

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, June 4, 2024

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met with videoconference this day at 9:01 a.m. [ET] to examine Bill S-269, An Act respecting a national framework on advertising for sports betting.

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

[*Translation*]

The Chair: Good morning, honourable senators. My name is Leo Housakos. I am a senator from Quebec and the chair of the committee.

[*English*]

I would now invite my colleagues to introduce themselves briefly.

Senator Simons: Paula Simons, Alberta, Treaty 6 territory, and from Edmonton, the home of the soon-to-be Stanley Cup champions.

Senator Cardozo: Andrew Cardozo, Ontario.

[*Translation*]

Senator Clement: I'm Bernadette Clement from Ontario.

[*English*]

Senator Quinn: Jim Quinn, New Brunswick.

Senator McBean: Marnie McBean, Ontario.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechêne: I'm Julie Miville-Dechêne from Quebec. I remember.

[*English*]

Senator Dasko: Donna Dasko, Ontario.

The Chair: Thank you, colleagues. This morning, we begin our study of Bill S-269, An Act respecting a national framework on advertising for sports betting. We are pleased to welcome the sponsor of the bill, Senator Marty Deacon. She is joined by Senator Brent Cotter.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 4 juin 2024

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 1 (HE), avec vidéoconférence, pour étudier le projet de loi S-269, Loi concernant un cadre national sur la publicité sur les paris sportifs.

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

[*Français*]

Le président : Bonjour, honorables sénatrices et sénateurs. Je m'appelle Leo Housakos. Je suis un sénateur du Québec et je suis président de ce comité.

[*Traduction*]

J'invite maintenant mes collègues à se présenter brièvement.

La sénatrice Simons : Paula Simons, de l'Alberta, territoire visé par le Traité n^o 6, et d'Edmonton, la ville des futurs champions de la Coupe Stanley.

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

[*Français*]

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

[*Traduction*]

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

La sénatrice McBean : Marnie McBean, je viens de l'Ontario.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechêne : Julie Miville-Dechêne, du Québec. Je me souviens.

[*Traduction*]

La sénatrice Dasko : Donna Dasko, je viens moi aussi de l'Ontario.

Le président : Merci, chers collègues. Ce matin, nous commençons notre étude du projet de loi S-269, Loi concernant le cadre national sur la publicité sur les paris sportifs. Nous sommes ravis d'accueillir la marraine du projet de loi, la sénatrice Marty Deacon. Elle est accompagnée du sénateur Brent Cotter.

Thank you, colleagues, for being before the committee this morning. Each of you will have five minutes for opening remarks before move to questions and answers with our colleagues.

Hon. Marty Deacon, sponsor of the bill: Good morning, colleagues. Thank you very much for this opportunity to appear before you today to speak on Bill S-269, An Act respecting a national framework on advertising for sports betting.

Before I get into what this bill does, I want to briefly remind you of what brought us here.

In 2021, Parliament passed Bill C-218, which amended the Criminal Code to remove the long-standing prohibition on single sport betting. Two prior iterations of this bill had successfully cleared the house in earlier parliaments only to die on the Senate Order Paper. Because of the overwhelming will of the other place, combined with the fact that Canadians were already single sport betting in the international and underground markets, I chose to vote for legalization. I had observed this issue globally, along with the expansion of match fixing and even athlete grooming. Sunshine is the best disinfectant, and to bring what was already happening into the light of day was beneficial.

I still believe this, though — I wish we had considered at the time the flood of advertising that would go along with it. If you have watched a hockey game or other sporting event in the last two years, you have been subjected to a barrage of advertising encouraging you to a place a bet. Networks have teamed up with betting companies or even started their own betting ads. Betting ads adorn the walls and equipment in hockey arenas and football stadiums, some have even made it onto the uniforms of our teams. This could be a mere annoyance, an irritation for some, if it were not so damaging.

Children and other vulnerable communities see these ads as much as we do. If it keeps up, gambling will be ingrained into the culture of sport as much as competing on the field of play is. Since introducing this legislation, I have heard from countless parents — many fathers in particular — expressing their concern that their children, some younger than ten, have asked about placing bets after seeing these ads. They are inescapable; if you watch sports in this country, you are being encouraged to gamble. We are also receiving data and evidence on what this means for addiction and mental health issues down the line.

How will Bill S-269 tackle this problem? This legislation tasks the government with placing reasonable limits on sports betting advertising to protect society, particularly our children and

Merci, chers collègues, de comparaître devant le comité ce matin. Chacun d'entre vous aura cinq minutes pour présenter sa déclaration liminaire avant que nous ne passions à la période de questions et réponses avec nos collègues.

L'honorable Marty Deacon, marraine du projet de loi : Bonjour, chers collègues. Merci beaucoup de me donner l'occasion de comparaître devant vous aujourd'hui pour parler du projet de loi S-269, Loi concernant un cadre national sur la publicité sur les paris sportifs.

Avant de parler de ce que fait le projet de loi, je veux vous rappeler brièvement ce qui nous a amenés ici.

En 2021, le Parlement a adopté le projet de loi C-218, qui modifiait le Code criminel pour éliminer l'interdiction de longue date visant les paris sur les événements sportifs uniques. Deux itérations antérieures de ce projet de loi avaient fini par être adoptées par la Chambre dans les législatures antérieures avant de mourir au Feuilleton du Sénat. À cause de la volonté de la majorité écrasante à l'autre endroit, associée au fait que les Canadiens pariaient déjà sur des événements sportifs uniques sur les marchés internationaux et clandestins, j'ai choisi de voter en faveur de la légalisation. J'avais observé cette question à l'échelle mondiale, ainsi que l'expansion des matchs truqués et même du conditionnement des athlètes. Le soleil est le meilleur désinfectant, et le fait d'exposer au grand jour ce qui se passait déjà a été bénéfique.

Toutefois, je pense toujours ceci : j'aurais aimé que l'on tienne compte à l'époque du flux de publicités que cela aurait créé. Si vous avez regardé un match de hockey ou un autre événement sportif dans les deux dernières années, vous avez été exposés à une avalanche de publicités vous encourageant à faire un pari. Les réseaux se sont associés aux entreprises de paris ou ont même lancé leurs propres publicités de paris. Ces publicités ornent les murs et les équipements des arènes de hockey et des stades de football, et certaines se retrouvent même sur les uniformes de nos équipes. Celles-ci pourraient n'être qu'importunes, ou être un irritant pour certains, si elles n'étaient aussi dommageables.

Les enfants et d'autres communautés vulnérables voient ces publicités tout autant que nous. Si cela continue, les jeux d'argent feront partie de la culture du sport au même titre que la compétition sur le terrain. Depuis l'introduction du projet de loi, j'ai entendu d'innombrables parents — de nombreux pères en particulier — exprimer leur inquiétude du fait que leurs enfants, dont certains n'ont même pas dix ans, ont demandé à parier après avoir vu ces publicités. On ne peut pas y échapper; si vous regardez des sports dans le pays, on vous encourage à parier. Nous recevons également des données et des preuves sur les problèmes de dépendance et de santé mentale qui en résultent.

Comment le projet de loi S-269 s'attaquera-t-il à ce problème? Le projet de loi charge le gouvernement d'imposer des limites raisonnables aux publicités sur les paris sportifs afin de protéger

youth. Specifically, it would compel the government to work with provinces and other stakeholders to do three things.

One, identify measures to regulate the advertising of game sports betting in Canada, such as by limiting or banning the participation of celebrities or athletes, restricting the use of non-broadcast advertising or by limiting the number, scope or location of such advertisements.

Two, identify measures to promote research and intergovernmental information-sharing in relation to the prevention and diagnosis of minors involved in problematic gambling activities and support measures for those who are impacted by it.

Three, set out national standards for the prevention and diagnosis of problematic gambling and addiction and for support measures for those who are impacted by it. It would also task the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, or CRTC, with reviewing its regulations and policies to assess their adequacy and effectiveness in reducing the incidence of harms resulting from the proliferation and advertising of sport event betting.

Colleagues, some of you might ask why I didn't go further and seek a full ban. That would have been my preferred choice, but there are jurisdictional and Charter issues that come into play here, which my friend and colleague Senator Cotter can elaborate on. His presence beside me hints that Charter considerations arose often in drafting this legislation over the months, and I thank him for his sage advice in finding what I think is a good balance together with the Law Clerk's Office.

On that last note, I am aware of the work done by the Alcohol and Gaming Commission of Ontario in banning celebrities from ads. I'm sure we will touch on this in questions, but I put to you the truck-sized loophole that celebrities and athletes can still appear in advertisements as long as they tell you to bet responsibly. This encourages gambling and associates them with the brand, which has been empirically proven to appeal to children. It has also done nothing to rein in the number of ads Canadians are seeing nationwide despite Ontario being the only province where you can legally bet with these companies.

There is so much more I could get into, colleagues, but I am reminded that we have the privilege of sober second thought. We have the opportunity to fix this. I will now turn it over to Senator Cotter. Thank you.

la société, en particulier nos enfants et nos jeunes. Plus précisément, il obligerait le gouvernement à collaborer avec les provinces et d'autres parties prenantes pour faire trois choses.

Premièrement, identifier des mesures visant à réglementer la publicité pour les paris sportifs au Canada, par exemple en limitant ou en interdisant la participation de célébrités ou d'athlètes, en restreignant l'utilisation de la publicité non diffusée, ou en limitant le nombre, la portée ou le lieu de ces publicités.

Deuxièmement, énumérer des mesures pour la recherche et la communication de renseignements entre les gouvernements sur la prévention et le diagnostic des mineurs impliqués dans des activités de jeu problématique et des mesures de soutien aux personnes qui en subissent les conséquences.

Troisièmement, définir des normes nationales pour la prévention et le diagnostic du jeu problématique et de la dépendance, ainsi que pour les mesures de soutien aux personnes qui en subissent les conséquences. Il chargerait également le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, de réexaminer sa réglementation et ses politiques afin d'évaluer leur adéquation et leur efficacité pour réduire l'incidence des préjudices résultant de la prolifération de la publicité en faveur des paris sportifs.

Chers collègues, certains d'entre vous se demandent pourquoi je ne suis pas allée plus loin en sollicitant une interdiction complète. Cela aurait été ma préférence, mais certaines questions de compétence et questions relatives à la Charte entrent en jeu, dont mon ami et collègue, le sénateur Cotter, pourra parler plus en détail. Sa présence à mes côtés indique que des considérations liées à la Charte ont été soulevées dans le cadre de la rédaction du projet de loi au fil des mois, et je le remercie, ainsi que le Bureau du légiste parlementaire, de ses sages conseils pour trouver ce qui, je pense, constitue un bon équilibre.

À ce propos, je suis au courant du travail réalisé par la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario pour interdire les célébrités dans les publicités. Je suis sûre que nous aborderons ce sujet dans les questions, mais je vous fais part d'une énorme échappatoire qui permet aux célébrités et aux athlètes d'apparaître dans les publicités tant qu'ils vous disent de parier de manière responsable. Cela encourage le jeu et les associe à la marque, ce qui a un attrait pour les enfants, comme on l'a prouvé empiriquement. Cela n'a rien fait non plus pour limiter le nombre de publicités que les Canadiens voient partout au pays, même si l'Ontario est la seule province où l'on peut parier légalement avec ces entreprises.

Je pourrais aborder énormément d'autres aspects, chers collègues, mais on me rappelle que nous avons le privilège du second examen objectif. Nous avons la possibilité de corriger le tir. Je vais maintenant céder la parole au sénateur Cotter. Je vous remercie.

Hon. Brent Cotter: Thank you very much. It is a pleasure to be here. I mentioned to some of you earlier that this is a bit like “White Coat, Black Art,” I think, Senator Simons — being on the other side of the gurney, so to speak. I think I’m looking forward to it.

I want to speak to three points. One is my own background in connection with sports and law, the second is the general approach this bill takes to highlight a couple of the structural aspects of it and then I’ll field questions in whatever areas you would like to ask about.

Before I came to the Senate, for about a dozen years, I taught an advanced seminar on sports and law at the University of Saskatchewan College of Law. It is remarkable how broad that experience was for me. One aspect of it was that students did major research papers, and every few years a student would write a paper on gambling in sports in the Canadian — or varied country — context. It raised my understanding of it and, quite frankly, led me to be supportive of Mr. Waugh’s bill that passed through here from the other place when we discussed it. As Senator Deacon indicated, we didn’t fully anticipate the implications, particularly around the advertising and promotion of it above the line if I could say rather than in the grey areas where single event sports betting is to occur.

In light of the messages that I think all of us have heard from colleagues and citizens in our communities, Senator Deacon — with some assistance from me — moved in the direction of this bill, which is a general approach that is not directive of solutions but is directive of action. This leads me into a couple of the examples that the bill tries to do in that respect.

