléchit à la valeur et à l'échange équitable dans l'industrie, il s'agit de facteurs qui concernent les utilisateurs de

saying the same thing. That is where there is a dissonance in discussions about value.

[*Translation*]

Senator Cormier: I'd like to thank the witnesses for being here.

I'm going to continue to reflect on the agreements. I'd like to understand it better. You talked about the different types of agreements that you make. You're a business. I'd like to know, how many figures can you give us about the amount of money that Facebook makes through those agreements? How much money do you make? How much money do the media outlets that enter into these agreements with you make?

Do you have any figures to give us that would help us to understand this balance or imbalance between Facebook and these media players?

[*English*]

Mr. Dinsdale: Thank you for the question.

When we look at the values, I can talk about what we put into the programs and the commitments we have made. As I said, there is the \$18 million that we've committed to over three years, and that does not include the News Innovation Test programs we have done with the 18 publishers. Those are protected by commercial confidentiality so I'm not able to share the numbers on them.

Beyond that, there is the foundational value of the free marketing, as we've heard it called, of over \$230 million a year that publishers gain from voluntarily placing links on our platform that we then share with people. This is information you can hear from us but also from someone like Jeff Elgie, who spoke publicly in the past about the value that he receives from Facebook for free. If he had to go and pay for what he receives for free — and he made the calculation himself — he said that it would be astronomical for him. When we think about the totality of the value, I would say that is —

[*Translation*]

Senator Cormier: Okay, but as far as Facebook is concerned, you're talking about the investments you're making, which is fine, but we're talking about trust here. Do you have any figures to give us so that we can understand the impact these agreements have on you? If, tomorrow morning, you had no more agreements, how much money would you lose? We're talking about commercial agreements.

nos plateformes et les gens qui sont dans des environnements plus concurrentiels également. Les personnes qui utilisent d'autres plateformes disent la même chose. C'est là qu'il y a une contradiction dans les discussions sur la valeur.

[*Français*]

Le sénateur Cormier : Merci aux témoins d'être ici.

Je vais poursuivre cette réflexion sur les ententes. J'aimerais mieux comprendre. Vous avez parlé de différents types d'ententes que vous concluez. Vous êtes une entreprise. J'aimerais savoir, combien de chiffres pouvez-vous nous donner au sujet du montant d'argent que Facebook gagne grâce à ces ententes? Combien d'argent gagnez-vous? Combien d'argent les médias qui passent des ententes avec vous gagent-ils?

Avez-vous des chiffres à nous donner qui nous permettraient de comprendre cet équilibre ou non entre Facebook et ces acteurs des médias?

[*Traduction*]

M. Dinsdale : Je vous remercie de la question.

Quand on pense aux valeurs, je peux parler de ce que nous mettons dans les programmes et des engagements que nous avons pris. Comme je l'ai dit, il y a les 18 millions de dollars pour lesquels nous nous sommes engagés, sur trois ans, et ils ne comprennent pas les programmes News Innovation Test que nous avons mis en œuvre avec les 18 éditeurs. Ceux-là sont protégés par le secret commercial, je ne peux donc pas vous faire part des chiffres les concernant.

Par ailleurs, il y a la valeur fondamentale du marketing gratuit, comme certains l'appellent, qui est de plus de 230 millions de dollars par an, que les éditeurs gagnent en mettant volontairement sur notre plateforme des liens que nous pouvons ensuite partager avec les gens. C'est une information que vous pouvez entendre de notre bouche, mais aussi de la bouche d'une personne comme Jeff Elgie, qui a publiquement parlé dans le passé de la valeur qu'il reçoit gratuitement de Facebook. S'il devait payer pour ce qu'il reçoit gratuitement — il a fait le calcul lui-même —, il a dit que ce serait une somme astronomique pour lui. Quand on pense à toute la valeur, je dirais que c'est...

[*Français*]

Le sénateur Cormier : D'accord, mais pour ce qui est de Facebook, vous parlez des investissements que vous faites, c'est très bien, mais on parle de confiance, ici. Avez-vous des chiffres à nous donner pour qu'on comprenne l'impact que ces ententes ont sur vous? Si, demain matin, vous n'aviez plus d'ententes, combien d'argent perdriez-vous? On parle d'ententes commerciales.

[English]

Mr. Dinsdale: Thank you for the question and for the clarification as well. If I'm not mistaken, that goes to the heart of what we consider the commercial value of news.

The challenge is that, again, people have told us they want to see less of this on our platform. Our platform is moving away from what the news industry fundamentally provides to us, which is links to news content. In that sense, we have talked about the fact that we make little to no revenue off news proper. Also, the reality is that — and, I think we said this in Australia and in other places — there is a high substitutability to news content on our platform because people don't come to our platforms for news. People come to our platforms to connect with communities they care about, to share stories with friends and to engage with public figures, et cetera. They don't come to our platform for news.

[Translation]

Senator Cormier: Do you have any data that would lead us to conclude that what you're saying is true, that people don't go on Facebook for news? Is that clear from the data?

[English]

Mr. Dinsdale: I would have to go back and understand if there is specific research on that, but we can look to the public sphere of 20% of people — and this is from the Reuters news institute — who say there is too much news on the platform.

[Translation]

Senator Cormier: If you have any data, I would like it made available. We would appreciate it if you could send it to the clerk so that we have a clear understanding of these issues.

[English]

Mr. Dinsdale: Thank you. We will follow up as best as we can on that.

[Translation]

Senator Cormier: Thank you. Very briefly, in the interest of time, what are the three main issues in Bill C-18, which is before us, because there are negotiation processes that will be put in place? There are several steps before going to arbitration. Tell us briefly what the three main issues are, so that we understand them.

[Traduction]

M. Dinsdale : Merci de la question et de la précision également. Si je ne me trompe pas, cela va au cœur de ce que nous considérons comme la valeur commerciale des nouvelles.

La difficulté est que, encore une fois, les gens nous ont dit qu'ils veulent voir moins de nouvelles sur notre plateforme. Notre plateforme s'éloigne de ce que l'industrie de l'information nous offre fondamentalement, c'est-à-dire des liens vers du contenu de nouvelles. Dans ce sens, nous avons déjà dit que nous ne tirons pour ainsi dire aucun revenu des nouvelles proprement dites. De plus, la réalité est que — et je crois que nous l'avons dit en Australie et ailleurs —, la substituabilité du contenu de nouvelles est élevée, sur notre plateforme, car les gens n'utilisent pas notre plateforme pour obtenir des nouvelles. Les gens les utilisent pour se mettre en relation avec les communautés qui leur tiennent à cœur, pour partager des histoires avec leurs amis et communiquer avec des personnalités publiques, et cetera. Ils n'utilisent pas notre plateforme pour obtenir des nouvelles.

[Français]

Le sénateur Cormier : Avez-vous des données qui nous permettent de conclure que ce que vous dites est vrai, que les gens ne vont pas sur Facebook pour obtenir des nouvelles? Est-ce clair sur le plan des données?

[Traduction]

M. Dinsdale : Il faudrait que j'y revienne et que je voie s'il existe des recherches spécifiques à ce sujet, mais on peut se tourner vers la sphère publique des 20 % de personnes — c'est l'institut de presse Reuters qui le dit — qui disent qu'il y a trop de nouvelles sur la plateforme.

[Français]

Le sénateur Cormier : Si vous avez des données, je voudrais qu'on puisse les recevoir. Nous serions reconnaissants si vous pouviez les envoyer au greffier pour qu'on comprenne bien ces enjeux.

[Traduction]

M. Dinsdale : Merci. Nous ferons le suivi au meilleur de nos connaissances sur cette question.

[Français]

Le sénateur Cormier : Merci. Expliquez-nous en peu de mots, puisque le temps est restreint, quels sont les trois principaux enjeux du projet de loi C-18 dont nous sommes saisis, puisqu'il y a des processus de négociations qui seront mis en place. Avant d'arriver à l'arbitrage, il y a plusieurs étapes. Dites-nous succinctement quels sont les trois principaux enjeux, pour qu'on les comprenne.

[English]

Ms. Curran: The main issue is this: We are being asked to compensate publishers for material that they voluntarily placed on our platforms because they gained a certain benefit from doing so.

As my colleague Mark Dinsdale said, news content on our platforms is highly substitutable. We don't lose any revenue, or very little revenue, if news content is substituted by something else. This is not a real source of revenue for our company, yet we are being asked to compensate news publishers for this material when they place it on our platforms because they get free marketing and distribution value from doing so. It is the fundamental underlying premise and structure of this framework that we're objecting to.

Secondarily, we object to the assigning of value to news links. You've heard previous witnesses, including Professor Michael Geist, talking about the problem with trying to associate a certain monetary value to links, including news links. For us, the problem is trying to assign or forcing us to compensate publishers for material that they place on our platforms, whether that's audiovisual content, or links, or snippets. It doesn't really have any commercial value to us, so it's very difficult for us to accept that we have to pay for this.

Senator Simons: I want to turn now to the very specific amendments that you provided us with before you spoke.

Mr. Dinsdale, you've just finished saying that people want to see video. For years now, Facebook has worked with newspapers and encouraged them to post more video to Facebook. Lots of video and audio are being shared on Facebook, and yet among your first series of amendments, you would like to scope out all audio and audiovisual content from the bill. You say that that's regulated under the Broadcasting Act. That's certainly true, but I don't think that has anything to do with the question of compensation since I don't like the compensation link tax model with the idea of benefits. Can you explain to me what on earth is the rationale to exclude all audio and audiovisual content from consideration under the act?