One is that it invites the CRTC to take seriously — as it has done in other areas of advertising and promotion of activity within its jurisdiction — the consideration of regulations and constraints on advertising. We have not tried to be prescriptive about what that should look like. They have the expertise, including in issues around the regulation of freedom of commercial expression. These are legitimate constitutional values that need to be respected. But this bill does call for their immediate consideration, hence clause 6 of the bill which does that in explicit terms.

Second, as I think you would know, the issue of gaming and gambling and aspects of advertising and promotion are within provincial jurisdiction. The gaming dimension — as the result of amendments to the Criminal Code in 1985 — and the consequence and significance of that is very much a comprehensive regulation of this area so that consistent national

L’honorable Brent Cotter : Merci beaucoup. Je suis heureux d’être ici. J’ai mentionné plus tôt à certains d’entre vous que c’est un peu comme « White Coat, Black Art », je pense, sénatrice Simons, en étant de l’autre côté de la civière, pour ainsi dire. Je pense que j’ai hâte.

J’aimerais parler de trois points. Le premier est ma propre expérience dans les sports et le droit, le deuxième est l’approche générale du projet de loi pour mettre en lumière quelques-uns de ces aspects structurels, puis je répondrai aux questions sur tous les aspects qui vous intéressent.

Avant d’arriver au Sénat, pendant environ une dizaine d’années, j’ai donné un séminaire avancé sur le sport et le droit à la faculté de droit de l’Université de la Saskatchewan. Il est remarquable de constater à quel point cette expérience a été vaste pour moi. L’un des aspects, c’est que les étudiants effectuaient d’importants travaux de recherche, et tous les deux ou trois ans, un étudiant rédigeait un document sur les jeux d’argent dans les sports dans le contexte canadien, ou le contexte d’un autre pays. Cela m’a permis de mieux comprendre le sujet et, très franchement, m’a amené à soutenir le projet de loi de M. Waugh qui a été adopté ici par l’autre endroit lorsque nous en avons discuté. Comme la sénatrice Deacon l’a dit, nous n’avions pas prévu toutes les répercussions, surtout en ce qui concerne la publicité et la promotion dans les grands médias, si je peux dire, au-delà des zones grises où les paris sur des événements sportifs uniques ont lieu.

À la lumière des messages que, je pense, nous avons tous entendus de la part de collègues et de citoyens de nos communautés, la sénatrice Deacon — avec un peu d’aide de ma part — s’est engagée dans cette voie du projet de loi, qui est une approche générale qui non pas propose des solutions, mais bien oriente les actions. Cela m’amène à vous donner deux ou trois exemples de ce que le projet de loi tente de faire à cet égard.

Premièrement, il invite le CRTC à prendre au sérieux — comme il l’a fait dans d’autres domaines de la publicité et de la promotion d’activités dans les limites de ses compétences — la prise en considération de règlements et de contraintes touchant la publicité. Nous n’avons pas essayé d’être prescriptifs par rapport à ce à quoi celle-ci devrait ressembler. Il possède l’expertise, y compris sur des questions concernant la réglementation de la liberté d’expression commerciale. Ce sont des valeurs constitutionnelles légitimes qui doivent être respectées. Mais le projet de loi demande leur prise en considération immédiate, d’où la présence de l’article 6 du projet de loi, qui le fait en termes explicites.

Deuxièmement, comme vous le savez je pense, la question des jeux d’argent et de hasard et les aspects de la publicité et de la promotion relèvent de la compétence provinciale. La dimension des jeux d’argent — qui découle des amendements apportés au Code criminel en 1985 — et la conséquence et l’importance de cette dimension, c’est qu’il s’agit d’une réglementation très

approches reside within provincial jurisdictions, most notably in the way provinces regulate gaming, the terms under which they establish licences for people who are gaming operators in their jurisdiction and aspects of advertising which fall within provincial jurisdiction. Hence, I think a need for a national approach. This led to clause 3 of the bill which tasks federal ministers to call together that collaboration so that we would get a consistent national approach.

Lastly, we do this a lot but it is important here not only for senators and parliamentarians but also for Canadians to hear what strategies are being pursued and being implemented. The bill calls for a significant amount of research work and reporting. That's what clauses 4, 5 and 6(2) and 6(3) related to the CRTC are intended to hear.

Over the course of your studies, you will hear a range of perspectives. Some may call for voluntary codes of conduct to address this problem. Some will call for outright bans. These will be thoughtful ideas, and I encourage you to consider them carefully. This is an opportunity for you and us to give this sober first thought. The bill is arriving here. We are the first parliamentary house to study it.

You see the power and influence of the Senate on this basis alone. In the last six months to one year, the tone of that advertising that you see on television and everywhere else has moved noticeably away from shameless promotion of advertising and encouraging people to gamble to more thoughtful encouragement. I can't list all the reasons for that, but I would attribute part of that to Senate Deacon's bill. I think if we move this forward in a full way, we will get a comprehensive, constructive answer that will moderate the vulnerabilities but perhaps make it possible for people to participate appropriately in the world of betting on sports. Thank you, Mr. Chair.

The Chair: Thank you, senator.

Senator Simons: Thank you very much to our good friends who are here with us this morning. Perhaps because I am a much more cynical person, I voted vehemently against Bill C-218 because I predicted that such a thing would happen.

Having said that, I have some concerns about a national framework. If, as Senator Cotter explained, gaming is regulated provincially and only one province has opted to allow this, why do we need a national framework? Is there even constitutional power to have a national framework over something which is so clearly in provincial jurisdiction? That can be a question for you, Senator Cotter.

complète dans ce domaine afin que des approches nationales et cohérentes relèvent de la compétence provinciale, notamment dans la manière dont les provinces réglementent les jeux, les conditions en vertu desquelles elles établissent des licences pour les exploitants de jeux sur leur territoire et les aspects de la publicité qui relèvent de la compétence provinciale. Par conséquent, je pense qu'il faut une approche nationale. C'est ce qui a mené à l'article 3 du projet de loi, qui demande aux ministres fédéraux de collaborer afin que nous puissions adopter une approche nationale cohérente.

Enfin, c'est quelque chose que nous faisons beaucoup, mais c'est important ici non seulement pour les sénateurs et les parlementaires, mais aussi pour les Canadiens d'entendre quelles stratégies sont envisagées et mises en œuvre. Le projet de loi demande une quantité de travaux de recherche et de rapports importants. C'est ce que les articles 4 et 5 et les paragraphes 6(2) et 6(3) liés au CRTC visent à entendre.

Dans le cadre de vos études, vous entendrez un éventail de points de vue. Certains pourraient réclamer des codes volontaires de conduite pour régler ce problème. Certains demanderont des interdictions pures et simples. Ces idées seront réfléchies, et je vous encourage à les étudier attentivement. C'est là une occasion pour vous et pour nous d'effectuer un premier examen objectif. Le projet de loi arrive ici. Nous sommes la première chambre parlementaire à l'étudier.

Rien que pour cela, vous voyez le pouvoir et l'influence du Sénat. Dans les six à douze derniers mois, le ton des publicités que vous voyez à la télévision et partout ailleurs s'est nettement éloigné de la promotion éhontée de la publicité et de l'encouragement des gens à jouer pour se rapprocher d'un encouragement plus réfléchi. Je ne peux énumérer toutes les raisons qui l'expliquent, mais j'attribue cela en partie au projet de loi de la sénatrice Deacon. Je pense que, si nous le faisons avancer de manière complète, nous aurons une réponse exhaustive et constructive qui pourra modérer les vulnérabilités, mais peut-être permettre aux gens de participer de manière appropriée au monde des paris sportifs. Merci, monsieur le président.

Le président : Merci, sénateur Cotter.

La sénatrice Simons : Merci beaucoup à nos amis qui sont ici avec nous ce matin. Peut-être parce que je suis une personne beaucoup plus cynique, j'ai voté avec véhémence contre le projet de loi C-218, parce que j'ai prédit qu'une telle chose arriverait.

Cela dit, j'ai quelques inquiétudes par rapport à un cadre national. Si, comme le sénateur Cotter l'a expliqué, les jeux d'argent sont réglementés par les provinces et que seule une province a choisi de les autoriser, pourquoi avons-nous besoin d'un cadre national? Y a-t-il même un pouvoir constitutionnel permettant d'avoir un cadre national sur quelque chose qui appartient si clairement aux provinces? Cette question s'adresse à vous, sénateur Cotter.

Senator Cotter: If I can offer another example, it suggests that maybe we shouldn't have a national approach to health because it's mostly in provincial jurisdiction.

The Government of Canada cannot dictate — except in some limited circumstances — into areas of provincial jurisdiction but it can initiate collaboration. That's what we're calling for here. While it is unpredictable in terms of which provinces might move forward with single event sports betting, the appetite is not insignificant and the revenues are significant both to private operators and to governments in terms of taxation.

It is a temptation, I think, for each jurisdiction to look at this seriously. We ought to look at it in a national way. Advertising, even in provincial jurisdiction, slops across provincial borders. While we are not a unitary country, we are a federation working together to a common goal. That seems to be a worthwhile initiative. While we don't dictate outcomes, we expect federal ministers to lead in pulling people together.

Senator Simons: The CRTC has no jurisdiction over print advertising. The CRTC has no jurisdiction over signs that go up in arenas or advertising printed on the jerseys of players. The CRTC has precious little jurisdiction over the internet. It regulates radio and television, which are no longer watched by that many people anymore. Moreover, the CRTC — as we have heard repeatedly in meetings — is overtaxed to do the jobs it already has on its plate and is having a hard job keeping up with those.

Will the CRTC be able to help you stop this problem as opposed to something voluntary from the Ad Standards Council?

Senator Cotter: I can offer an observation before turning it over to Senator Deacon. You make a fair point. That's one of the reasons why I spoke about provincial jurisdiction, perhaps anticipating your question.

Leaving them out of the mix would be a mistake. I know Senator Cardozo will champion lots of the great values of the CRTC. I get all of my sports betting advertising on the television, to be honest. I might be one of these old guard folks.

Senator Simons: It is generational. If we are worried about children, I trust your sober second thought to watch a TV ad, but I don't get much sports betting in my feeds because I suspect the algorithm knows I'm an unlikely candidate. Where I have heard it is on podcasts where the CRTC has no jurisdiction to regulate advertising on podcasts.

Le sénateur Cotter : Pour donner un autre exemple, je pourrais dire que nous ne devrions peut-être pas avoir d'approche nationale à l'égard de la santé, car cela relève principalement des provinces.

Le gouvernement du Canada ne peut pas s'immiscer — sauf dans certaines circonstances limitées — dans les domaines de compétence provinciale, mais il peut entamer une collaboration. C'est ce que nous réclamons ici. Bien que l'on ne puisse pas prédire quelles provinces iront de l'avant avec les paris sur les événements sportifs uniques, l'intérêt n'est pas marginal, et les revenus sont importants à la fois pour les exploitants privés et les gouvernements, si l'on pense à la taxation.

Il y a une tentation, je pense, pour chaque administration d'examiner la question sérieusement. Nous devrions l'envisager dans un cadre national. La publicité, même si elle relève de la compétence provinciale, traverse les frontières provinciales. Bien que nous ne soyons pas un pays unitaire, nous sommes une fédération qui travaille ensemble à un objectif commun. Il s'agit d'une initiative intéressante. Bien que nous ne dictions pas les résultats, nous attendons des ministres fédéraux qu'ils prennent l'initiative de rassembler les gens.

La sénatrice Simons : Le CRTC n'a aucune compétence sur les publicités imprimées. Le CRTC n'a aucune compétence sur les affiches installées dans les arénas ou les publicités imprimées sur le chandail des joueurs. Le CRTC n'a guère de compétence sur l'Internet. Il réglemente la radio et la télévision, qui ne sont plus écoutées et regardées par beaucoup de monde aujourd'hui. De plus, le CRTC — comme nous l'avons entendu dire à maintes reprises dans des réunions — est débordé par les tâches qu'il est déjà chargé de faire et a du mal à les mener à bien.

Le CRTC sera-t-il en mesure de vous aider à mettre fin à ce problème, contrairement à une approche volontaire de l'organisme Normes de la publicité?

Le sénateur Cotter : Je peux dire quelque chose avant de céder la parole à la sénatrice Deacon. Vous soulevez un point valable. C'est l'une des raisons pour lesquelles j'ai parlé d'une compétence provinciale, en anticipant peut-être votre question.

Laisser les provinces de côté serait une erreur. Je sais que le sénateur Cardozo défendra beaucoup des grandes valeurs du CRTC. Pour être honnête, je reçois toutes les publicités relatives aux paris sur les événements sportifs à la télévision. Je pourrais être l'une de ces personnes de la vieille garde.

La sénatrice Simons : C'est générationnel. Si nous nous inquiétons pour les enfants, je fais confiance à votre deuxième examen objectif pour regarder une publicité télévisée, mais je ne reçois pas beaucoup de paris sportifs dans mes flux parce que je soupçonne que l'algorithme sait que je suis une candidate peu probable. J'en ai entendu parler dans des baladodiffusions, où le CRTC n'a pas compétence pour réglementer la publicité.

Apart from the CRTC, what other mechanisms do you propose to tell people where and when they cannot place their advertising which is protected commercial speech?

Senator Cotter: That's the point. We are not going to tell them because we are a federal parliamentary entity. Sitting on the sidelines and not trying to initiate some leadership on this and not directing federal action where there is jurisdiction seems to be an abdication of a fairly serious responsibility here. I'm going to get Senator Deacon to give a better answer.

Senator M. Deacon: In support of that, it's a good question. It is something we pondered a lot when we looked at the wording to include the CRTC statement in the bill and in my introduction.

We need them. We need to ask the CRTC to look at this. I need to come back to you, senator, because you talked about a demographic that I think is important. Right now, this issue is a patchwork across the country. It means something different in B.C. than it does in both Alberta and Ontario. We have access and a whole bunch of things happening in Ontario that is shared across the country, but they can't be used. It's a patchwork bit of a mess.

You are right, a lot of folks use streaming and not television. The prime target, which is the most vulnerable — youth, the age group 12 to 24, families, those most vulnerable — are in basements, in living rooms in their homes watching that betting advertising on TV as children. That's the data we cannot ignore. They are using other pieces. They have their phone here, their iPad here and something else over here, but TV as the traditional mainstream for this is still active.

Senator Simons: They may be in their parents' basement but there are precious few 20- to 24-year-olds who own a television.

Senator M. Deacon: Yes. It is the ones tucked away at home with their families.

Senator Simons: I would suggest that it is up to the parents. Sorry, but it doesn't matter whether it is advertising for junk food or child pornography. I see a pattern of overreach across many issues where people have a well-intentioned goal to protect the children. However, fundamentally, this is a family responsibility.

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Thank you for being here. I want to start by apologizing for my reaction to what you just said, but I fundamentally disagree with the assertion that only parents are

Mis à part le CRTC, quels autres mécanismes proposeriez-vous pour dire aux gens où et quand ils ne peuvent placer leurs publicités, qui est un discours commercial protégé?

Le sénateur Cotter : C'est exactement le point. Nous ne leur dirons pas, car nous sommes une entité parlementaire fédérale. Rester en retrait, ne pas essayer d'exercer un certain leadership sur cette question et ne pas orienter les mesures fédérales là où il y a une certaine compétence semble être une abdication d'une responsabilité passablement importante. Je vais demander à la sénatrice Deacon de fournir une meilleure réponse.

La sénatrice M. Deacon : C'est une bonne question. C'est quelque chose à quoi nous avons beaucoup réfléchi lorsque nous avons examiné le libellé pour inclure la déclaration du CRTC dans le projet de loi et dans mon introduction.

Nous avons besoin de lui. Nous devons demander au CRTC de se pencher sur cette question. Je dois revenir à vous, sénatrice Simons, car vous avez parlé d'une composante démographique qui est importante, selon moi. En ce moment, cette question est disparate partout au pays. Elle n'a pas le même sens en Colombie-Britannique qu'en Alberta et en Ontario. Nous avons un accès et toute une foule de choses qui se passent en Ontario qui sont partagées au pays, mais on ne peut pas les utiliser. C'est un fouillis disparate.

Vous avez raison, beaucoup de gens utilisent la diffusion en continu plutôt que la télévision. La principale cible, qui est la plus vulnérable — les jeunes, âgés de 12 à 24 ans, les familles, les personnes les plus vulnérables — regarde dans des sous-sols, dans des chambres à coucher de leur maison ces publicités sur les paris à la télévision; ce sont des enfants. Ce sont les données dont nous ne pouvons pas faire abstraction. Ils utilisent d'autres appareils. Ils ont leur téléphone, leur iPad et autre chose là-bas, mais la télévision, qui est le courant traditionnel, est toujours active.

La sénatrice Simons : Ils sont peut-être dans le sous-sol de leurs parents, mais très peu de jeunes de 20 à 24 ans possèdent une télévision.

La sénatrice M. Deacon : Oui. Ce sont ceux cachés à la maison avec leur famille.

La sénatrice Simons : Je dirais que le choix appartient aux parents. Désolée, mais il importe peu de savoir si c'est de la publicité de malbouffe ou de pornographie infantile. Je vois, à de nombreux égards, la tendance de gens bien intentionnés à protéger les enfants. Cependant, fondamentalement, c'est une responsabilité familiale.

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Merci d'être ici. Tout d'abord, je suis désolée d'avoir réagi de cette façon à ce que vous dites, parce que je suis fondamentalement en désaccord sur

responsible for their children's well-being online. In 2024, it's impossible for parents to monitor everything their children see. That's like saying liquor stores shouldn't check to see whether someone is underage.

The government steps in to minimize the harms done to children and should continue to do so.

That tirade aside, I wanted to tell you, Senator Deacon, that the purpose of your bill hits close to home. As far as I'm concerned, we need to protect children online, just as we do in society. Quebec is a leader on that front, in a number of ways. As you know, Quebec passed a law to prohibit advertising that targets children. Few provinces have had similar legislation for as long as Quebec has. Of course, it's an area of provincial jurisdiction.

I'm a senator from Quebec, so I wonder whether this framework poses any jurisdictional risks given that the provinces have jurisdiction over advertising. Even though Quebec doesn't have single-event sports betting, I imagine young people in Quebec stream events in Ontario and other provinces and can place bets on those events. Explain to me how the circumstances around single-event sports betting cross provincial lines. Why should this apply to Quebec, since, according to you, it doesn't have single-event sports betting and has a record of legislating on the issue of child advertising?

[English]

Senator M. Deacon: Thank you for the question. I think that this was mentioned a little bit by my colleague earlier, this approach to a national framework. There are ways in which folks are getting information across the country and across the world, of course. We are trying to set a standard that says this is not good, for young people particularly. There are three groups that seem to be targeted, but for young people particularly. We are looking for a reasonable bar of advice that pulls back the advertising. I would say that the goal to try to make it consistent from province to province and territory to territory is also a direct response to what we have been observing over the last 18 months. How do we bring this to a commonality? How do we bring this to a table where it can mean the same thing, for young people or for families, in all of our provinces and territories?

In your reference to Quebec, Quebec is interesting. In fact, each province is interesting in what they have done or chosen to do or have not done. I still think there are provinces in a "wait and see" motion. Alberta is moving along on something that looks like they are trying to do shortly. We want to keep this consistent.

le fait qu'on peut affirmer que seuls les parents sont responsables du bien-être de leurs enfants sur Internet. C'est impossible pour un parent en 2024 de tout surveiller. C'est l'équivalent de dire qu'on ne devrait pas vérifier l'âge dans les magasins de la Société des alcools.

Or, l'État intervient pour minimiser les préjudices subis par les enfants. Il faut qu'il continue de le faire.

Au-delà de cette tirade, je voulais vous dire à quel point l'objectif de votre projet de loi me touche, sénatrice Deacon. En effet, les enfants doivent être protégés en ligne, comme ils le sont dans la société. En cette matière, le Québec est quand même un chef de file à certains égards. Vous savez que le Québec a légiféré pour empêcher la publicité destinée aux enfants. Peu de provinces ont légiféré sur cette question depuis aussi longtemps que le Québec. Évidemment, les provinces sont responsables de ce genre de loi.

Je suis une sénatrice du Québec. Je me demande s'il y a des dangers à ce cadre dans une sphère de compétence provinciale, c'est-à-dire la publicité dans ce cas-ci? J'imagine qu'au Québec, même s'il n'y a pas de pari unique, les jeunes reçoivent la diffusion en continu des autres provinces et de l'Ontario et peuvent parier sur ce qui se fait en Ontario. Expliquez-moi en quoi ce qui se passe par rapport au pari sportif unique dépasse les frontières provinciales. Pourquoi est-ce que le Québec devrait être inclus là-dedans, étant donné que lui-même ne fait pas de pari sportif unique, d'après ce que vous dites, et qu'il a une bonne réputation pour légiférer concernant la publicité pour les enfants?

[Traduction]

La sénatrice M. Deacon : Merci d'avoir posé la question. Je pense que l'approche à l'égard d'un cadre national a été mentionnée un peu par mon collègue plus tôt. Il y a bien sûr des moyens qui permettent aux gens de recevoir des informations partout au pays et dans le monde. Nous essayons de définir une norme qui dit que ce n'est pas bien pour les jeunes en particulier. Trois groupes semblent être ciblés, mais les jeunes en particulier. Nous recherchons un seuil raisonnable de conseils pour retirer les publicités. Je dirais que l'objectif d'essayer de les uniformiser entre les provinces et les territoires est aussi une réponse directe à ce que nous avons observé au cours des 18 derniers mois. Comment pouvons-nous faire en sorte de mettre tout cela en commun? Comment pouvons-nous amener cela à une table où cela signifie la même chose, pour les jeunes ou les familles, dans toutes nos provinces et tous nos territoires?

Vous avez mentionné le Québec, qui est intéressant. En fait, chaque province est intéressante pour ce qu'elle a fait ou choisi de faire ou n'a pas fait. Je pense encore qu'il y a des provinces qui attendent de voir. L'Alberta semble avancer avec quelque chose qu'elle a choisi de faire prochainement. Nous voulons que cette approche soit uniforme.

Senator Miville-Dechêne: On Quebec, what have they done or not done? Am I right that Loto-Québec is not doing single betting?

Senator M. Deacon: No. At the moment, we don't have much information on what happens with someone in a home in Quebec, although we hear from families. They are not doing the betting in the same way other provinces are.

It is hard to get information that is consistent. So what do we do? We try to set a standard that is safe, fair and protecting. Totally recognizing what Senator Simons has said, the role of families is critical, but we're trying to make sure that we pull in natural stops — which we can share some examples of — that minimizes this across the country in a consistent way.

Senator Cotter: The concept of working towards national standards meaningfully involves the voice of provincial and territorial governments and gaming regulators. It is fair to say that in this country we have had the experience, particularly in provincial jurisdictions, of some jurisdictions leading. In many of the areas relevant to social initiatives, Quebec has been a leader. I observed on a topic that made me a little bit nervous about how beneficial the approach of Quebec to a topic has been to the Premier of Alberta. She was in public thanking the Government of Quebec.

Part of this exercise is to draw those best ideas together and see if, collectively, we can establish a national strategy for addressing this concern and to produce a degree of consistent so that you are not bombarded with certain types of advertising because you happen to be in one province but you are free of it in another. Children and those vulnerable to addiction are, more or less, the same across the country. We should be trying, more or less, the same approach to legitimate but protective mechanisms for protecting them and not destroying an industry that is legal in Canada.

Senator Miville-Dechêne: However, you say that Quebec is allergic to national standards. We have seen it in the past few years in health and other issues in their jurisdiction. This is squarely in their jurisdiction.

Obviously, I want to say that I'm for the protection of children. I think parents need help. I voted against Bill C-218 especially because I was afraid of what it would do to more vulnerable Canadians.

Senator M. Deacon: Things that folks in the room may or may not know is that, first of all, broadcast is still our number one source of sports and watching sports. The CRTC has a code

La sénatrice Miville-Dechêne : Pour ce qui est du Québec, qu'est-ce qu'il a fait ou n'a pas fait? Est-ce vrai que Loto-Québec ne fait pas de paris sur des événements uniques?

La sénatrice M. Deacon : Non. À l'heure actuelle, nous n'avons pas beaucoup d'information sur ce qui se passe avec une personne dans une maison au Québec, même si nous entendons des familles nous raconter des choses. Les paris ne se font pas de la même manière que dans d'autres provinces.

Il est difficile d'obtenir des renseignements uniformes. Donc, que faisons-nous? Nous essayons de définir une norme qui est sûre, juste et qui protège. En reconnaissant totalement ce que la sénatrice Simons a dit... le rôle des familles est essentiel, mais nous essayons de nous assurer d'insérer des freins naturels — dont nous pouvons communiquer quelques exemples — qui réduisent au minimum ces activités de manière uniforme.

Le sénateur Cotter : Le concept d'élaboration de normes nationales de manière concrète doit faire intervenir la voix des gouvernements provinciaux et territoriaux et des organismes de réglementation des jeux. Il est juste de dire que, au pays, il est arrivé, particulièrement dans les administrations provinciales, que certaines administrations tracent la voie. Dans bon nombre des domaines propres aux initiatives sociales, le Québec a été un chef de file. J'ai pu l'observer par rapport à un sujet qui m'a rendu un peu nerveux, à savoir à quel point l'approche du Québec sur un sujet a été bénéfique pour la première ministre de l'Alberta. Elle a remercié en public le gouvernement du Québec.