Ms. Curran: I can speak to this initially and my colleague Mr. Dinsdale can weigh in as well.

As the chair of the committee said previously, the Parliamentary Budget Officer has written a report that says that the primary beneficiaries of this bill are going to be the highly profitable and already subsidized broadcasters in Canada, including the CBC. Look, our argument is this: Audiovisual content posted by broadcasters should be scoped out of the bill.

[Traduction]

Mme Curran : L'enjeu principal est le suivant : on nous demande d'indemniser les éditeurs pour le contenu qu'ils ont volontairement mis sur nos plateformes parce qu'ils en tirent un certain avantage.

Comme mon collègue, M. Dinsdale, l'a dit, le contenu de nouvelles sur nos plateformes est très substituable. Nous ne perdons aucun revenu, ou très peu de revenus, quand le contenu de nouvelles est remplacé par autre chose. Ce n'est pas une véritable source de revenus pour notre entreprise; toutefois, on nous demande d'indemniser les éditeurs de presse pour ce contenu, quand ils le publient sur nos plateformes, parce qu'ils en tirent une valeur de marketing et de distribution gratuite. C'est le principe fondamental sous-jacent et la structure de ce cadre que nous contestons.

Ensuite, nous contestons l'attribution de valeur aux liens vers les nouvelles. De précédents témoins, y compris M. Michael Geist, ont parlé du problème de l'association d'une certaine valeur monétaire aux liens, y compris les liens vers des nouvelles. Pour nous, le problème est d'essayer d'attribuer... ou nous obliger à indemniser les éditeurs pour le contenu qu'ils publient sur nos plateformes, que ce soit du contenu audiovisuel, des liens ou des extraits. Cela n'a aucune véritable valeur commerciale pour nous, il est donc très difficile pour nous d'accepter de devoir payer pour cela.

La sénatrice Simons : J'aimerais maintenant passer aux amendements très spécifiques que vous nous avez présentés avant de prendre la parole.

Monsieur Dinsdale, vous venez de dire que les gens veulent voir des vidéos. Pendant des années, Facebook a travaillé en collaboration avec les journaux et les a encouragés à publier davantage de vidéos sur Facebook. Un grand nombre de fichiers vidéo et audio sont échangés sur Facebook, et pourtant, dans votre première série d'amendements, vous demandez d'exclure du projet de loi tout le contenu audio et audiovisuel. Vous dites que c'est réglementé par la Loi sur la radiodiffusion. C'est certainement vrai, mais je ne pense pas que cela a un lien quelconque avec la question de l'indemnisation, étant donné que je n'aime pas le modèle fiscal liant l'indemnisation et la notion de bénéfices. Pourriez-vous m'expliquer ce qui peut bien justifier l'exclusion de tout le contenu audio et audiovisuel de toute considération en vertu de la loi?

Mme Curran : Je peux répondre d'abord, et mon collègue, M. Dinsdale, peut également intervenir.

Comme l'a dit précédemment le président du comité, le directeur parlementaire du budget a rédigé un rapport selon lequel les principaux bénéficiaires de ce projet de loi seront les radiodiffuseurs les plus rentables et déjà subventionnés au Canada, y compris CBC/SRC. Écoutez, notre argument est le suivant : le contenu audiovisuel publié par les radiodiffuseurs

There is still a problem with news content posted by broadcasters that isn't audiovisual content, but we are saying this content specifically should be scoped out of the bill.

Senator Simons: What about small-town radio stations or people sharing their podcasts? Don't misunderstand me. We've spoken before. You know I don't accept the premise of the bill and have great sympathy with your general argument. However, I don't understand how on earth we can differentiate by saying that audio and audiovisual content — much of which, frankly, is posted by things we used to call newspapers — could be not included. Every news site these days posts video and audio, including the *Toronto Star*, *The Globe and Mail*, the *National Post*, *Le Devoir* and *La Presse*.

Mr. Dinsdale: Thank you, senator.

I would respectfully refute part of that. I think that if you go to the *Toronto Star*, *The Globe and Mail*, or *La Presse*'s Facebook pages, you will see that almost exclusively all they're posting is linked posts. It's link post, link post, link post, link post, almost exclusively.

Senator Simons: They're linking to video. They're linking to audio.

Mr. Dinsdale: Respectfully, I'd argue that they're linking to text content the vast majority of times. This is, again, because they see the value in us taking people from our platform and sending them to them.

Senator Simons: I understand that argument. That's not the question I'm asking you. You're putting forward an amendment that says we should take all consideration of audiovisual content out at a time when traditional print products are becoming more and more multimedia. I can tell you, having worked in those newsrooms, that if I heard the words "pivot to video" one more time — I pivoted to video so many times, I felt like I was trapped on a swirling teacup ride. I don't understand. Are you saying that private radio is out, or are you saying that podcasts are out, something like *Canadaland*? What would be in and out under this model? I don't understand the amendment.

Mr. Dinsdale: I would also respectfully argue that the designation of what is in and out is irrespective of the type of content — that is, is it a news outlet owned by a news business — and that is an entirely different set of considerations. So to your question of commercial radio, we need to seek

doit être exclu du projet de loi. Le contenu de nouvelles publié par les radiodiffuseurs qui n'est pas du contenu audiovisuel pose toujours problème, mais ce que nous disons, c'est que ce contenu précis doit être exclu du projet de loi.

La sénatrice Simons : Qu'en est-il des stations de radio des petites villes ou des gens qui partagent leurs balados? Ne vous méprenez pas. Nous avons déjà parlé. Vous savez que je n'accepte pas la prémisse du projet de loi, et je comprends tout à fait votre argument général. Cependant, je ne comprends absolument pas comment nous pouvons faire la distinction en disant que le contenu audio et audiovisuel — dont la plus grande partie, franchement, est publiée par ce que l'on appelait autrefois les journaux — ne pourrait pas être inclus. De nos jours, chaque site d'information publie des fichiers vidéo et audio, y compris le *Toronto Star*, le *Globe and Mail*, le *National Post*, *Le Devoir* et *La Presse*.

M. Dinsdale : Merci, sénatrice.

Avec respect, je réfuterais une partie de ce que vous venez de dire. Je pense que si vous consultez les pages Facebook du *Toronto Star*, du *Globe and Mail* ou de *La Presse*, vous verrez qu'ils ne publient presque exclusivement que des liens renvoyant à des publications. Des liens, des liens, des liens, des liens, presque exclusivement.

La sénatrice Simons : Ils renvoient à des vidéos, et à du contenu audio.

M. Dinsdale : Respectueusement, j'affirmerais que, la plupart du temps, ils renvoient à du contenu textuel. Encore une fois, c'est parce qu'ils considèrent utile que nous prenions les utilisateurs de notre plateforme et pour les leur envoyer.

La sénatrice Simons : Je comprends cet argument. Ce n'est pas ça, ma question. Vous présentez un amendement qui dit que l'on devrait supprimer toute prise en compte du contenu audiovisuel à un moment où les produits imprimés traditionnels deviennent de plus en plus multimédias. J'ai travaillé dans ces salles de presse, et je peux vous dire que, si j'entendais encore une fois les mots « tourner vers la vidéo »... j'ai tourné tellement de fois vers la vidéo que j'avais l'impression d'être prise au piège dans un manège. Je ne comprends pas. Êtes-vous en train de dire que les radios privées n'existent plus, ou dites-vous que les balados n'existent plus, des choses comme *Canadaland*? Qu'est-ce qui serait retenu et qu'est-ce qui serait supprimé, dans ce modèle? Je ne comprends pas l'amendement.

M. Dinsdale : Respectueusement, j'affirmerais également que la désignation de ce qui est retenu et de ce qui ne l'est pas ne dépend pas du type de contenu — si c'est un organe de presse appartenant à une entreprise de nouvelles — et que c'est un ensemble de considérations complètement différentes. Donc,

guidance from the final text of the bill to understand what is a music radio station considered compared to a news talk radio station —

Senator Simons: I would love it, Mr. Dinsdale, if you would actually answer my question.

Ms. Curran: Senator, maybe I can say this: The premise of this news regulation is that the declining revenues of the written news publishing industry in the digital age is something the government needs to support, and we are saying if that is truly the objective of a bill, then it doesn't make sense to include audiovisual content and radio in that objective.

Senator Simons: I would say that as long as we're making this premise, local radio revenues are in decline because of competition from digital advertising, local television stations are in calamitous decline, and other innovative start-ups are operating in a multimedia world —

All right. Let's move on to another of your amendments, which I see cleverly manages — maybe someone else would like to ask about the amendment that manages to scope out Facebook but include Google.

Ms. Curran: We're happy to answer that question, because we think we have a very different relationship with the news industry than Google does.

Senator Wallin: Well, why don't you explain that, then?

Ms. Curran: Thank you, Senator Wallin. Happy to explain that.

Look, Facebook doesn't scrape the internet for news content. We don't aggregate news content in search results. We have a very different relationship with news content and with news publishers than Google does. We think parliamentarians ought to take that into account when deciding who should be scoped in under this bill. News content is really not a critical or important or fundamental part of the services we provide and the product we provide to Canadians, so our reaction to this bill is necessarily going to be very different.