Une partie de l'exercice consiste à rassembler ces meilleures idées et à voir si, collectivement, nous pouvons établir une stratégie nationale pour réagir à cette préoccupation et produire un degré de constance pour que vous ne soyez pas bombardés par certains types de publicité du fait que vous vous trouvez dans une province, mais que vous y échappez dans une autre. Les enfants et les personnes vulnérables à la dépendance sont plus ou moins les mêmes partout au pays. Nous devrions plus ou moins essayer la même approche à l'égard de mécanismes légitimes mais protecteurs pour les protéger et ne pas détruire une industrie qui est légale au Canada.

La sénatrice Miville-Dechêne : Cependant, vous dites que le Québec est allergique aux normes nationales. Nous l'avons vu au cours des dernières années dans la santé et dans d'autres enjeux relevant de sa compétence. Cela relève carrément de sa compétence.

Évidemment, je tiens à dire que je suis favorable à la protection des enfants. Je pense que les parents doivent aider. J'ai voté contre le projet de loi C-218 surtout parce que j'avais peur de ce qu'il ferait aux Canadiens les plus vulnérables.

La sénatrice M. Deacon : Des choses que les gens dans la salle savent ou ne savent peut-être pas c'est que, tout d'abord, la radiodiffusion est toujours notre première source pour les sports

right now for broadcast advertising for alcoholic beverages. We feel this next step, this work in advertising is in line with that as well. Thank you.

Senator Cardozo: To pick up on that last point about the CRTC, I think it is interesting you note that broadcasting is still the number one place that people go to watch television. There are a couple of things that I think are most relevant in terms of having the CRTC play the role you mention here. One is the CRTC having regulations with regard to alcohol advertising, so to add this part is not a long road. The other thing is that it is the one place where you can have a standard that then, hopefully, spills over or at least provides a standard to society or to other players of what a preferred approach is, whether that is newspapers or the internet, as Senator Simons pointed out, where a lot of people go to watch TV and sports. This kind of advertising is not only happening during sports games. It is happening all the time. I think it is useful to have that as there are fewer and fewer tools left in the tool box that the CRTC is still one where you can get a good standard defined.

I look at the time frame of this, and on one hand it is reasonable to have all these things happen. On the other hand, this is an urgent problem. It is going to be several months before this passes — let's hope this passes soon or later this year — the government then has a year to put together the framework you have asked them to. It will be a while after that when anything will go into effect. Do you have any concerns about this taking too long? Having said that, given what you've tasked them with, I can see that it would be hard to speed it up.

Senator M. Deacon: Thank you. I appreciate the question. One could kindly say that it has been too long already. I have a couple of pieces on that.

We are, frankly, trying to get on this faster than we did with vaping and with cannabis. We have enough data and information that initially came from listening to colleagues globally. What can we pick up from other countries that did this sooner? How can we find out more information so that we have an accurate picture?

To come to what you are talking about with patience, time and how long it is going to take. I feel like this should be a factor — in Canada, as of late January or February, we now have meaningful, relevant Canadian data. So if you are federal or you are running a province, as a result of CBC's Marketplace and the University of Bristol coming together, you now know the number of times in a game — they looked at the broadcast for NHL and basketball — and the prevalence of logos. About 21% of the time they are used in some aspect of gambling and broadcast information signage. This data is real and it's relevant

et pour regarder des sports. Le CRTC possède un code en ce moment pour la publicité radiodiffusée sur les boissons alcoolisées. Nous estimons que cette prochaine étape, ce travail de publicité, s'inscrit également dans ce cadre. Merci.

Le sénateur Cardozo : Pour reprendre le dernier point au sujet du CRTC, je trouve intéressant que vous signaliez que la radiodiffusion est toujours le principal canal de transmission pour les gens qui regardent la télévision. Il y a deux ou trois choses qui sont fort pertinentes, en ce qui concerne le rôle que le CRTC peut jouer que vous avez mentionnées. La première, c'est que le CRTC possède des règlements concernant les publicités de produits alcoolisés, et ajouter cette partie ne sera pas très long à faire. L'autre chose, c'est que c'est la seule instance qui peut instaurer une norme, espérons-le, qui pourra se répercuter sur la société ou sur d'autres joueurs, ou à tout le moins, fixer une approche privilégiée, que ce soit dans les journaux ou sur Internet, comme la sénatrice Simons l'a signalé, où beaucoup de gens regardent la télévision et les sports. Ce type de publicité n'est pas réservée qu'aux matchs sportifs. Il y en a tout le temps. Je pense que c'est utile de l'avoir, car il y a de moins en moins d'outils dans le coffre à outils, et le CRTC peut toujours fournir une bonne définition de normes.

Si je regarde le délai, d'une part, je trouve raisonnable que toutes ces choses se produisent. D'autre part, il y a un problème urgent. Il faudra plusieurs mois avant l'adoption du projet de loi — espérons qu'il sera adopté bientôt ou plus tard cette année — le gouvernement a un an pour structurer le cadre que vous lui avez demandé de faire. Il faudra ensuite beaucoup de temps avant que tout n'entre en vigueur. Craignez-vous que cela prenne trop de temps? Cela dit, étant donné que vous l'avez chargé de faire, je peux voir qu'il sera difficile d'accélérer le rythme.

La sénatrice M. Deacon : Merci. Je vous remercie de la question. On pourrait gentiment dire que cela est déjà trop long. J'ai deux ou trois choses à dire à ce sujet.

Nous essayons bien franchement d'accélérer le rythme par rapport à ce que nous avons fait avec le vapotage et le cannabis. Nous disposons d'assez de données et de renseignements, car nous avons écouté nos collègues à l'échelle mondiale. Pouvons-nous reprendre ce que d'autres pays ont fait plus tôt? Comment obtenir plus de renseignements pour avoir un portrait fidèle?

Pour en venir à ce dont vous parlez, il faudra de la patience, du temps et savoir combien de temps cela va prendre. J'ai l'impression que cela devrait être un facteur; au Canada, depuis la fin janvier ou février, nous disposons maintenant de données canadiennes pertinentes et concrètes. Donc, si vous êtes à l'échelle fédérale ou que vous dirigez une province, grâce à la collaboration entre l'émission Marketplace de la CBC et l'Université de Bristol, vous connaissez désormais le nombre de fois où, dans un match — on a examiné les émissions de la LNH et les matchs de basketball — et la prévalence des logos. Environ

in Canada. We can only hope that is helping to move this along as quickly as we can in what is a slow process.

What does that mean? Does it mean that provinces say, “Hey, we’re seeing that this really is a problem in our province?” Or do they say, “We’re seeing that this really is something to be moved along.” Then they can put pressure either within the province or federally in a national framework to move this along.

It is too late. It is too long. In my continuous communications and emails from families, they are begging for some support. It’s not even advocating, it’s begging.

Senator Cardozo: Could we have a situation where, with what you’re looking at, the CRTC might be able to move fairly quickly in expanding their alcohol regulations to include gaming, for example, and do that within, say, six months to a year? The government would then be doing something different that would cover an ad in print?

Senator M. Deacon: Let me try clarifying something that might help us even more. Thank you for that question.

Right now, the government doesn’t need this bill, in a way. We have tons of materials and data. We have tons of information, but the government could say, “We’ve got this.” They could say that tomorrow. They can take over this and say, “We’re going to take over this and we’re going to work with the provinces on a number of issues,” like they do in other ways.

We’re doing this because we have a sense of urgency. It may come up in the next hour; it may not. They can step in any time and say, “We’ve got this. We’ve got to move this along. Here’s what we’re going to do.”

Senator Cotter: If I could add one thing to that, Senator Cardozo. Senator Deacon has indicated the urgency that’s communicated to us and probably to you in some informal ways by citizens. The urgency is to act now. That’s the message that’s being conveyed. Acting now is a little precipitous, but we are in a good situation in this one respect: Much of this issue has been addressed in lots of developed countries, particularly in Europe with respect to sports betting advertising. We don’t have to reinvent the wheel here. We can find answers here around celebrities not being able to engage in advertising because of their special effects on gamblers, particularly young people.

21 % du temps, ils sont utilisés dans un certain aspect des jeux et de la signalétique de radiodiffusion. Ces données sont réelles et elles sont pertinentes au Canada. Nous ne pouvons qu’espérer que cela contribuera à faire avancer les choses aussi rapidement que possible dans ce qui est un processus lent.

Que cela signifie-t-il? Cela signifie-t-il que les provinces disent : « Hé, nous voyons que c’est vraiment un problème dans notre province? » Ou bien disent-elles : « Nous voyons que c’est vraiment quelque chose que l’on doit faire avancer? » Elles peuvent ensuite exercer des pressions dans la province ou à l’échelle fédérale dans un cadre national pour faire avancer ce dossier.

Il est trop tard. C’est trop long. Dans mes communications continues et les courriels échangés avec les familles, elles supplient d’obtenir de l’aide. Ce n’est même pas un plaidoyer, ce sont des supplications.

Le sénateur Cardozo : Pourrions-nous avoir une situation où, selon ce que vous voyez, le CRTC pourrait avancer assez rapidement pour élargir sa réglementation sur l’alcool afin d’inclure les jeux de hasard, par exemple, d’ici six mois à un an? Le gouvernement ferait alors quelque chose de différent qui pourrait couvrir les publicités imprimées?

La sénatrice M. Deacon : Laissez-moi clarifier quelque chose qui pourrait nous aider encore davantage. Je vous remercie de cette question.

En ce moment, le gouvernement n’a pas besoin de ce projet de loi, d’une certaine manière. Nous disposons de tonnes de documents et de données. Nous disposons de tonnes de renseignements, mais le gouvernement pourrait dire : « Nous nous en occupons. » Il pourrait le dire demain. Il pourrait reprendre le flambeau et dire : « Nous allons reprendre le flambeau et faire le travail avec les provinces sur un certain nombre de questions », comme il le fait d’autres manières.

Nous le faisons parce que nous avons un sentiment d’urgence. Cela pourrait arriver au cours de la prochaine heure, ou bien non. Il pourrait intervenir en tout temps et dire : « Nous nous en occupons. Nous devons faire avancer ce dossier. Voici ce que nous allons faire. »

Le sénateur Cotter : J’aimerais ajouter une chose, sénateur Cardozo. La sénatrice Deacon a mentionné l’urgence qui nous est communiquée et qui vous est probablement communiquée de manière informelle par les citoyens. L’urgence, c’est d’agir maintenant. C’est le message qui est transmis. Agir maintenant est un peu précipité, mais nous sommes dans une bonne posture : une bonne partie de la question a été abordée dans beaucoup de pays industrialisés, en particulier en Europe pour ce qui est des publicités sur les paris sportifs. Nous n’avons pas besoin de réinventer la roue. Nous pouvons trouver des réponses ici, disant que les célébrités ne peuvent pas participer à la publicité à cause de leur effet spécial sur les joueurs, en particulier les jeunes.

We can see what's happening with respect to time-of-day advertising, which has happened in a number of countries to try to minimize the temptation right in the middle of the game to bet. Even in some cases — though this is in provincial jurisdiction — identifying the kinds of sports that cannot be bet on, for example, the Olympics, amateur sports and college sports. It's not quite as big a challenge as appears to meet the eye because of what's already been done before.

The Brits had this problem. They didn't anticipate quite as much the way in which advertising would overwhelm, particularly betting on football. But they learned from it. We have a chance to try to learn from either the mistakes that they made or the solutions they have generated.

Senator Cardozo: Are we looking at two processes, one that's defined in clauses 3 and 4 for the government and one in clause 6 for the CRTC?

Senator Cotter: Yes. One is clearly within federal jurisdiction. The other is to stimulate, through leadership, a national approach to the question. A lot of the provincial regulators have the same interests in terms of gambling addictions and vulnerable communities, yet there doesn't seem to be a concerted action here in many respects. Senator Deacon's bill tries to stimulate that concerted action, hopefully cooperatively and in a consistent, national way.

Senator M. Deacon: We are working with other countries on this and learning from them the best practice. You will hear about that in some of the other sessions. The U.K., as you said, has helped us a lot on how they came out of the gates and what they have done to pull back. Italy has done what they would call a total ban. Germany and the Netherlands are also interesting countries because they are working through kind of what we are doing with what we would call pulling the reins in; that is, how can we look at the 15 minutes before or after, the different pieces, to make it work? We are reaching out and using the time and expertise in the best way possible.

Senator Quinn: Thank you, colleagues and witnesses, for an excellent overview of the bill. The excellent questions that are being asked around this table are really helpful.

Quite frankly, it's such an oxymoron for me in the sense that over the last number of years we have seen any number of athletes from different leagues being banned or punished by the league for illegal activities — everything from gambling on their own teams to gambling on other teams and other activities. I find it so ironic that those same leagues don't do something with their big stars — I'm thinking of the Connor McDavid and the Wayne Gretzkys. Gretzky is now retired, but other athletes in all

Nous pouvons observer ce qui se passe avec les publicités en fonction de l'heure de la journée, ce qu'on a fait dans un certain nombre de pays, pour essayer de réduire au minimum la tentation de parier en plein milieu de la nuit. Je sais que cela relève de la compétence provinciale, mais dans certains cas, on a désigné des événements sportifs sur lesquels on ne peut pas parier, comme les Olympiques et le sport amateur et collégial. Ce n'est pas un défi aussi grand que ce qu'il n'y paraît à cause de ce qui s'est déjà fait auparavant.