Senator Wallin: With your argument that the free exposure and the value of the exposure that people voluntarily seek by posting their material to you is very valuable, I don't understand particularly why, then, they are so supportive of this. Is it just free money?

Mr. Dinsdale: That's a great question, senator.

pour répondre à votre question sur les radios commerciales, il faut chercher à s'inspirer du texte final du projet de loi pour comprendre qu'est-ce qu'une station de radio musicale par rapport à une station de radio diffusant des nouvelles...

La sénatrice Simons : Monsieur Dinsdale, j'aimerais que vous répondiez à ma question.

Mme Curran : Sénatrice, je pourrais peut-être dire ceci : la prémisse de cette réglementation sur les nouvelles est que la diminution des revenus de l'industrie de la presse écrite à l'ère numérique est une chose que le gouvernement doit soutenir, et nous disons que, si c'est le véritable objectif d'un projet de loi, il est donc illogique d'inclure le contenu audiovisuel et la radio dans cet objectif.

La sénatrice Simons : Je dirais que, tant que nous partons de ce principe, les revenus des radios locales sont en baisse en raison de la concurrence de la publicité numérique, les chaînes de télévision locales connaissent un déclin catastrophique et d'autres entreprises en démarrage innovantes opèrent dans un monde multimédia...

D'accord. Passons à un autre de vos amendements, qui, selon moi, gère habilement... peut-être quelqu'un d'autre voudrait poser une question sur l'amendement qui vise à exclure Facebook tout en incluant Google.

Mme Curran : Nous répondrons à cette question avec plaisir, car nous pensons que nous avons une relation très différente de celle de Google avec l'industrie de l'information.

La sénatrice Wallin : Eh bien, pourquoi ne pas nous expliquer cela, alors?

Mme Curran : Merci, sénatrice Wallin. Je l'expliquerai avec plaisir.

Écoutez, Facebook n'exploite pas Internet à la recherche de contenu de nouvelles. Nous ne regroupons pas les contenus de nouvelles dans les résultats de recherche. Nous avons une relation très différente de celle de Google avec le contenu de nouvelles et avec les éditeurs de presse. Nous pensons que les parlementaires devraient en tenir compte au moment de décider qui devrait être inclus dans ce projet de loi. Le contenu de nouvelles n'est vraiment pas une partie essentielle, importante ou fondamentale des services que nous offrons et du produit que nous fournissons aux Canadiens, donc notre réaction à ce projet de loi sera nécessairement très différente.

La sénatrice Wallin : Si vous affirmez que la visibilité gratuite et la valeur de la visibilité que les gens recherchent volontairement en publiant leur contenu sur votre plateforme sont très précieuses, je ne comprends pas vraiment pourquoi, alors, ils sont si favorables à cela. S'agit-il simplement d'argent gratuit?

M. Dinsdale : C'est une excellente question, sénatrice.

I think you would find that there obviously is a set of publishers very much in support of this and obviously a set of publishers very much against this, and it is the characteristics of those publishers that are telling. There have been fears expressed that any innovative new publisher is placed at a disadvantage, especially if the Parliamentary Budget Officer is correct that 75% of the revenues will go to the largest traditional media organizations in the country. A new entrant into the market has to dig themselves out of a \$329 million hole.

Senator Wallin: The new ones are unfairly treated compared to the CBC or the *Toronto Star*, or whatever it may be, because we don't have a proper definition? That is part of the problem I have got here. What is news? What is journalism? Who decides what is a new entity? Who decides that? If we don't have any definitions on that, it's pretty hard to even impose this on you. The clearest one here is one of your amendments, which is on copyrighted content versus — that you're quite happy to pay for that if something is copyrighted, but if people are voluntarily providing it, well, that's that, and you're just a conduit.

Ms. Curran: The EU copyright directive respects the principles of copyright law. If snippets are posted or a link is posted, that's exempted from the EU framework. If Canada were to follow a similar approach here, that would make this a much better piece of legislation.

Senator Wallin: Meaning that you're not going to reproduce a Margaret Atwood novel for free, but if someone references Margaret Atwood, that should not cost you or penalize you financially?

Ms. Curran: Absolutely. If we're reproducing that text in full and placing ads against that content, let's talk about what we need to pay to compensate for that. If we're posting a snippet in a link or if a publisher is posting a snippet in a link, which is allowed currently under our copyright law, then let's allow for that. That is certainly the approach the EU has taken, and we think that is the better approach.

Senator Wallin: Even if news is not a big part of your product in the end, you're still willing to support it. Why?

Mr. Dinsdale: Thank you, senator.

Part of the crux of the challenge is that we want to be a platform where there is this expression of ideas and the sharing of content. If you look at the exchange of value that exists now, we think it is equitable. We would like to continue to do so, but if this exchange of value moves from being equitable to one that introduces new and unknowable costs to us for things that, again, quite frankly, unfortunately, people want to see less of on our platform, and the choice we are provided is either comply and

Je pense que vous constaterez qu'il y a manifestement un ensemble d'éditeurs très favorables à cela, et d'autres qui sont vraiment contre, et ce sont les caractéristiques de ces éditeurs qui sont révélatrices. Certains disent craindre que tout nouvel éditeur novateur sera désavantagé, surtout si le directeur parlementaire du budget a raison quand il dit que 75 % des revenus reviendront aux plus grands médias traditionnels du pays. Un nouvel entrant dans le marché doit se sortir d'un trou de 329 millions de dollars.

La sénatrice Wallin : Les nouveaux venus sont traités de façon injuste par rapport à CBC/SRC ou au *Toronto Star*, peu importe, parce que nous n'avons pas de définition appropriée? Cela fait partie du problème que j'ai, ici. Qu'est-ce que les nouvelles? Qu'est-ce que le journalisme? Qui décide de ce qu'est une nouvelle entité? Qui en décide? Si vous n'avez pas de définition pour cela, il est très difficile de même vous l'imposer, à vous. Le plus clair ici, c'est l'un de vos amendements, concernant le contenu protégé par le droit d'auteur par rapport à... que vous payez avec plaisir si le contenu est protégé par le droit d'auteur, mais, si les gens le fournissent volontairement, eh bien, c'est fini, et vous êtes simplement un intermédiaire.

Mme Curran : La directive européenne sur le droit d'auteur respecte les principes des lois sur le droit d'auteur. Si des extraits ou un lien sont publiés, cela est exempté du cadre de l'Union européenne. Si le Canada devait adopter une approche similaire à ce chapitre, cela en ferait un bien meilleur projet de loi.

La sénatrice Wallin : Cela signifie que vous n'allez pas reproduire gratuitement un roman de Margaret Atwood, mais que, si quelqu'un fait référence à Margaret Atwood, cela ne devrait rien vous coûter ou ne pas vous pénaliser financièrement?

Mme Curran : Tout à fait. Si nous reproduisons ce texte intégralement et que nous passons des annonces sur ce contenu, parlons de ce que nous devrions payer comme indemnité. Si nous publions un extrait dans un lien, ou si un éditeur publie un extrait dans un lien, ce qui est actuellement permis par la loi sur le droit d'auteur, autorisons donc cela. C'est certainement l'approche que l'Union européenne a adoptée, et nous pensons que c'est la meilleure approche.

La sénatrice Wallin : Même si les nouvelles ne constituent pas une grande partie de votre produit à la fin, vous êtes toujours prêt à le soutenir. Pourquoi?

M. Dinsdale : Merci, sénatrice.

Une partie du cœur du problème est que nous voulons être une plateforme où on exprime des idées et où on partage du contenu. Si on examine l'échange de valeur qui se fait actuellement, nous pensons que c'est équitable. Nous aimerions continuer de le faire, mais si l'échange de valeur qui était équitable devient un échange qui entraîne des coûts nouveaux et inconnus pour nous, pour des choses que, encore une fois, très franchement, malheureusement, les gens veulent voir moins sur notre

enter negotiations where we don't know the value of the outcome or remove news content from the platform or end availability of news content on the platform, we have to choose ending the availability of news content on the platform.

Ms. Curran: To be clear, senator, we don't want to do that. We have supported the news industry, as my colleague Mr. Dinsdale has said, through \$230 million of a free marketing and distribution value. We have supported the news industry through the News Innovation program and other programs we have launched.

But, really, this bill is going to force us to end the availability of news on our platforms in Canada, and we don't want to be there. Google said the same thing. They don't want to end up in this position. We want to support the news industry in the transition to the new digital reality, and we are trying to do that to the best of our ability, and this bill is going to force us into a position where we cannot do that.

Senator Manning: Thank you to our witnesses.

I am just following the conversation here, and I want to have the opportunity maybe to reiterate, but I want to go back to something you said on a couple of occasions now. I want to make sure I understand it properly. Are you telling us that Global News or the *Toronto Star* would post their content to their own Facebook page in order to drive traffic to their websites, and this bill would make Facebook pay them for that? You're like a community billboard, but you will be forced to pay someone who uses your billboard to promote their own business?

Ms. Curran: That is exactly right, senator. We will be forced to compensate news publishers for material that they post to drive traffic and drive clicks back to their page and websites where they can then monetize those views and eyeballs either through a paywall or they can place ads against the views that show up on their web page. We are being asked to compensate them for an activity that actually benefits them from a monetary perspective.

Senator Manning: Can you articulate for us what the potential monetary liability will be for your company as a result of this?

Ms. Curran: That is also an excellent question. Part of the problem with this legislation is that it exposes us to a totally unknown liability and a liability that we don't control. It incentivizes publishers to post material to our platforms in a volume that we don't control and in a manner or a pattern that we don't control. We can't control how much they post, and we

plateforme, et que nous avons le choix entre nous conformer et entamer des négociations où nous ne connaissons pas la valeur du résultat, ou de supprimer le contenu de nouvelles de la plateforme ou mettre fin à sa disponibilité, nous devons choisir de mettre fin à la disponibilité du contenu de nouvelles sur la plateforme.

Mme Curran : Sénatrice, pour être clairs, nous ne voulons pas faire cela. Nous avons soutenu l'industrie de l'information, comme mon collègue, monsieur Dinsdale, l'a dit, avec 230 millions de dollars de valeur de marketing et de distribution gratuite. Nous avons soutenu l'industrie de l'information au moyen du programme News Innovation et des autres programmes que nous avons lancés.

Mais, en réalité, ce projet de loi va nous forcer à mettre fin à la disponibilité des nouvelles sur nos plateformes au Canada, et nous ne voulons pas en arriver là. Les représentants de Google ont dit la même chose. Ils ne veulent pas en arriver là. Nous voulons soutenir l'industrie de l'information dans la transition vers la nouvelle réalité numérique et nous nous efforçons de le faire au mieux de nos capacités, et ce projet de loi va nous forcer à adopter une position où nous ne pourrions pas le faire.

Le sénateur Manning : Je remercie les témoins.

Je ne fais que suivre la discussion sur ce point et j'aimerais avoir l'occasion de peut-être le répéter, mais j'aimerais revenir à quelque chose que vous avez dit deux ou trois fois déjà. J'aimerais m'assurer que j'ai bien compris. Êtes-vous en train de nous dire que Global News ou le *Toronto Star* publieraient leur contenu sur leur propre page Facebook afin d'attirer l'affluence sur leurs sites Web, et que ce projet de loi obligerait Facebook à les payer pour cela? Vous êtes comme un panneau d'affichage communautaire, mais vous seriez obligé de payer quelqu'un qui utilise votre panneau d'affichage pour promouvoir sa propre entreprise?

Mme Curran : C'est tout à fait cela, sénateur. Nous serons obligés d'indemniser les éditeurs de presse pour le contenu qu'ils publient pour attirer l'affluence et les clics vers leur page et leurs sites Web, où ils peuvent ensuite monétiser ces visites, soit au moyen d'un accès payant, soit en plaçant des publicités sur ce qui apparaît sur leur page Web. On nous demande de les indemniser pour une activité qui leur est bénéfique d'un point de vue pécuniaire.

Le sénateur Manning : Pourriez-vous nous expliquer quelle sera la responsabilité monétaire potentielle de votre entreprise, en conséquence?

Mme Curran : C'est une autre excellente question. Une partie du problème, dans ce projet de loi, c'est qu'il nous expose à une responsabilité totalement inconnue, et une responsabilité sur laquelle nous n'avons aucune emprise. Il encourage les éditeurs à publier sur nos plateformes un volume de contenu que nous ne contrôlons pas et d'une façon ou selon un plan que nous

can't control how much we pay for that material. Part of the problem, senator, is the uncertainty around this framework which exposes us to a totally unknown liability.

Senator Manning: My understanding is that if Bill C-18 passes as it is today, and then some regulations are coming afterwards, wouldn't it be in everybody's best interest if we had regulations beforehand so that at least we know what the rules of the game are?

Ms. Curran: Absolutely. If we knew what liability we were exposed to — this has been part of the short-term solution in Australia. We were able to know and cap our liability at a certain amount. If we knew that ahead of time, we could make an informed commercial decision about whether that was something we could live with. When it comes to Bill C-18, we are really exposed to a completely uncertain and unknowable liability. Senator, no business would agree to do business under those conditions. No business could agree to that.

Senator Manning: I would like to go back to a question that Senator Miville-Dechêne asked. When your company announced in March that you will end the availability of news content on Facebook and Instagram in Canada, the minister responded:

This tactic didn't work in Australia, and it won't work here. Canadians won't be intimidated . . . All we're asking Google to do is negotiate fair deals with news outlets when they profit from their work.

In principle, do you agree that smaller players — since that is what the bill is telling us we're leaning toward — and news outlets need the support of the government as a referee in order to conclude fair deals with platforms like yourselves?

Ms. Curran: In principle, we do agree that the objective of the bill is to support smaller, local and regional players. In practice, what the Parliamentary Budget Officer has said is that this bill is going to direct the large majority of funds, 75%, toward established, highly profitable and highly subsidized broadcasters, and it is going to benefit the large broadcasters and publishers who are already benefitting from programs that are in place. It is not actually going to do anything for the smaller, local and regional players that the bill purports to benefit.

Senator Manning: You didn't end availability in Australia, but you saying you're going to end availability here. Give me one part of the Australian setup versus the Canadian setup that

ne contrôlons pas. Nous ne pouvons pas contrôler la quantité de contenu qu'ils publient, nous ne pouvons pas contrôler combien nous devons payer pour ce contenu. Une partie du problème, sénateur, tient à l'incertitude entourant ce cadre, qui nous expose à une responsabilité totalement inconnue.

Le sénateur Manning : Si j'ai bien compris, si le projet de loi C-18 était adopté sous sa forme actuelle, puis que la réglementation était élaborée par la suite... ne serait-ce pas dans l'intérêt supérieur de tout le monde que la réglementation soit élaborée avant, afin que nous sachions, à tout le moins, quelles sont les règles du jeu?

Mme Curran : Absolument. Si nous savions à quelles responsabilités nous nous exposons... cela a été une partie de la solution à court terme en Australie. Nous avons pu déterminer notre responsabilité et la plafonner à un certain montant. Si nous avions cette information en avance, nous pourrions prendre une décision commerciale éclairée et savoir si cela est acceptable, mais, dans le projet de loi C-18, nous sommes réellement exposés à une responsabilité complètement inconnue et indéterminable. Sénateur, personne n'accepterait d'exploiter une entreprise dans ces conditions. Aucune entreprise ne l'accepterait.

Le sénateur Manning : J'aimerais revenir à une question que la sénatrice Miville-Dechêne a posée. Quand votre entreprise a annoncé, en mars, que vous alliez mettre fin à la disponibilité du contenu des nouvelles sur Facebook et Instagram pour les Canadiens, le ministre a répondu :

Cette tactique n'a pas fonctionné en Australie, et elle ne fonctionnera pas ici. Les Canadiens ne seront pas intimidés... Tout ce que nous demandons à Facebook, c'est de négocier des accords équitables avec les médias lorsqu'ils profitent de leur travail.

En principe, êtes-vous d'accord pour dire que les petits acteurs — puisque le projet de loi nous dit que nous penchons en leur faveur — et les médias ont besoin que le gouvernement les soutienne et joue le rôle d'arbitre pour que des ententes équitables soient conclues avec des plateformes comme la vôtre?

Mme Curran : En principe, nous appuyons effectivement l'objectif du projet de loi, qui est de soutenir les petits acteurs et les acteurs locaux et régionaux. En pratique, ce que le directeur parlementaire du budget a dit, c'est que ce projet de loi va diriger une grande majorité des fonds, 75 %, vers des diffuseurs établis, qui sont déjà très rentables et hautement subventionnés, et que cela va profiter aux grands diffuseurs et éditeurs qui sont déjà avantagés par les programmes en place. Concrètement, cela ne va rien faire pour les petits acteurs et les acteurs locaux et régionaux que le projet de loi est censé aider.

Le sénateur Manning : Vous n'avez pas mis fin à la disponibilité du contenu en Australie, mais vous dites que vous allez le faire ici. Donnez-moi un exemple d'un élément du

we are planning here that would facilitate you moving to not making available news here in Canada.

Ms. Curran: That's a really good question. Importantly, under the Australian legislation, we have not been designated. No company has been designated — you heard that from Google as well — so we were able to reach a short-term compromise that allowed us to continue to carry news content in Australia. The bill in Canada is quite different. It asks us to designate ourselves as a news intermediary automatically upon passage of the bill. There is no room provided for a process to play out that would allow the government to decide whether we should be designated or not. That's the key difference between the Canadian and the Australian legislation. There is no room to reach a compromise with the government before being designated under the legislation.

Senator Manning: Thank you.

The Chair: I have a comment before I ask my question. There is no doubt that the digital world has changed the way all of industry operates. We see it in the retail sector. We see it in the taxi industry, where Uber has come in and changed the way things operate. We see it in the travel industry, where people go to direct travel websites to book their flights and don't go through travel agents. The government didn't rush to save the taxi industry or travel agents in this country. We're not rushing to save the retail market, which is struggling. There seems to be a love affair with our current government to decide exactly the flow of money goes to media agencies in order to prop them up. I believe that is a slippery slope. That is my personal comment.

In terms of a direct question, would Facebook prevent news outlets from posting links if this legislation passes and you're forced to pay for those links?

Ms. Curran: Yes, senator. We have made that decision. We very much do not want to be in that position. If Bill C-18 passes substantively as drafted, we will prevent the sharing of news links on Facebook and Instagram, or what we have called "ending the availability" of news content on our platforms.