Les Britanniques ont eu ce problème. Ils n'avaient pas prévu à quel point la publicité pourrait les submerger, surtout concernant les paris sur le soccer. Mais ils ont appris de cela. Nous avons la chance d'essayer d'apprendre des erreurs qu'ils ont commises ou des solutions qu'ils ont produites.

Le sénateur Cardozo : Examinons-nous deux processus, un défini dans les articles 3 et 4 pour le gouvernement et l'autre, à l'article 6 pour le CRTC?

Le sénateur Cotter : Oui. L'un relève vraiment de la compétence fédérale. L'autre vise à stimuler, dans le cadre du leadership, une approche nationale à l'égard de la question. Beaucoup des organismes de réglementation provinciaux ont les mêmes intérêts pour ce qui est de la dépendance au jeu et des communautés vulnérables, or il ne semble pas y avoir d'action concertée ici, à bien des égards. Le projet de loi de la sénatrice Deacon essaie de stimuler cette action concertée, et nous espérons qu'elle sera coopérative, cohérente et nationale.

La sénatrice M. Deacon : Nous travaillons avec d'autres pays sur ce dossier et apprenons leurs meilleures pratiques. Vous en entendrez un peu parler dans certaines des autres séances. Le Royaume-Uni, comme vous l'avez dit, nous a beaucoup aidés sur la façon dont il est sorti de la crise et ce qu'il a fait pour s'en sortir. L'Italie a fait ce qu'elle appellerait une interdiction totale. L'Allemagne et les Pays-Bas sont également des pays intéressants, car ils travaillent sur ce que nous sommes en train de faire en quelque sorte, avec ce que nous appellerions « serrer la bride »; en d'autres termes, comment examiner les 15 minutes avant ou après, les différents éléments, pour que cela fonctionne? Nous communiquons avec eux et utilisons leur temps et leur expertise de la meilleure façon possible.

Le sénateur Quinn : Merci, chers collègues et témoins, d'avoir présenté un excellent aperçu du projet de loi. Les excellentes questions qui sont posées autour de la table sont très utiles.

En toute honnêteté, c'est un oxymore pour moi, en ce sens que, au cours des dernières années, nous avons vu un certain nombre d'athlètes de différentes ligues qui ont été bannis ou punis par la ligue pour des activités illégales, ce qui va de parier sur leurs propres équipes à parier sur d'autres équipes et s'adonner à d'autres activités. Je trouve très ironique que ces mêmes ligues ne fassent rien avec leurs grandes vedettes : je pense aux Connor McDavid et aux Wayne Gretzky de ce monde.

leagues are appearing in these advertisements. For me, it's all about putting the seeds in the ground for these younger kids. I agree with Senator Simons. A lot of the responsibility begins at home, but the reality is that the values we instill in our children as parents become harder to maintain as they go out that door and start interacting with that big world. This kind of advertising is where that really begins to take that value set and cause the kids to start thinking differently.

Should there be some type of communication to the leagues to encourage them to stop professional athletes — or other entities that have well-known celebrities — from being involved in the advertising of goods that lead to addictive behaviours later in life, not for everybody, but for some. Even one is too many.

Have you had that kind of thought process in terms of reaching out to leagues and things of that nature?

Senator M. Deacon: We have not. I have not formally reached out to leagues. We certainly have had some conversations. One has been with what we call Maple Leaf Sports & Entertainment. I was able to do that to really understand the conversation.

To come back to what you said, this is Ottawa. We're in Ottawa. We have an amazing hockey team in Ottawa. We have a men's hockey team, an NHL team, where a player disappeared into the night, essentially, with something alleged regarding this whole piece. I must have had about 600 emails or phone calls from people saying, "Hang on. This is a role model. He's been removed, but look at the whole team. Look at what's on their helmets. Look at the logo on their helmets and the logo on the sign." I'm sharing that with you because then I turn around and say, "What can we do about that? What conversations do we need to have?" It all comes back to this national expectation, this national standard. When this is happening, the folks who are trying to maximize their return and make the most money possible know where the target is. They know that they are going to reach young, impressionable people, those who may have a lower income and those in communities where this is a big deal. It is a money grab.

It takes courage and stamina and it takes a collective will. This is what we're really working toward. It is an oxymoron. It is a contradiction in terms when you see these pieces saying, on the one hand, you should not do that but, on the other hand, look at the team.

Senator Cotter: If I could make an observation in some of the larger context, Senator Quinn. Up until about 2018-19, the professional sports leagues were opposed to single event sports betting. There was a change in the U.S. laws as a result of a

Gretzky est maintenant à la retraite, mais d'autres athlètes dans toutes les ligues apparaissent dans ces publicités. Pour moi, tout est question de semer les graines sur le terreau fertile de ces jeunes enfants. Je suis d'accord avec la sénatrice Simons. Une grande partie de la responsabilité commence à la maison, mais la réalité est que les valeurs que nous inculquons à nos enfants en tant que parents deviennent plus difficiles à maintenir lorsqu'ils franchissent la porte et commencent à interagir avec le reste du monde. C'est ce genre de publicité qui fait en sorte que les enfants commencent à penser différemment.

Devrait-il y avoir un certain type de communication avec les ligues pour les encourager à empêcher les athlètes professionnels — ou d'autres entités qui ont des célébrités connues — à participer à la publicité de marchandises qui entraîne des comportements de dépendance plus tard dans la vie, pas pour tous, mais pour certaines personnes? Même une personne, c'est trop.

Avez-vous réfléchi à cette idée de communiquer avec les ligues et à des choses de cette nature?

La sénatrice M. Deacon : Non. Nous n'avons pas officiellement communiqué avec les ligues. Nous avons eu quelques conversations, dont l'une avec ce que nous appelons Maple Leaf Sports & Entertainment. J'ai été en mesure de faire cela pour vraiment comprendre la conversation.

Pour revenir à ce que vous avez dit, c'est Ottawa. Nous sommes à Ottawa. Nous avons une incroyable équipe de hockey à Ottawa. Nous avons une équipe de hockey masculine, une équipe de la LNH, où un joueur a disparu pendant la nuit, essentiellement, avec quelque chose qui concernerait toute cette affaire. Je dois avoir reçu environ 600 courriels ou appels téléphoniques de gens disant : « Attendez. C'est un modèle de comportement. Il a été suspendu, mais regardez toute l'équipe. Regardez ce qui se trouve sur leurs casques. Regardez le logo sur leurs casques et le logo sur l'affiche. » Je vous en fais part parce que je me retourne ensuite pour dire : « Que pouvons-nous faire à ce propos? Quelle conversation devons-nous avoir? » Tout revient à cette attente nationale, cette norme nationale. Lorsque cela se passe, les gens qui essaient de maximiser leur rendement et de faire le plus d'argent possible savent où est la cible. Ils savent qu'ils vont rejoindre des jeunes impressionnables, des personnes qui ont un plus faible revenu et qui vivent dans ces communautés où c'est une grosse affaire. C'est une escroquerie.

Il faut du courage, de la résistance et une volonté collective. C'est ce sur quoi nous travaillons vraiment fort. C'est un oxymore. C'est une contradiction du discours lorsque ces éléments disent, d'une part, vous ne devriez pas faire cela, mais, d'autre part, regardez l'équipe.

Le sénateur Cotter : J'aimerais faire un commentaire concernant le contexte plus large, sénateur Quinn. Jusqu'à environ 2018-2019, les équipes sportives professionnelles s'opposaient aux paris sur les événements sportifs uniques. Il y a

decision of the U.S. Supreme Court which opened up to states other than Nevada and New Jersey the opportunity to engage in single event sports betting and betting more generally. The professional sports leagues shifted 180 degrees to embrace it and indeed to partner with betting agencies and the like so that they now have a bit of skin in the game.

It's not illegitimate because in one respect it's a legal line of work. I think your point is a good one, that if you were to talk to the general manager or to the president of one of these professional sports teams, they have kids. They are not particularly interested in being contributors to the addictive framework that significant amounts of this advertising can generate. I think they would be open to modifications, but for them it is a complex question because it crosses national borders. In every one of the professional sports leagues, Canada is either a minor or a non-existent participant. It's quite a good idea. It might be beyond the legislative power of a parliament, but that doesn't stop it being good policy that can be pursued as an ancillary strategy.

Senator Quinn: Thank you for that, senators. I guess part of the difficulty would be that the gambling represents a new revenue stream for owners, and that's a whole other discussion.

Senator M. Deacon: Yes.

Senator Quinn: Following up, one of my colleagues talked about CRTC. I'm a transportation guy. I have learned more about communications, CRTC, in the last year than I thought I'd ever learn in my life, and not all of it is something that I say, "Wow, that's an organization that's a stellar example of how to do things." I don't mean that in a bad way at all, but they are so busy. They have so many responsibilities. In clause 6 here, I'm just trying to figure out how they will assess the situation. The indicators, I think, for problematic behaviour, addictions or whatever, they would probably fall more in a health stream. How will the CRTC link over? They are having trouble linking over to publishers, broadcasters and all that. I don't see how they could assess that without needing to talk to health officials who deal with the end result, the problem.

Senator M. Deacon: Thank you. We will both take a shot at that. I come back to, senator, when I talked about using the alcohol as an example and the code, and when we looked and reviewed and said what does this look like, sound like, feel like. There is no question there is a health component that is very strong in this, and you will hear that as you have different witnesses coming forward. When we talk about the CRTC, I would like to refer you back to the bill in the consultation

eu un changement des lois américaines à la suite d'une décision de la Cour suprême des États-Unis, qui a ouvert aux États autres que le Nevada et le New Jersey la possibilité de participer à des paris sportifs sur des événements uniques et de parier de façon plus générale. Les ligues de sport professionnelles ont fait un changement à 180 degrés pour l'adopter et s'associer à des agences de paris et ainsi de suite, de sorte qu'elles sont désormais partie prenante.

Ce n'est pas illégitime, parce que, dans un sens, c'est un secteur d'activité légal. Je pense que vous soulevez un bon point, à savoir que si vous parliez au directeur général ou au président de l'une de ces équipes sportives professionnelles... ils ont des enfants. Ils ne souhaitent pas particulièrement contribuer au cadre de dépendance que des quantités importantes de ces publicités peuvent générer. Je pense qu'ils seraient ouverts à des modifications, mais pour eux, c'est une question complexe, parce que cela transcende les frontières nationales. Dans chacune des ligues de sport professionnelles, le Canada est ou bien un participant mineur ou bien un participant inexistant. C'est une assez bonne idée. Cela pourrait dépasser le pouvoir législatif d'un parlement, mais cela ne cesse pas d'être une bonne politique qui peut être envisagée comme stratégie auxiliaire.

Le sénateur Quinn : Merci, sénateurs et sénatrices. Je pense qu'une partie de la difficulté tient au fait que le jeu représente un nouveau volet de revenu pour les propriétaires, et c'est une tout autre discussion.

La sénatrice M. Deacon : Oui.

Le sénateur Quinn : Par ailleurs, un de mes collègues a parlé du CRTC. Je viens du domaine du transport. J'en ai appris plus au sujet des communications, du CRTC, dans la dernière année que durant toute ma vie, et je ne saurais dire pour toutes les choses qu'il fait : « Ouah, c'est une organisation qui donne un brillant exemple de la façon de faire les choses. » Je ne veux pas du tout le dire d'une mauvaise façon, mais il est trop occupé. Il a tellement de responsabilités. À l'article 6 ici, j'essaie juste de comprendre comment on évaluera la situation. Les indicateurs, je pense, pour les comportements problématiques, les dépendances ou quoi que ce soit, tomberaient plutôt dans le volet de la santé. Comment le CRTC fera-t-il le lien? Il a du mal à faire le lien avec les éditeurs, les radiodiffuseurs et tout le reste. Je ne vois pas comment il pourrait évaluer cela sans devoir parler aux responsables de la santé qui s'occupent du résultat final, du problème.

La sénatrice M. Deacon : Merci. Nous allons tous les deux tenter une réponse. Je reviens à mon exemple, sénateur Quinn, à la consommation d'alcool et au code, et au moment où nous avons fait cet examen pour voir à quoi cela ressemblait. Sans aucun doute, il y a un élément de santé qui est très fort, et vous l'entendrez dire par les différents témoins qui se présenteront. Lorsque nous parlons du CRTC, j'aimerais vous renvoyer au projet de loi, dans la section des consultations, parce qu'elle sera

section because that consultation section will be critical when you talk about what the CRTC's job is, what the role isn't and how can they possibly take this on top of everything else.