The Chair: That would have a tremendous impact particularly for those journalists and newspapers that are linking them right now. I would think that would reduce their capacity to use that megaphone to reach what I think would be millions of Canadians.

modèle australien, en comparaison du modèle canadien que nous prévoyons appliquer ici, qui vous pousserait davantage à mettre fin à la disponibilité du contenu de nouvelles ici au Canada.

Mme Curran : C'est une très bonne question. Un fait important est que, dans la loi australienne, nous n'étions pas désignés. Aucune entreprise n'était désignée — Google vous l'a aussi dit —, ce qui veut dire que nous avons été en mesure de trouver un compromis à court terme afin de pouvoir continuer de diffuser du contenu de nouvelles en Australie. Le projet de loi canadien est très différent. Il nous demande de nous désigner intermédiaire de nouvelles automatiquement, dès l'adoption du projet de loi. Cela ne laisse aucune place à un processus qui permettrait au gouvernement de décider s'il faut nous désigner ou non. Voilà la différence clé entre la loi canadienne et la loi australienne. Il n'y a aucune possibilité de trouver un compromis avec le gouvernement avant d'être désigné en vertu du projet de loi.

Le sénateur Manning : Merci.

Le président : J'ai un commentaire à faire avant de poser ma question. Il ne fait aucun doute que le monde numérique a changé la façon dont toutes les industries sont exploitées. Nous pouvons le voir dans le secteur de la vente au détail. Nous pouvons le voir dans l'industrie du taxi, où l'arrivée de Uber a changé la façon dont les choses fonctionnent. Nous pouvons le voir dans l'industrie du voyage, parce que les gens vont directement sur des sites de voyages pour réserver leurs vols au lieu de faire affaire avec des agences de voyages. Le gouvernement ne s'est pas précipité pour sauver l'industrie du taxi ou les agences de voyages du pays. Nous ne nous sommes pas précipités non plus pour sauver les vendeurs au détail, qui sont en difficulté. Il semble que notre gouvernement actuel aime par-dessus tout décider exactement où va l'argent des médias pour les soutenir. À mon avis, c'est une pente glissante. C'était mon commentaire personnel.

Je vais poser une question directe : est-ce que Facebook empêcherait les médias de publier des liens, si le projet de loi est adopté et que vous êtes obligé de payer pour ces liens?

Mme Curran : Oui, sénateur. C'est la décision que nous avons prise. Nous aimerions vraiment ne pas être dans cette position. Si le projet de loi C-18 est adopté essentiellement comme il est rédigé, nous allons bloquer le partage des liens de nouvelles sur Facebook et Instagram, ce que nous appelons « mettre fin à la disponibilité » du contenu de nouvelles sur nos plateformes.

Le président : Cela aurait un impact énorme, en particulier pour les journalistes et les journaux qui publient ces liens présentement. Je me dis que cela réduirait leur capacité d'utiliser ce mégaphone pour rejoindre, je pense, des millions de Canadiens et de Canadiennes.

Mr. Dinsdale: Thank you, senator. It would. When we look at the number of times this happens and the 1.9 billion clicks that we provide to publishers to send them from our platform to their websites to consume their content and buy subscriptions, it is hard for us to understand the economic value of that because all of that value happens on these websites that we don't have access to. It would be a challenge.

One of the things I would also note is that when you look at the industry as a whole, part of the reality is that we represent a small part of how people get to these sites. When you look at the traffic that is attributable to us, it is maybe 13%, according to the National Economic Research Associates report that just came out. It is difficult because we are providing a lot of value to the industry. We are not the reason why these publishers exist or don't exist. This kind of a thing is a piece of both worlds in that statement.

The Chair: I also get a sense there is not unanimity among the journalism world, among journalists in particular, with regard to this bill and the end result that will come out of this experiment. Is that a fair assessment on my part?

Mr. Dinsdale: I would characterize that as fair. Especially once a study, like the Parliamentary Budget Officer's study, comes out, the smaller publishers start to understand the implications of the type of model that is being suggested here. I think it would be fair to say that there are concerns from smaller publishers.

There was a piece that was written — I can't remember who wrote it — that talked about the other challenge being the blockage to innovation and that the news industry is going to be not necessarily formed by the publishers that exist now but by the thousand publishers that are to come. A bill like this makes it challenging for those thousand challengers to be born and grow.

Senator Dasko: I want to pursue the Australian situation a little bit more. You made deals in Australia, yet you're very critical of the legacy media. Did you make deals with Mr. Murdoch and his massive companies there, or did you not because you don't like the legacy media?

Ms. Curran: The Australian legislation contained a number of important differences from the Canadian legislation, which we've outlined for Senator Manning, that allowed us to reach a short-term compromise. We did enter into commercial deals with certain outlets in Australia, but again, that was for net new content, not for content that publishers were already voluntarily posting to our platforms. Truthfully, senator, we're not sure at this point how long those arrangements are going to last. We are at a different moment in time, as my colleague Marc Dinsdale

M. Dinsdale : Merci, sénateur. Vous dites vrai. Si on regarde le nombre de fois où cela arrive et les 1,9 milliard de clics que nous fournissons aux éditeurs pour que les utilisateurs passent de notre plateforme à leurs sites pour y consommer leur contenu et s'y abonner, nous avons de la difficulté à comprendre la valeur économique de tout cela, parce que toute cette valeur se retrouve sur ces sites Web, auxquels nous n'avons pas accès. Cela poserait un problème.

L'une des choses que je voudrais aussi souligner est que, si on regarde l'industrie dans son ensemble, le fait est que nous représentons une petite partie de la façon dont les gens accèdent à ces sites. Si vous regardez le trafic qui vient de nous, il s'agit peut-être de 13 %, selon un rapport tout juste publié du cabinet National Economic Research Associates. C'est difficile, parce que nous créons énormément de valeur pour l'industrie. Nous ne sommes pas la raison pour laquelle les éditeurs existent ou n'existent pas. Donc, c'est comme s'il y avait deux aspects à tout cela, quand on dit cela.

Le président : J'ai aussi l'impression qu'il n'y a pas de consensus dans le milieu journalistique, entre les journalistes en particulier, en ce qui concerne ce projet de loi et le résultat final de cette expérience. Est-ce que j'ai vu juste?

M. Dinsdale : Je dirais que vous avez vu juste. En particulier, une fois qu'une étude — comme celle du directeur parlementaire du budget — sera publiée, les petits éditeurs vont commencer à comprendre ce que suppose le genre de modèle qui est proposé ici. Je pense que ce serait juste de dire que les petits éditeurs ont des préoccupations.

Il y a eu un article — je ne me rappelle plus qui — selon lequel l'autre problème serait que l'innovation sera bloquée et que l'industrie de l'information ne serait plus nécessairement composée des éditeurs qui existent actuellement, mais des milliers d'éditeurs qui émergeront dans l'avenir. Un projet de loi comme celui-ci va miner la capacité de ces milliers de concurrents de se lancer et de prospérer.

La sénatrice Dasko : J'aimerais parler encore un peu de la situation en Australie. Vous avez conclu des ententes en Australie, et pourtant, vous demeurez très critique à l'égard des médias traditionnels. Avez-vous conclu des ententes avec M. Murdoch et ses entreprises gigantesques là-bas, ou avez-vous refusé de le faire, parce que vous n'aimez pas les médias traditionnels?

Mme Curran : Il y a un certain nombre de différences importantes entre la loi australienne et la loi canadienne, comme nous l'avons expliqué au sénateur Manning, qui nous ont permis de trouver un compromis à court terme. Nous avons effectivement conclu des ententes commerciales avec certains organes de presse en Australie, mais, comme je l'ai dit, cela concernait le nouveau contenu net, et non pas le contenu que les éditeurs publiaient déjà volontairement sur nos plateformes. En toute franchise, sénatrice, nous ne savons pas combien de temps

has referenced. If we were to be designated under that legislation, I think the outcome might be very different.

Senator Dasko: But the situation can go on there as it has been. I asked a question earlier to Google about the status quo. You could just continue this with their law not being formally enacted or whatever and you're out there making deals with companies in this situation. You could do that, right?

Ms. Curran: We do have short-term deals in place with certain outlets in Australia, yes. Our investments there have over-indexed towards the larger status quo publishers and not the new digital start-ups or innovative outlets that we would like to support. Whether those agreements will continue beyond the three years is, I think, very much in question.

Senator Dasko: You may just opt out of Australia; is that what you're saying?

Ms. Curran: It's hard to speculate at this point, senator, but if we were to be designated under that legislation — which we have not been yet — I think the outcome would not be very much different than what it is in Canada or the U.S.

Senator Dasko: You said that you knew what your liabilities were ahead of time there, and here you have an unknown liability. You also said you have low news traffic and so on. Would you be able to say, "We're a low-volume operation on the news, and we don't have all that much money to allocate to this particular legislation program," and so on? Can you not operate that way?

Ms. Curran: If you're asking whether we get much revenue from news content, no, we don't, and that's part of the issue. As my colleague Mr. Dinsdale has said, news content is what we call highly substitutable on our platforms. If we substitute news content with other content, there is no impact on our user engagement or on our revenue numbers — certainly no negative impact, and sometimes a positive impact. So news has no real commercial or economic value to the company.