That consultation embedded in the bill with ministries, with Indigenous communities, with, with, with — those pieces will be critical to make sure we get this right.

Senator Cotter: Could I just add sort of one additional observation, which is that there is no shortage of research on these questions and the harms. It's not as though they need to launch a whole bunch of research studies to try to figure this out. You can almost pick them off the shelf or out of books and research work that's already been done.

On this topic, I don't know anything about the agenda and priorities of the CRTC. If I were involved in running the place, I would be interested, but this has become a priority for Canadians, and my sense is that a meaningful federal agency should be listening.

Senator Quinn: My last question, very quickly, is after reading the materials, one of the first things I thought about was how does this tie into Aboriginal communities who are very much engaged in gambling with respect to having their own institutions. Some of them border or cross Canada-U.S. boundaries. Senator Cotter, I'm wondering if you see any complications with respect to wanting to have a national framework and how it's applied to Aboriginal communities that are in the business? Would it possibly infringe on their section 35 rights in some way? Are there difficulties that we will become aware of or could become aware of?

Senator Cotter: I delivered a really outstanding speech in the Senate a week or two ago and highlighted that, but not everybody was listening.

Senator Quinn: Which one? I can't remember them all.

Senator Cotter: Not everybody was listening. I think it's fairly clear from the Supreme Court of Canada that there may be some unique circumstances to the contrary but that gaming isn't a section 35 right.

That's not the most important central question. The central question is really a policy question, and right now First Nations who are engaged in gaming in different jurisdictions with one or two, let me call them, grey exceptions do so under the provincial gaming framework. Saskatchewan is the one I know best. The legislation in the Criminal Code gives the province the authority to conduct and manage gaming. In a number of jurisdictions,

essentielle lorsque vous parlez du travail du CRTC, de ce que son rôle n'est pas et de la façon dont il peut peut-être assumer cette fonction, en plus de tout le reste.

Cette consultation intégrée dans le projet de loi avec les ministères, les communautés autochtones, avec tous ces éléments, sera essentielle pour que nous puissions nous assurer de bien faire les choses.

Le sénateur Cotter : Si je peux ajouter une observation supplémentaire... il ne manque pas de recherches sur ces questions et sur les méfaits. Ce n'est pas comme si on devait lancer tout un tas d'études pour essayer de découvrir ce qu'il en est. Vous pouvez presque les prendre sur les étagères ou dans les livres... et le travail de recherche a déjà été fait.

À ce sujet, je ne connais rien à propos du programme et des priorités du CRTC. Si je dirigeais l'organisme, cela m'intéresserait, mais c'est devenu une priorité pour les Canadiens, et je pense qu'une agence fédérale véritable devrait écouter.

Le sénateur Quinn : Ma dernière question, très rapidement, c'est que, après avoir lu les documents, l'une des premières choses que j'ai pensées était la façon dont cela se rattachait aux collectivités autochtones qui sont très concernées par le jeu au sein de leurs propres institutions. Certaines d'entre elles sont limitrophes ou chevauchent les frontières canado-américaines. Sénateur Cotter, je me demande si vous voyez des complications dans le fait d'avoir un cadre national et la façon dont il s'applique aux collectivités autochtones qui sont dans le secteur d'activité. Cela pourrait-il empiéter d'une manière ou d'une autre sur les droits que leur confère l'article 35? Y a-t-il des difficultés dont nous aurons connaissance ou dont nous pourrions avoir connaissance?

Le sénateur Cotter : J'ai présenté un discours vraiment remarquable au Sénat il y a une ou deux semaines et mis en lumière cette question, mais ce n'est pas tout le monde qui écoutait.

Le sénateur Quinn : Lequel? Je ne peux pas me souvenir de tous.

Le sénateur Cotter : Certaines personnes n'écoutaient pas. Je pense que la Cour suprême du Canada a assez clairement établi que, mis à part certaines circonstances uniques, le jeu n'est pas un droit prévu à l'article 35.

Ce n'est cependant pas la question la plus importante. La question que nous devons nous poser, la question centrale, concerne plutôt les politiques. Présentement, les Premières Nations qui participent à l'industrie des jeux de hasard dans diverses provinces le font grâce à ce que j'appellerai une ou deux zones grises dans les cadres provinciaux en matière de jeux de hasard. Je connais le mieux celui de la Saskatchewan. Le Code

they have delegated that to First Nations gaming authorities, and so there is a kind of overall umbrella.

Most jurisdictions, after a little bit of difficulty getting started, have gotten to a pretty good, responsible, professional place in the relationship of what governments are doing directly and what they have delegated to First Nations to conduct gaming operations.

So the answer is, yes, it's complicated but solved within an overall framework that everybody I think has — revenue is important. It's become important to governments. It's important to the businesses, but also responsible gaming is a big factor there.

It adds to the equation. Senator Tannas has a bill before the Senate, as you may recall, that would empower direct jurisdiction for gaming for First Nations. If that moves forward, in my view they would need to be brought inside the umbrella in this kind of dialogue. That would add a complication, but it's not an unsolvable one, I don't think.

Senator M. Deacon: I also think, if you don't mind, on that piece, we have in the last year been able to find out a few things. I think it's connected to your Indigenous question because it's important. Why are we doing this bill, and as Canadians, who are we trying to protect in this legislation? We talk about lower-income households. We talk about young Canadians, but Indigenous communities are, as you said, a very big part of this. In the last year, we have seen a higher report of rate of gambling than any other demographic. So I feel like this parallels the concern being quite significant, and those who did gamble were three times more likely to be at moderate to severe risk for gambling problems.

As we go through this hearing process and try to learn as much as possible, it's also appropriate now just to remind you of something called a dose response, and this is why these levels increase. A dose response is an effect, meaning that the greater advertising exposure increases the participation which leads to greater risk of harm and trends for Indigenous communities and for younger populations. It's an engine that's hard to stop once it gets started.

criminel habilite la province à organiser et à gérer des jeux de hasard. Dans un certain nombre de provinces et territoires, le gouvernement a délégué ce pouvoir à une régie des jeux des Premières Nations, qui chapeaute en quelque sorte toutes ces activités.

La plupart des gouvernements, des provinces et territoires, après des débuts difficiles, ont réussi à établir une relation plutôt bonne, responsable et professionnelle avec les Premières Nations, par rapport à ce qu'ils gèrent directement et ce qu'ils ont délégué aux Premières Nations pour l'exploitation des jeux de hasard.

Donc, la réponse est oui, c'est compliqué, mais il y a un cadre général pour démêler tout cela, et je pense que tout le monde... Les revenus sont importants. Ils sont devenus importants pour les gouvernements et pour les entreprises. Toutefois, le jeu responsable est un grand facteur.

Il faut en tenir compte dans l'équation. Vous soutenez peut-être que le sénateur Tannas a présenté un projet de loi, qui est présentement à l'étude au Sénat, qui donnerait directement le contrôle des jeux aux Premières Nations. S'il est adopté, je pense que nous devons les intégrer dans le cadre général, et il faudra que les Premières Nations participent à ce genre de discussion. Cela compliquerait les choses, mais ce ne serait pas insurmontable, je pense.

La sénatrice M. Deacon : Si vous me le permettez, je pense aussi, à cet égard, que nous avons appris certaines choses au cours de la dernière année. Je pense qu'il y a un lien à faire avec votre question sur les Premières Nations, et que c'est important. Pourquoi veut-on adopter ce projet de loi, et, en tant que Canadiens, qui essayons-nous de protéger avec cette loi? Nous avons discuté des ménages à faible revenu. Nous avons discuté des jeunes Canadiens, mais les communautés autochtones, comme vous l'avez dit, sont un important facteur à prendre en considération. Selon les rapports, au cours de la dernière année, la proportion de personnes qui s'adonnaient aux jeux de hasard était plus élevée dans cette population-là que dans n'importe quelle autre. Je pense que cela reflète à quel point il s'agit d'une préoccupation importante. Il y a autre chose : les joueurs étaient trois fois plus susceptibles d'avoir un problème de jeu modéré à sévère.

Nous poursuivons les audiences et nous essayons d'en apprendre le plus possible, mais je pense que ce serait le moment de pour vous rappeler de ce qu'on appelle la relation dose-effet, qui permet d'expliquer pourquoi nous voyons les niveaux augmenter. Selon la relation dose-effet, plus une personne est exposée à de la publicité, plus elle s'adonnera au jeu, et plus elle s'expose à un risque de préjudice; c'est une tendance observée dans les communautés des Premières Nations et chez les jeunes. Une fois que la machine est enclenchée, c'est difficile de l'arrêter.

Senator McBean: Thank you, Senator Deacon, for bringing this forward. I agree it's a bit out of control, but I wonder where we get the space to do it.

I know that for my peers there is no advertising for alcohol and tobacco. If this could come in, if gaming could get added into that code, that works. As we're watching, my eight-year-old hears this advertising not so much on TV because an eight-year-old doesn't actually watch commercials anymore. They zoom past them. It's on the radio and in pop-ups in games that she plays and stuff like that, and that's on me to manage those. It's impossible.

When I go through the bill, "minors" comes up three times, twice in the preamble and once in the body of it. If a minor is somebody under 18, this makes me think about Senator Greene Raine's Bill S-228, which didn't survive, and from my learnings on this — correct me if I'm wrong — people felt it was too broad, it was trying to help everyone and that it's not our job to be prescriptive to everyone.

I wonder, as we see Bill C-252 talking about healthy eating and advertising for kids, if there's some space in your bill — I'll go with the question. Have you considered that it's too broad or could be too broad? How did you leave it at minors; and in its broadness, does it leave it vulnerable?

Senator M. Deacon: Thank you for the question, and it's certainly one that has warranted a lot of thought and a lot of review in constitutional law of raising the bar of alcohol and tobacco and what we can and can't do in that area.

The one thing that is critically important to remember, when we're looking at this and minors and the rules, we're trying to go after a framework, with the parties involved in consultation, that does not come in and restrict and tighten the boundary. When asked, we have all kinds of suggestions that can tighten it up, but in the bill itself we were reluctant to make it any more restrictive or targeted than we did because we want to allow this framework process to unfold.

I respect and followed the process of the other bill that you're referring to over its different iterations. Because we're going after a national framework with three areas, we were very careful about becoming too targeted. My colleague might want to respond to that, too, also in consultation with what we saw with previous constitutional and Charter law.

La sénatrice McBean : Merci, sénatrice Deacon, d'avoir soulevé ce point. Je suis d'accord pour dire que cela échappe un peu à notre contrôle, mais je me demande dans quel espace nous pouvons examiner cela.

Je sais que, pour mes pairs, les publicités sur l'alcool et le tabac sont interdites. Si ce projet de loi était adopté et que les jeux de hasard pouvaient être ajoutés à ce code, cela serait efficace. Quand nous écoutons la télévision... mon enfant de huit ans n'entend pas vraiment ce genre de publicités à la télévision, parce que les enfants de huit ans ne regardent plus les publicités. Ils zappent immédiatement. Mais il y en a à la radio, il y a des publicités qui apparaissent soudainement dans les jeux qu'ils jouent, et d'autres choses du genre, et c'est ma responsabilité d'encadrer cela, mais c'est impossible.

J'ai consulté le projet de loi, et le mot « mineurs » apparaît trois fois, deux fois dans le préambule et une fois dans le libellé. Si une personne mineure est quelqu'un de moins de 18 ans, cela me fait penser au projet de loi S-228, de la sénatrice Greene Raine, qui n'a pas survécu. D'après les leçons que j'ai tirées de son projet de loi — et corrigez-moi si je me trompe —, les gens jugeaient que sa portée était trop vaste, qu'il cherchait à aider tout le monde et ce n'est pas notre travail de dire à tout le monde quoi faire.

Je me demandais, puisque le projet de loi S-252 aborde l'alimentation saine et la publicité ciblant les enfants, s'il y avait de l'espace dans votre projet de loi... Je vais poser la question : vous êtes-vous demandé si la portée serait trop vaste, ou peut-être trop vaste? Pourquoi vous êtes-vous arrêté aux mineurs, et, même si la portée est large, cela laisse-t-il des vulnérabilités?

La sénatrice M. Deacon : Merci de la question. J'y ai certainement beaucoup réfléchi, et beaucoup étudié le droit constitutionnel par rapport au renforcement des interdictions sur l'alcool et le tabac et par rapport à ce que nous pouvons faire ou ne pas faire à cet égard.

Ce qu'il est absolument important de garder à l'esprit, en ce qui concerne ce dossier, les mineurs et les règles, c'est que nous essayons d'élaborer un cadre, avec les parties qui seront consultées, un cadre qui ne va pas restreindre et resserrer les limites. Si on nous le demande, nous avons toutes sortes de suggestions sur la façon de resserrer les limites, mais, dans le projet de loi lui-même, nous ne voulions pas rendre le cadre encore plus restrictif ou encore plus ciblé que nous ne l'avons fait, parce que nous voulons laisser l'élaboration du cadre se dérouler.

Je respecte — et j'ai suivi — le processus qui a été appliqué pour cet autre projet de loi que vous avez mentionné, dans ses différentes versions. Comme nous ciblons un cadre national comprenant trois domaines, nous avons tout fait pour qu'il soit trop spécifique. Mon collègue voudra peut-être faire un commentaire là-dessus, par rapport aux consultations que nous avons eues relativement au droit constitutionnel et à la Charte.

Senator Cotter: I would say that most of the feedback with respect to this bill has been that it's not prescriptive enough. When I go and meet with people, particularly in Toronto, who have really taken this issue to heart, their expectation is immediate action to ban advertising on sports betting — period, full stop. Just do it. Well, we can't entirely just do it.

I'm running out of time in the Senate and I'm running out of stories, but there is one story I think I probably told once before. It is about two fellas going down a river in a row boat, and suddenly they realize they are going to go over a waterfall. The first guy says to the second guy, "Throw out the anchor," and the second guy says, "Well, the anchor is not tied on to the boat." The first guy says, "Well, throw it out anyway, it might help some." We think that this bill will do a little more than that. It's an anchor that is actually tied to the boat, and hopefully, it will slow things down.

Senator McBean: I find the Senate's kind of going all over the place. We're now saying you can vote at 16, but you can't be responsible for this. It's just trying to be consistent with the messaging of who we think is responsible. I wonder if giving something like the CRTC some guidance on whom they are protecting gives them a stronger hand when creating — if you're trying to say advertising is a certain range or goes until 9 p.m. because you could reasonably assume a 13-year-old is in bed by 9 p.m., but I don't know when a 17-year-old goes to bed.

Senator M. Deacon: You're going to find, I think, as you have the witnesses come through, that the point that you're making is extremely important. The expertise and the specifics of what we would like to see included will come to this table from a variety of perspectives that have the data, suggestions and why this makes sense for an 18-year-old or a 24-year-old. You will hear that from the witnesses coming forward.

Senator McBean: I have no doubts. Thank you.

Senator Dasko: Thank you, Senator Deacon, for your bill. This is not a softball question, honestly, that I'm going to ask you. I'm going to step back a bit.

What are the outcomes that you're looking for? What would make you happy after this bill is passed? What are you mainly hoping to see at the end of this? What outcomes are you hoping for?

Senator M. Deacon: Thank you, senator. To start that answer, if I have, am working with or am the parent of a young person or those who are most impacted by this from a health and

Le sénateur Cotter : Je dirais que la plupart des commentaires que nous avons reçus par rapport au projet de loi disaient qu'il n'est pas suffisamment normatif. Quand je rencontre des gens, surtout à Toronto, qui ont à cœur cet enjeu, ils s'attendent à ce que des mesures soient prises immédiatement pour interdire les publicités sur les paris sportifs, carrément, point à la ligne. Faites-le, c'est tout. Eh bien, nous ne pouvons pas réellement le faire et puis c'est tout.

Je serai bientôt à court de temps, au Sénat, et je suis presque à court d'histoires, mais voici une histoire que j'ai probablement déjà racontée. Deux hommes descendent une rivière en canot; tout à coup, ils réalisent qu'ils se dirigent vers des chutes. Le premier dit au second « Jette l'ancre », et le second répond « L'ancre n'est pas attachée au bateau. » Le premier dit alors : « Eh bien, jette-la quand même, peut-être que ça aidera. » Nous pensons que ce projet de loi sera un peu plus utile, parce que l'ancre est réellement attachée au bateau, et, espérons-le, elle nous ralentira.

La sénatrice McBean : Le Sénat me semble un tantinet incohérent. Il prétend maintenant qu'on devrait pouvoir voter à 16 ans, mais que les jeunes de 16 ans ne sont pas assez responsables pour une chose comme celle-là. Nous devrions essayer d'être cohérents dans les messages que nous envoyons, par rapport à qui nous jugeons responsables. Je me demandais si nous pouvions, par exemple, donner au CRTC des directives sur les personnes qu'il doit protéger, pour lui donner plus de poigne lorsqu'il crée... Si vous voulez qu'il y ait une certaine plage pour la publicité, ou qu'elle doit s'arrêter à 21 heures, parce qu'il est raisonnable de croire qu'un enfant de 13 ans sera au lit à 21 heures... mais je ne sais pas du tout quand un enfant de 17 ans est censé aller au lit.

La sénatrice M. Deacon : Je pense que vous découvrirez, à mesure que nous recevons des témoins, que c'est un point d'une importance extrême. L'expertise et les détails précis, par rapport à ce qui devrait être ajouté, viendra des diverses perspectives qui nous seront présentées ici, qui s'appuient sur des données, et des recommandations montrant pourquoi cela est sensé pour les gens de 18 ans ou les gens de 24 ans. Les témoins que nous allons accueillir vous le diront.

La sénatrice McBean : Je n'en doute pas. Merci.

La sénatrice Dasko : Merci, sénatrice Deacon, pour ce projet de loi. La question que je vais vous poser est honnêtement loin d'être facile. J'aimerais revenir un peu en arrière.

Quels résultats recherchez-vous? Dans quelles circonstances serez-vous satisfaite, après l'adoption de ce projet de loi? Qu'espérez-vous voir, principalement, au bout du compte? Quels sont les résultats que vous espérez?

La sénatrice M. Deacon : Merci, sénatrice. Pour répondre, tout d'abord, disons que je suis la collègue, la responsable ou le parent d'un jeune ou d'une personne faisant partie des personnes

well-being point of view regardless of whether I live in Charlottetown, Quebec City, Milton or Victoria, I want to make sure that we have overturned every stone we possibly can for a healthy environment to participate, watch and spectate sport that is not distracting and diminishing the values of sport and feeding into mental health, gambling and negative health issues in this country, no matter where I stand.

Senator Dasko: In terms of the outcome with respect to governments, what are you hoping to see at the federal, provincial or any level?

Senator M. Deacon: I'm hoping to see a national framework that looks at and defines what this means in this country and what we're going after for our vulnerable. Folks, again, I can't say this enough — this is an irritant for us at our age. This is much more than an irritant for others. It's an annoyance for us. I want to make sure that in this national framework we go after and make sure that we're setting a standard that makes sense and goes after the things I just talked about at the national level.

Having said that, I could probably go paragraph 1, paragraph 2, sub-bullet 3, 4 and 5 for you right now of what I dream that would look like, but I also want the consultation to be strong and the municipal, provincial and federal communication understanding the roles to be quite clear and quite strong. We have a challenge with that no matter what bill we touch and no matter what issue we touch in this country.

Senator Cotter: I can offer just one or two observations, Senator Dasko. Speaking for myself, I think I could write what I think would be a good answer that the CRTC should provide here, but it might not be exactly right, and they are the authority. In that area, I hope they would actually produce a set of requirements with respect to advertising within their jurisdiction on this topic.

Let me give you a parallel example completely unrelated to sports and sports betting — securities commissions across the country. Efforts have been made to nationalize and federalize that. They have been constitutionally unsuccessful, so across the country we have provincial securities commissions. They work together. They have developed consistent national approaches across the country. It's critical, actually, for the securities industry that would happen.

The same thing can happen here. The goals and objectives are the same, I think, in all the jurisdictions across the country. Assuming that they won't work together — I understand the

les plus concernées, du point de vue de la santé et du bien-être — peu importe que je vive à Charlottetown, à Québec, à Milton ou à Victoria —, je veux m'assurer que nous avons retourné absolument toutes les pierres afin de créer un environnement sain, où cette personne pourra participer ou assister à des événements sportifs, sans être distraite, sans que la valeur du sport soit diminuée, sans que le sport alimente un problème de santé mentale, un problème de jeu ou un problème de santé, peu importe où je suis au pays.

La sénatrice Dasko : Par rapport aux résultats pour les gouvernements, qu'espérez-vous voir du côté des gouvernements fédéral, provinciaux et autres?

La sénatrice M. Deacon : J'espère voir un cadre national qui examine et qui définit ce que cela veut dire pour notre pays et ce que nous voulons pour nos populations vulnérables. Mesdames et messieurs, je le redis, et je ne le dirai jamais assez : c'est une frustration, à notre âge, et pour d'autres, c'est beaucoup plus qu'une frustration. C'est une nuisance, pour nous. Je veux m'assurer que ce cadre national cible et mette en place une norme logique, et qui réalise ce dont je viens de parler, et ce, à l'échelle nationale.

Cela dit, je pourrais probablement vous décrire avec un paragraphe 1, un paragraphe 2, des sous-éléments 3, 4 et 5 ce à quoi ressemble mon rêve, mais je veux tout de même des consultations rigoureuses et des communications avec les municipalités, les provinces et le gouvernement fédéral pour qu'ils comprennent très clairement leurs rôles et que le tout soit très solide. Nous avons de la difficulté à faire cela, peu importe le projet de loi, et peu importe l'enjeu dont il est question au pays.

Le sénateur Cotter : Je pourrais peut-être faire une ou deux observations, sénatrice Dasko. Je parle en mon nom, mais je pense que je pourrais rédiger ce qui, selon moi, serait une bonne réponse que le CRTC pourrait formuler ici, mais elle ne serait peut-être pas tout à fait exacte, parce que le CRTC est l'autorité compétente. J'espère que, à cet égard, il élaborera un ensemble d'exigences encadrant la publicité dans ce qui relève de sa compétence.

Laissez-moi vous donner un exemple, en parallèle, qui n'a absolument aucun lien avec les sports et les paris sportifs : les commissions de valeurs mobilières, d'un bout à l'autre du pays. On a tenté de les nationaliser et de les fédéraliser. Cela a échoué, pour des raisons d'ordre constitutionnel, et donc il y a, d'un océan à l'autre, des commissions de valeurs mobilières provinciales. Elles travaillent de concert, et elles ont élaboré des approches nationales cohérentes dans tout le pays. D'ailleurs, c'est primordial pour l'industrie des valeurs mobilières que ce soit ainsi.

La même chose peut être faite ici. Les buts et les objectifs sont les mêmes, je pense, dans toutes les provinces et dans tous les territoires du pays. Dans l'éventualité où il n'y aurait pas de

Quebec jurisdictional point, but on securities commissions, Quebec is in that process because it's good for Quebec and it's good for the country. That is equally true here. I hope that the national approach will come together willingly by the people who have the responsibility and whom I believe actually care. Thanks.

Senator Dasko: Do you think it will ultimately lead to restrictions on this kind of advertising, either at the federal or provincial level? Is that the hope? Is it an expectation?

Senator Cotter: Yes. In fact, if it didn't, in some fashion or other, this would have proven to be a failure. Canadians — at least the ones who talked to Senator Deacon and me, and probably to you — would be disappointed. Some would be more than disappointed.

Senator Dasko: I want to ask about the impact of this advertising. I know it's only been with us now for a couple of years. You mentioned some data on the incidence and the amount of advertising that is in the public space right now. I'm assuming that the time frame is probably too short to actually assess the impact of that advertising. Is there anything that you've come across that would actually speak to that?

Senator M. Deacon: Thank you. I touched on this earlier, but I think Canada's most recent data on advertising says that gambling messages fill up 25% of each broadcast.

In Canadian terms, not taking data from other countries, they looked at the sample — I think it's a bit skewed — of regular early-season NHL and basketball, and they were looking at betting companies, logos, commercials, sponsor segments and betting ads on screen. It did not include the sports broadcasters, and we know their role seems to be becoming a little more verbose, particularly during playoffs. That's what you're seeing in the advertising on television, but also more than 90% of the physical space is filled with logos and references to playing — the surface, the courtside or the walls of the rinks. FanDuel was the most popular, by the way, if people are looking for the actual company because it's interesting to learn just a little more about that.

What is the result of that advertising? Do we have data on what that means to a 14-year-old in Milton or Quebec City? It's behaviour. When I talked about that exposure definition that I gave you about more participation and more watching, that is what is happening as a result of this — mostly in our homes, mostly with a younger demographic and mostly male.

collaboration... je comprends l'argument du Québec sur la compétence, mais, en ce qui concerne les commissions de valeurs mobilières, le Québec a emboîté le pas, parce que c'est bon pour la province et que c'est bon pour le pays. C'est également vrai dans ce dossier. J'espère que les personnes responsables collaboreront volontairement et adopteront une approche nationale, parce que je crois que cela leur importe sincèrement. Merci.

La sénatrice Dasko : Croyez-vous que cela va, ultimement, mener à des restrictions sur ce genre de publicités, soit au niveau fédéral, soit au niveau provincial? Est-ce ce que vous espérez, est-ce ce que vous attendez?

Le sénateur Cotter : Oui. À dire vrai, si cela ne se réalise pas d'une façon ou d'une autre, alors ce serait un échec. Les Canadiens — du moins ceux qui ont parlé avec la sénatrice Deacon, qui m'ont parlé et qui vous ont probablement parlé — seraient déçus. Certains seraient même bien plus que déçus.