That's the problem with the framework that is outlined in Bill C-18. It's not that we believe news has no social value, because we believe that strongly. We would love to continue supporting the news industry through our free marketing and distribution tools, for instance, along with the programs that Mr. Dinsdale has outlined. However, it has no commercial value

ces ententes vont durer. Et c'est une autre époque, comme mon collègue M. Dinsdale l'a dit. Si nous étions désignés en vertu de ce projet de loi, je pense que les résultats seraient très différents.

La sénatrice Dasko : Mais la situation pourrait se maintenir, là-bas. Plus tôt, j'ai posé une question à Google à propos du statu quo. Vous pourriez tout simplement continuer ainsi, si les lois australiennes ne sont pas officiellement appliquées ou quelque chose du genre, et vous pourriez dans ce contexte conclure des ententes avec les entreprises. Vous pourriez faire cela, n'est-ce pas?

Mme Curran : Nous avons effectivement conclu des ententes à court terme avec certains organes de presse australiens, oui. Nous investissons là-bas bien davantage dans les grands éditeurs en place que dans les nouvelles entreprises numériques en démarrage ou les organes de presse novateurs que nous aimerions soutenir. Quant à savoir si ces ententes dureront plus que trois ans, je pense vraiment que cela reste encore à voir.

La sénatrice Dasko : Vous pourriez tout simplement vous retirer de l'Australie, est-ce bien ce que vous dites?

Mme Curran : C'est difficile de faire des conjectures présentement, sénateur, mais, si nous étions désignés en vertu de cette loi — ce qui n'est pas encore fait —, je pense que le résultat ne serait pas très différent de la situation au Canada ou aux États-Unis.

La sénatrice Dasko : Vous avez dit que vous saviez à l'avance quelle était votre responsabilité et que, ici, la responsabilité est inconnue. Vous avez aussi dit que vous n'aviez pas énormément de trafic, en ce qui concerne les nouvelles, et d'autres choses. Pourriez-vous dire : « Les nouvelles ne sont pas un de nos grands secteurs d'activité, et nous n'avons pas vraiment beaucoup d'argent à consacrer à ce programme particulier prévu dans la loi », et cetera? Ne pourriez-vous pas fonctionner ainsi?

Mme Curran : Si vous me demandez si nous obtenons un revenu important grâce au contenu de nouvelles, la réponse est non, et c'est effectivement une partie du problème. Comme mon collègue, M. Dinsdale, l'a dit, le contenu de nouvelles est ce que nous appelons du contenu très substituable sur nos plateformes. Si nous remplaçons du contenu de nouvelles par d'autres contenus, cela n'a pas d'incidence sur l'engagement de nos utilisateurs ni sur notre chiffre d'affaires... cela n'a certainement aucune conséquence défavorable, et cela donne même parfois des résultats favorables. Donc, les nouvelles n'ont aucune valeur commerciale ou économique réelle pour l'entreprise.

Voilà le problème, avec le cadre prévu dans le projet de loi C-18. Ce n'est pas que nous croyons que les nouvelles n'ont aucune valeur sociale, parce que c'est tout le contraire. Nous aimerions vraiment pouvoir continuer de soutenir l'industrie de l'information grâce à notre publicité gratuite et à nos outils de distribution, par exemple, et aussi parallèlement aux programmes

to us. Therefore, if we are asked to pay for it, our business decision is that we will no longer continue to carry that content.

Mr. Dinsdale: If I may, senator, part of the challenge as well — and I think Google talked about this — is the outsized expectations. There is a number to this now, apparently, and that number is \$329 million.

I agree that, in an ideal world, we could look at the economic realities of what news means to us, the commercial value, but it doesn't feel like the framework that is proposed allows that. The framework is a conclusion that is looking for a methodology to get to. That, I think, is the overarching challenge, relative to your suggestion.

Senator Dasko: But the framework would permit you to make deals that don't cost very much, wouldn't it? In terms of low online audience, low online content for news, you can argue on this basis and say, "We have this low-volume operation. It doesn't provide value." Therefore, in the fairness equation that is part of the deal of the bill, you can say, "What is fair? There's not much volume; therefore, there's not much revenue."

Ms. Curran: Senator, it would be great if that were the case. I don't think that's true. The government has said that they expect to get a certain amount of money out of this bill. There are some competing numbers there — \$330 million from some sources and \$215 million from Heritage Canada officials — but they are clearly working backwards from a number that they hope to get to. Clearly, we are expected to contribute a significant portion of that number because the bill is targeted to American technology companies. If you're saying that we could make the argument that there is no commercial value to us, unfortunately, that's not the case, because they're trying to get to this number — whether it's \$215 million or \$330 million — and going backwards. As my colleague said, the methodology is working backwards from there.

Senator Cardozo: You said that if you stopped carrying links to Canadian media, you have nothing to lose financially for your company?

Ms. Curran: That's correct, yes.

Senator Cardozo: My question is about how decisions are made and about the power of governments and corporations. We're in this situation, which we saw kind of play out in Australia. Ms. Curran, I look to your advice. You've worked at senior levels in our government. You've worked closely with the House of Commons and the Senate. Here we are, as senators,

mentionnés par M. Dinsdale. Mais le fait est que cela n'a aucune valeur commerciale pour nous. Par conséquent, si vous nous demandez de payer pour cela, notre décision d'affaires sera que nous ne pouvons plus diffuser ce genre de contenu.

M. Dinsdale : Si vous me le permettez, sénatrice, une partie du problème tient aussi au fait — et je pense que Google l'a déjà mentionné — que les attentes sont exagérées. Le chiffre actuel qui a été donné serait de 329 millions de dollars.

Je suis d'accord pour dire que, dans un monde idéal, nous pourrions examiner la réalité économique de la valeur des nouvelles pour nous, leur valeur commerciale, mais je n'ai pas l'impression que le cadre proposé le permettrait. Ce cadre fixe une conclusion, puis cherche quelle méthodologie permettrait de l'atteindre. Voilà le défi global, selon moi, relativement à ce que vous proposez.

La sénatrice Dasko : Mais le cadre vous permettrait de conclure des accords à faible prix, n'est-ce pas? S'il y a peu de public en ligne, si le contenu des nouvelles en ligne est faible, vous pouvez toujours dire, par conséquent : « Il s'agit d'une activité à faible volume qui n'apporte pas de valeur. » Donc, en vertu de l'équation de l'équité qui est prévue dans le projet de loi, vous pourriez dire : « Qu'est-ce qui est équitable? Il n'y a pas beaucoup de volume, alors il n'y a pas beaucoup de revenu. »

Mme Curran : Sénatrice, ce serait magnifique si c'était le cas, mais je doute que ce soit vrai. Le gouvernement a dit qu'il s'attend à obtenir un certain montant d'argent grâce à ce projet de loi. Les chiffres sont conflictuels — certaines sources disent 330 millions de dollars, et les fonctionnaires de Patrimoine canadien disent 215 millions de dollars —, mais il est clair qu'ils procèdent à l'envers, en partant du chiffre qu'ils espèrent obtenir. Clairement, on attend de nous que nous contribuions à une part importante de ce montant, parce que le projet de loi vise les entreprises de technologie américaines. Vous dites que nous pourrions faire valoir qu'il n'y a aucune valeur commerciale pour nous, mais ce n'est malheureusement pas le cas, parce qu'on essaie d'arriver à un certain montant — que ce soit 215 ou 330 millions de dollars — et que l'on procède à l'envers pour en arriver là. Comme mon collègue l'a dit, la méthodologie consiste à partir de la conclusion et de procéder à l'envers.

Le sénateur Cardozo : Vous dites que, si vous cessez d'afficher des liens vers les médias canadiens, votre entreprise ne perdra rien, d'un point de vue financier?

Mme Curran : C'est exact, oui.

Le sénateur Cardozo : Ma question porte sur le processus décisionnel et sur les pouvoirs des gouvernements et des sociétés. La situation dans laquelle nous sommes ressemble un peu à ce qui s'est passé en Australie. Madame Curran, j'aimerais vous demander conseil. Vous avez travaillé aux échelons supérieurs de notre gouvernement. Vous avez travaillé en étroite

looking at a bill, with a company saying, “If you dare do that, we’re going to do X.” What should the political system do? Should we say, “Okay, you are the boss of me. We’ll step back”? This is a major issue that we’re dealing with in the geopolitics of the world.

Ms. Curran: That’s a great question, Senator Cardozo.

No, we think it’s actually a good thing that parliamentarians are considering this issue of how to support the news industry and independent journalism, which is a critical part of our system and our democracy. We think there are better ways to do that than the framework that has been outlined in Bill C-18. Our colleagues at Google referenced a central fund, for instance. There is always the option for government to direct tax revenue to supporting industries that it feels need the support because of the position they’re in. I think we can say that there are other models that — at least conceptually or theoretically — would be easier for us to support. We believe that sustaining and supporting the news industry is an important objective, and we want to be part of that.

Senator Cardozo: Who would set the framework for how that happens in the fund? Currently, you’re supporting a few efforts here and there. Would it be the corporations who decide what that system of support is for newspapers? Would it be the democratic system?

Ms. Curran: I think there’s an important role for policy-makers and for government in terms of supporting industries that are not necessarily succeeding in a market-based system. We have no concerns at all — at least in theory — with decision-makers and policy-makers stepping into this space and saying that the news industry is something we need to support. It’s the fourth pillar of our democracy and it’s something that will be very important to Canadians, so we think it deserves government support as well. We would be very happy to participate in that. This is not an instance where we’re saying, “Leave it up to us. If we think this is worth supporting, we’ll support it; if not, we won’t. Let the market decide.” That’s not our position at all. We think there’s an important role here for government and policy-makers.

Senator Cardozo: It’s a tough one as to who would play a role. In terms of government, do you want government as opposed to the free media? But we certainly have a situation

collaboration avec la Chambre des communes et avec le Sénat. Nous, les sénateurs, devons étudier ce projet de loi, mais il y a une entreprise qui dit : « Si vous osez faire cela, nous allons faire ceci. » Quelle devrait être la réaction du système politique? Devrions-nous dire : « D’accord, c’est vous le patron. Nous allons reculer. » C’est un enjeu de taille avec lequel nous devons composer dans le monde géopolitique.

Mme Curran : C’est une excellente question, sénateur Cardozo.

Non, à dire vrai, nous pensons que c’est une bonne chose que les parlementaires essaient de trouver une façon de soutenir l’industrie de l’information et le journalisme indépendant, car il s’agit d’une partie cruciale de notre système et de notre démocratie, mais nous pensons qu’il y a de meilleurs moyens de le faire que le cadre proposé dans le projet de loi C-18. Mes collègues chez Google ont mentionné un fonds central, par exemple. Le gouvernement aurait toujours l’option de consacrer une partie de l’assiette fiscale au soutien des industries qui, selon lui, ont besoin de soutien, vu leur situation. Je pense que nous pouvons dire qu’il existe d’autres modèles — du moins conceptuellement ou théoriquement — auxquels nous serions plus favorables. Nous croyons que le maintien et le soutien de l’industrie de l’information sont un objectif important et auquel nous voulons contribuer.

Le sénateur Cardozo : Qui établirait le cadre pour le fonctionnement de ce fonds? Présentement, vous soutenez quelques efforts ici et là. Est-ce que ce serait les entreprises qui décideraient du genre de système de soutien pour les journaux? Est-ce que ce serait la démocratie?

Mme Curran : Je pense que les décideurs politiques et le gouvernement ont un rôle important à jouer pour ce qui est de soutenir des industries qui ne réussissent peut-être pas dans l’économie de marché. Cela ne nous préoccupe pas du tout — ou du moins, en théorie — que les décideurs et les décideurs politiques interviennent dans cet espace pour dire que l’industrie de l’information est quelque chose que nous devons soutenir. C’est le quatrième pilier de notre démocratie, et c’est quelque chose qui sera très important pour les Canadiens, et c’est pour cela que nous croyons que le gouvernement doit la soutenir également. Nous serions très heureux d’y participer. Nous ne sommes pas en train de dire : « Laissez-nous décider. Si nous croyons que cela vaut la peine de fournir du soutien, nous le ferons; sinon, nous ne ferons rien. C’est au marché de décider. » Ce n’est pas du tout notre position. Nous croyons que le gouvernement et les décideurs politiques ont un rôle important à jouer.

Le sénateur Cardozo : C’est une question difficile, savoir qui jouerait un rôle. Au sujet du gouvernement, préférez-vous le gouvernement ou les médias libres? Clairement, la situation est

where news media is in crisis. I agree with you that it's a key part of our democracy. What do we do?

Ms. Curran: I agree with that. Our colleagues at Google have suggested a different model which, at least in theory, would be easier for us to support. Our primary concern with this framework is that it's asking us to compensate news publishers for material they place on our platforms, at a price and at a level that is totally unknown to us. We can't operate under a framework that asks us to pay a totally unknown and uncertain sum.

Senator Cardozo: Lastly, do you think you might be able to work that out through the regulatory process? We had CRTC here yesterday. They will likely have a two-phased process. They first ask everybody for their ideas; then they put together a draft set of regulations and send them out for a second round of input. Would that give you some comfort in terms of being able to have input on some of those details?

Ms. Curran: I can tell you that with regard to the Australian model, which we have referenced during this hearing, because there was a delay between the legislation passing and our designation under the legislation or under the news media code — which has yet to happen — it allowed us space and time to work that out and to figure out a more certain liability that we would be exposed to. As I told Senator Manning, because we had that space and time to figure out what we would need to pay and whether we could live with that, that allowed us ultimately to reach a compromise, even if a short-term compromise, under that legislation. The problem with the Canadian bill is that it asks us to self-designate as a news intermediary almost immediately upon passage of the bill, so there is no space and there is no time for a process to unfold which would allow us to set parameters around that liability.

The Chair: Thank you, Ms. Curran.

Senator Clement: Thank you both for being here.

I want to come back to your assertion — repeated assertion — that the news has no economic value for you. You do keep data on who is clicking on news. That indicates a preference, doesn't it? That data gives you an advantage in terms of how you're going to target your ads, so I don't understand how news doesn't have an economic value. You're keeping data, and data is extraordinarily valuable to you. I don't accept those assertions.

que les médias d'information traversent une crise. Je suis d'accord avec vous pour dire qu'ils sont un élément clé de notre démocratie, alors que pouvons-nous faire?

Mme Curran : Je suis d'accord. Nos collègues chez Google ont proposé un autre modèle qu'il nous serait plus simple de soutenir, en théorie du moins. Notre préoccupation principale, par rapport au cadre, tient au fait qu'il nous oblige à indemniser les éditeurs de nouvelles lorsqu'ils publient du contenu sur nos plateformes, mais nous ne savons pas du tout à quel prix ni à quel niveau. Nous ne pouvons pas fonctionner dans un cadre qui nous demande de payer une somme totalement inconnue et incertaine.

Le sénateur Cardozo : Pour terminer, croyez-vous que vous pourriez tirer tout cela au clair au moyen de la réglementation? Des représentants du CRTC sont venus témoigner ici, hier. Ils auront probablement un processus en deux phases. D'abord, ils demandent à tout le monde des idées, puis ils rédigent une ébauche de règlement et la communiquent afin d'obtenir une deuxième série de commentaires. Est-ce que cela vous rassurerait un peu de savoir que vous pouvez contribuer à l'élaboration de certains détails?

Mme Curran : Je peux vous dire, par rapport au modèle australien, dont nous avons parlé au cours de la réunion, que, comme il y a eu un délai entre l'adoption de la loi et notre désignation en vertu de la loi ou en vertu du code des médias d'information — c'est encore à venir —, nous avons eu assez de temps et d'espace pour creuser la question et déterminer avec plus de certitude à quelle responsabilité nous serions exposés. Comme je l'ai dit au sénateur Manning, parce que nous avons le temps et l'espace nécessaires pour déterminer ce que nous aurions à payer et si cela était acceptable, nous avons réussi à trouver un compromis, au bout du compte — même si c'est un compromis de courte durée, en vertu de la loi. Le problème, dans le projet de loi canadien, c'est qu'il nous demande de nous désigner nous-mêmes en tant qu'intermédiaire de nouvelles presque immédiatement après l'adoption du projet de loi, ce qui veut dire que nous n'aurons pas d'espace et pas de temps pour mener à bien un processus qui nous permettrait d'établir les paramètres de la responsabilité.

Le président : Merci, madame Curran.

La sénatrice Clement : Merci à vous deux d'être des nôtres.

Je veux revenir à ce que vous avez dit — plus d'une fois — quant au fait que les nouvelles n'ont aucune valeur économique pour vous. Vous recueillez bel et bien des données sur les personnes qui cliquent sur les nouvelles, ce qui reflète une préférence, n'est-ce pas? Ces données vous donnent un avantage en ce qui concerne le ciblage de vos publicités, alors je ne comprends pas pourquoi vous dites que les nouvelles n'ont pas de valeur économique. Vous conservez ces données, et les données ont une valeur extraordinaire pour vous. Je ne suis pas d'accord avec ce que vous dites.

Mr. Dinsdale: Thank you, senator.

When we talk about the economic value, we talk about it in the sense that it's such a small part of the experience and that it is highly substitutable, and we believe that if it was no longer on our platform, it would not affect our business. How can we invest in something that, at the end of the day, is not going to have a material impact, whether it is or isn't on our platform? We look at it from the economic perspective in that sense, the exchange of value between us and publishers, and we believe, frankly, that publishers get more out of this relationship than we do because we're providing them with this \$230 million in value, and we don't believe we receive that back.

Again, the preferences of our users are moving away from news. People want to see less news on our platform. They want to see entertaining content from creators or individuals. I think that's kind of the tension there.

Senator Clement: I'm not going to disagree with you there; it's just that the data you get from people clicking on news shows preference that you're able to use. But thank you. I appreciate the response.

Mr. Dinsdale: Thank you.

The Chair: We are quickly running out of time. I will suggest that the last three questioners put their question, quick and short, and the witnesses can answer all of them at the same time.

Senator Simons: It seems to me that news is not fungible. If you're saying that you're going to replace news with other content, that content might be disinformation and mischievous information that is designed to set people asunder, and I wonder — I'll let you answer all the questions at once — if you think Facebook bears any responsibility for sharing timely, important, pertinent and accurate information, especially in times of crisis.

Senator Miville-Dechêne: I want you to come back on your assertion that news has no commercial value to you. Can we get figures on that? Because why would we believe you? It would be normal for you to come here and say, "News has no commercial value, and we don't want Bill C-18 because we don't profit from it." But, obviously, why should we believe you?

M. Dinsdale : Merci, sénatrice.

Quand nous parlons de valeur économique, nous voulons dire que c'est une si petite partie de l'expérience qu'elle est très facilement substituable, et que nous croyons que si cela n'était plus sur notre plateforme, cela n'aurait pas d'incidence sur notre entreprise. Comment pouvons-nous décider d'investir dans quelque chose dont la présence sur notre plateforme, au bout du compte, n'a pas de réelle incidence? Quand nous examinons la question d'un point de vue économique, c'est-à-dire l'échange de valeur entre nous et les éditeurs, nous croyons, pour être honnêtes, que ce sont les éditeurs qui sont gagnants dans cette relation, parce que nous leur fournissons ces 230 millions de dollars en valeur, et nous ne pensons pas que nous obtenons cela en retour.

Je le répète, nos utilisateurs semblent de moins en moins intéressés par les nouvelles. Les gens veulent voir moins de nouvelles sur notre plateforme. Ils veulent voir du contenu divertissant de créateurs ou d'autres personnes. Je pense que cela explique d'une certaine façon la tension.

La sénatrice Clement : Je ne veux pas vous contredire à ce sujet; seulement, les données que vous recueillez sur les gens qui cliquent sur les nouvelles révèlent leurs préférences, et vous pouvez les utiliser. Je vous remercie quand même. Merci de votre réponse.

M. Dinsdale : Merci.

Le président : Nous sommes presque à court de temps. Je propose que les trois derniers intervenants posent leurs questions, rapidement et brièvement, puis que les témoins répondent à toutes les questions en même temps.

La sénatrice Simons : À mon avis, les nouvelles ne sont pas fungibles. Si vous dites que vous allez remplacer les nouvelles par un autre contenu, peut-être que ce contenu sera de la désinformation ou de l'information malveillante, dont le but est de déchirer les gens, et je me demande — je vais vous laisser répondre à toutes les questions en même temps — si vous pensez qu'il incombe, d'une façon ou d'une autre, à Facebook de communiquer en temps opportun de l'information importante, pertinente et exacte, surtout en temps de crise.

La sénatrice Miville-Dechêne : J'aimerais revenir à votre déclaration selon laquelle les nouvelles n'ont pas de valeur commerciale pour vous. Pourrions-nous avoir les chiffres à ce sujet? Je veux dire, pourquoi devrions-nous vous croire? Ce ne serait pas surprenant pour vous de venir ici nous dire : « Les nouvelles n'ont pas de valeur commerciale, alors nous ne voulons pas du projet de loi C-18, parce que cela ne génère pas de profit pour nous. » Mais la question est, bien évidemment, pourquoi devrions-nous vous croire?

[*Translation*]

Senator Cormier: I understand that, in response to the bill, you plan to remove content from the news media. I also understand that you want audio and audiovisual content to be excluded from the scope of the legislation.

So, if the bill is passed with your amendment, does that mean that you would block written news content, but continue to distribute audio and visual news content, as it would not be covered by the legislation?

[*English*]

Ms. Curran: Thank you, senators, for those questions.

Let me address the question of misinformation first. We're going to challenge the premise of that question a little bit. Twenty-four million Canadians use our platforms monthly to obtain information from government, from non-governmental organizations, from community organizations, from emergency services, to receive updates about their friends and family and the kind of things they're doing in their lives, so I think you would agree that's not bad information. If we are forced —

Senator Simons: I think you would agree that Facebook has faced significant criticism for sharing very bad information —

The Chair: Senator, we've run out of time. If we can allow the witnesses —

Ms. Curran: Well, senator, I think you have also said that you have a Facebook community where you share information about what is going on in Ottawa and the legislative initiatives that you're engaged in, and you have a really good and engaged Facebook community who wants to hear from you on those issues.

I think if we're forced to end the availability of news on Facebook — it is not something we want to do, but if what is left is updates from friends and family and from parliamentarians and from government organizations and community organizations, we don't think that's bad information or misinformation. I think we would challenge the premise of the question that removing news is only going to leave bad information on our platforms. I don't think that's the case at all.

Marc, do you want to address the other questions?

Mr. Dinsdale: Certainly, thank you.

[*Français*]

Le sénateur Cormier : Je comprends qu'en réaction au projet de loi, vous comptez retirer le contenu des médias d'information. Je comprends aussi que vous désirez que le contenu audio et audiovisuel soit exclu du champ d'application de la loi.

Alors, si la loi est adoptée avec votre amendement, est-ce que cela veut dire que vous bloquerez le contenu d'information écrit, mais que vous continuerez à diffuser du contenu d'information audio et visuel, comme ils ne seraient pas visés par la loi?

[*Traduction*]

Mme Curran : Merci de vos questions, sénateurs.

Je vais répondre à la question sur la désinformation en premier. Je vais contester un peu la prémisse de votre question. Vingt-quatre millions de Canadiens et de Canadiennes utilisent nos plateformes chaque mois pour obtenir de l'information venant du gouvernement, d'organismes non gouvernementaux, d'organismes communautaires et des services d'urgence et pour recevoir des mises à jour sur leurs amis et leur famille et sur le genre de choses qu'ils font dans la vie, alors je pense que vous seriez d'accord pour dire que ce n'est pas de l'information malveillante. Si nous sommes forcés...

La sénatrice Simons : Je pense que vous conviendrez que Facebook a essuyé d'importantes critiques pour avoir partagé de l'information très mauvaise...

Le président : Sénatrice, nous sommes à court de temps. Si nous pouvons laisser les témoins...

Mme Curran : Eh bien, sénatrice, je pense que vous avez aussi dit que vous avez une communauté sur Facebook où vous échangez de l'information sur ce qui se passe à Ottawa et sur les initiatives législatives auxquelles vous participez, et que vous avez une très bonne communauté Facebook, qui est engagée et qui veut que vous lui donniez de l'information sur ce genre d'enjeux.

Je pense que si nous étions forcés de mettre fin à la disponibilité des nouvelles sur Facebook... et ce n'est pas quelque chose que nous voulons faire, mais, si tout ce qui reste ce sont les mises à jour sur les amis, la famille, les parlementaires, les organismes du gouvernement et les organismes communautaires, nous ne pensons pas que ce serait de l'information malveillante ou de la désinformation. Je pense que nous contesterions la prémisse de votre question, c'est-à-dire que le retrait des nouvelles va seulement laisser de l'information malveillante sur nos plateformes. Je ne pense pas du tout que ce soit vrai.

Monsieur Dinsdale, voulez-vous répondre aux autres questions?

M. Dinsdale : Certainement. Merci.

To the question of value of news, again, it is challenging for us to put a number to that except to say that it's not what people want to do on our platforms. It is replaceable in terms of other content, and so, therefore, from a commercial perspective, it is —

Senator Miville-Dechêne: This is not my question. I want to know if you have a figure to give us.

Ms. Curran: I think we can follow up with that, senator, on the work we've done to assess the value of news on our platforms, absolutely.

In terms of ending audiovisual content — and, I'm sorry, Senator Cormier, if this was not your question — if we're forced to end the availability of news on our platforms, it would be audiovisual content and text content. It would be all news content as defined in Bill C-18, and we're still waiting to see what the final shape of that bill looks like because that is the definition that we will use to define news content on our platforms too. Anything that is defined as news content in Bill C-18 is ultimately what we will be forced to remove from our platforms.

The Chair: I would like to thank Ms. Curran and Mr. Dinsdale for your appearance here this evening. I appreciate your time. We went a few minutes over, but I do thank you for your indulgence.

(The committee adjourned.)

Pour revenir à nouveau à la question de la valeur, c'est difficile pour nous de donner un chiffre, sauf pour dire que ce n'est pas ce que les gens cherchent sur nos plateformes. C'est du contenu remplaçable par d'autre contenu, alors, d'un point de vue commercial, c'est...

La sénatrice Miville-Dechêne : Ce n'est pas ce que j'ai demandé. Je veux savoir si vous avez un chiffre à nous donner.

Mme Curran : Je pense que nous pouvons faire suite à votre demande, sénatrice, car nous avons cherché à évaluer la valeur des nouvelles sur nos plateformes, donc oui.

Pour ce qui est de mettre fin au contenu audiovisuel — pardon, sénateur Cormier, si ce n'est pas ce que vous avez demandé —, si nous sommes forcés de mettre fin à la disponibilité des nouvelles sur nos plateformes, cela engloberait le contenu audiovisuel et le contenu textuel. Ce serait tout le contenu de nouvelles visé par le projet de loi C-18, et nous attendons encore de voir le libellé définitif du projet de loi, parce que c'est cette définition que nous allons utiliser pour définir le contenu de nouvelles sur nos plateformes également. Tout ce qui sera défini comme étant du contenu de nouvelles dans le projet de loi C-18 sera ce que nous serons ultimement forcés de retirer de nos plateformes.

Le président : J'aimerais remercier Mme Curran et M. Dinsdale d'avoir témoigné ici ce soir. Merci de votre temps. Nous avons dépassé le temps de quelques minutes, mais je vous remercie de votre indulgence.

(La séance est levée.)