La sénatrice Dasko : J'aimerais poser une question sur l'impact de ce genre de publicités. Je sais qu'elles n'existent que depuis deux ou trois ans seulement, mais vous avez mentionné des données sur la fréquence et la quantité de publicités diffusées dans l'espace public présentement. Je tiens pour acquis que cela ne fait probablement pas assez longtemps pour que l'on puisse évaluer l'impact de ces publicités, mais avez-vous vu quoi que ce soit qui nous donnerait de l'information à ce sujet?

La sénatrice M. Deacon : Merci. J'ai effleuré le sujet, plus tôt, mais je pense que les données canadiennes les plus récentes sur la publicité disent que les publicités sur les jeux de hasard occupent 25 % du temps d'antenne à chaque diffusion.

Si on regarde uniquement le Canada et pas les données d'autres pays, on a pris un échantillon — un peu biaisé, je crois — de matchs ordinaires de la LNH et de basket-ball en début de saison, pour relever les sociétés de paris, les logos, les publicités, les commandites et les publicités sur les paris à l'écran. L'étude n'incluait pas les diffuseurs sportifs, mais nous savons qu'ils sont un peu plus loquaces dans leur rôle, surtout durant les séries éliminatoires. Donc, c'est la publicité diffusée à l'écran, mais en outre, plus de 90 % de l'espace physique est rempli de logos et de références aux jeux de hasard : la surface de jeu, les bords du terrain ou les bandes de la patinoire. En passant, l'entreprise la plus populaire était FanDuel, si vous voulez le savoir, parce que c'est intéressant d'avoir un peu plus d'information à ce sujet.

Quel est le résultat de toutes ces publicités? Avons-nous des données sur leur impact sur un enfant de 14 ans vivant à Milton ou à Québec? Il y a un impact sur le comportement. Quand j'ai donné la définition de l'exposition, à propos de la hausse de la participation et du temps de visionnement, ce sont les conséquences, surtout dans nos maisons, surtout chez les jeunes et surtout chez les garçons.

What you'll hear in the testimony that will come shortly is folks who are in the mental health sector, folks who are doctors working in emergency wards and families who will be able to give you some data on what they are seeing, live and unplugged, in their client base, in their hospitals and in their doctors' offices. There is data now that is strong enough to be used in Canada. We didn't want to wait four or five years to come in and present you a whole lot of data as we did in vaping and cannabis. We wanted to get on it.

Senator Dasko: I just have one more question.

I hate to try to tackle this jurisdiction piece again because you have discussed it. Senator Cotter, you mentioned the connection with health earlier, as a provincial jurisdiction. We talked a little about tobacco. I'm sponsoring Bill C-252, the bill that would actually ban advertising of bad foods to kids here at the federal level. That's the successor to Nancy Greene Raine's bill, which has come back through the House of Commons and back here.

We have been able as a country to ban — let's go back to tobacco, which I think is an excellent example. The federal government has been able to ban that for decades. I have to say, as a parent — to your point, Senator Simons — it would have been absolutely awful to not have those laws in place, bringing up my two children without the protection of that. I think I would have been a parent with one hand behind my back, trying to raise my kids in an environment that would have promoted tobacco. Anyway, I'm going on for a bit.

So why can't this be done in this field?

Senator Cotter: Just a ban, you mean?

Senator Dasko: Right. Just given that we especially in the health field with the examples to restrict in some way the advertising of this harm.

Senator Cotter: I don't want to try to give a comprehensive answer to this, and I'm not knowledgeable enough to provide that, at least today. I haven't followed the cases right up to today on questions of commercial free speech. One example of the difference between tobacco and betting on sports is any amount of tobacco is bad, I think. Well, it is not quite the same with respect to betting on sports. The concerns are addictive, vulnerable bettors, young people damaging their financial circumstances, then becoming addicted and hooked on it.

Les témoins que nous allons accueillir bientôt évoluent dans le secteur de la santé mentale, il y a des médecins qui travaillent dans les salles d'urgence et des familles, et ils pourront fournir des données sur ce qu'ils voient, dans la vraie vie, chez leurs clients, dans leurs hôpitaux et au cabinet du médecin. Il existe des données qui sont suffisamment robustes pour être utilisées au Canada. Nous ne voulions pas attendre quatre ou cinq années de plus et vous présenter une foule de données, comme cela a été fait avec le vapotage et le cannabis. Nous voulons intervenir maintenant.

La sénatrice Dasko : J'ai une dernière question.

Cela me répugne d'aborder à nouveau la question de la compétence, parce que vous venez tout juste de l'expliquer, mais, sénateur Cotter, vous avez parlé de la compétence provinciale en lien avec la santé, plus tôt. Nous avons parlé un peu du tabac. Je suis la marraine du projet de loi C-252, le projet de loi ayant pour but d'interdire la publicité sur la malbouffe ciblant les enfants, ici, à l'échelon fédéral. C'est le successeur du projet de loi de la sénatrice Nancy Greene Raine, qui a été renvoyé au Sénat après la lecture à la Chambre.

Notre pays a pu interdire... Reprenons l'exemple du tabac, parce que je pense que c'est un excellent exemple. Le gouvernement fédéral interdit cette publicité depuis des décennies. Je dois dire, en tant que parent — pour faire le lien avec ce que vous avez dit, sénatrice Simons —, que cela aurait été absolument horrible, si ces lois n'avaient pas été adoptées, d'élever mes deux enfants sans cette protection. Je pense que, en tant que parent, j'aurais élevé mes enfants avec une main attachée dans le dos, dans un environnement où le tabac était encouragé. Bref, je pense que je m'égare un peu.

Alors, pourquoi ne pourrait-on pas faire la même chose ici aussi?

Le sénateur Cotter : Vous voulez dire, une simple interdiction?

La sénatrice Dasko : Exactement. Compte tenu des exemples de ce que nous voyons, surtout dans le domaine de la santé, pourquoi ne pourrions-nous pas restreindre d'une façon ou d'une autre la publicité sur ce qui est néfaste?

Le sénateur Cotter : Je ne vais pas essayer de vous fournir une réponse exhaustive, car je n'en connais pas assez sur le sujet pour cela, du moins pas aujourd'hui. Je n'ai pas suivi, jusqu'à aujourd'hui, les affaires touchant la liberté d'expression commerciale. Un exemple de la différence entre le tabac et les paris sportifs c'est le fait que n'importe quelle quantité de tabac est mauvaise. Mais je crois que ce n'est pas tout à fait la même chose pour les paris sportifs. Les préoccupations tournent autour du fait que le jeu crée une dépendance, que des gens vulnérables parient, que des jeunes se ruinent financièrement et finissent par être dépendants et accros au jeu.

So I think it invites the people who are kind of professionally assigned to this to do a calibrated response. I hope it's a rich one. But it doesn't jump out of the gate that this is tobacco, if I can put it that way. I would go quite a ways down the road if I were the emperor deciding this question. But I think the people who are charged with this kind of equation — and the CRTC is the most obvious one at the federal level — ought to be given the opportunity to reflect on it, examine the studies and make a decision and put it in place.

Senator M. Deacon: Just to add that from a non-legal expertise type person, we did look at that. The full ban, of course, you heard me when I started. Tobacco is probably our best adviser on this, and I look at the Charter that we talk about. Courts upheld restrictions on the promotion of tobacco because they considered it a reasonable limitation given the demonstrated and severe harm caused by tobacco consumption and the fact that limiting promotion of tobacco products was considered to be a rational measure which would reduce harm. That took a few decades of court battles. While we would love to see a ban — and it could be a terraced approach — we don't see it upholding in the same way.

Senator Cotter: Senator Housakos, I know we are probably past our time, but could I just make one observation that is really ancillary at the margins here. It is really about sport rather than about the specifics of this bill. It's a wonderful, cultural, athletic health dimension of our lives. One of my concerns about what has happened in the last little while is that it starts to feel like sport is only a vehicle and excuse to bet and gamble. If we have gotten so far down the road for that to be even significantly true, that's a great loss to our society, and I think we need to try to be attentive to managing a culturally iconic thing. I don't just say this just because Senator McBean is here, but lots of us love sport and want it to be — I'm not pushing the idea that it needs to be clean and all that. It should be and all the rest of it. But it is a valuable dimension of our society, and overwhelming advertising and betting on sports events makes the sports events the margin and the betting the core, and if anything it should be the other way around. Thanks.

Senator M. Deacon: Our values, our roles, our power of sport have to supersede all of this.

The Chair: We are over our hour, but if you will indulge me, I have a couple of quick questions, colleagues. Again, the discussion has been so fascinating this morning. I voted for the sports bill a couple of years ago. I'm in the middle right now, torn if I was wise by doing so.

Donc, je pense qu'il faut inviter des professionnels du domaine, pour avoir une réponse équilibrée. J'espère que nous aurons une réponse détaillée. Cependant, on ne peut pas dire d'emblée que les paris sportifs sont identiques au tabac, si je peux dire. Si j'étais empereur et que c'est moi qui décidais, j'irais même encore plus loin, mais je pense que les gens responsables de toute cette équation — le CRTC étant l'organisation la plus évidente au niveau fédéral — devraient pouvoir réfléchir à la situation, examiner les études, prendre leur décision et l'appliquer.

La sénatrice M. Deacon : J'aimerais ajouter, en tant que non-experte du droit, que nous avons examiné cette possibilité. L'interdiction complète, je veux dire. J'en ai parlé au début. Le dossier du tabac est probablement celui qui nous éclaire le plus, à cet égard, et j'ai regardé les parties de la Charte concernées. Les cours ont confirmé les restrictions sur la promotion du tabac, jugeant qu'il s'agissait d'une restriction raisonnable puisqu'il a été prouvé que la consommation de tabac a des effets néfastes et que limiter la promotion des produits du tabac était une mesure logique. Il y a eu des décennies de contestations judiciaires. Même si nous adorerions voir une interdiction — et il pourrait s'agir d'une interdiction par palier —, nous doutons que cela s'applique de la même manière.

Le sénateur Cotter : Sénateur Housakos, je sais que nous avons probablement dépassé notre temps, mais pourrais-je faire une observation, peut-être très complémentaire, dans la marge. Cela concerne surtout le sport, plutôt que des détails précis du projet de loi. Le sport apporte une merveilleuse dimension culturelle, athlétique et sanitaire dans nos vies. Une de mes préoccupations, par rapport à ce qui est arrivé récemment, est que je commence à avoir l'impression que le sport est devenu un simple instrument et une excuse pour parier et jouer. Si nous nous sommes enfoncés si loin que cela, et que c'est devenu une réalité, alors c'est une grande perte pour notre société, et je pense que nous devons faire plus attention pour gérer ce qui est vraiment un emblème culturel. Je ne le dis pas seulement parce que la sénatrice McBean est parmi nous, mais parce que beaucoup d'entre nous aiment le sport et veulent que ce soit... Je ne dis pas qu'il faudrait que ce soit propre, etc. Il le faudrait, et cela vaut pour tout le reste, mais il s'agit d'une dimension qui a de la valeur dans notre société. Alors, quand il y a une quantité astronomique de publicités et de paris sur les événements sportifs, le résultat est que les événements sportifs deviennent la marge, et les paris, l'événement principal. Ce devrait être le contraire. Merci.

La sénatrice M. Deacon : Nos valeurs, nos rôles et le pouvoir du sport devraient l'emporter sur tout le reste.

Le président : Nous avons dépassé l'heure, mais si vous me le permettez, j'aurais deux ou trois questions à poser rapidement, chers collègues. La discussion a à nouveau été tout à fait fascinante, ce matin. Il y a quelques années, j'ai voté sur un projet de loi sur le sport. J'ai l'impression d'être assis

My question is the following: Have there been any discussions in regard to this bill with the government? As we know, of course, in this place, as much as legislation can be well-intentioned, I draw your attention to Bill S-203 — which we passed more than a year ago — to create a national framework for autism with unanimous support in the Senate and unanimous support in the House; 15 months later, we are still waiting with disappointment. Have there been discussions to see how much of an openness there is on the part of the government for this?

The second question I have is: I look at sports. I'm a sports fan like everybody else. Once upon a time, the sports industry was so dependent on advertising. Now it's not dependent. It's exclusively dependent on advertising and broadcasting. My question is: Can professional sport survive without these bets? Because when I watch a football, hockey or basketball game, it seems like 95% of the ads are sports betting ads. Gone are the cigarettes, gone are the beers, gone are the retailers that used to rely on these platforms. Those are the two questions.

Senator M. Deacon: Thank you for the questions. They are excellent questions. The consultation, the conversations with the federal government level, absolutely. I would say if I had to classify them, I would call them more informal than formal. But there are meetings which have taken place with both what I call heritage and sport, understanding the why of what we are doing, creating the interest, the understanding, the support. And at this moment, as a result of a number of meetings and communications, and also at the staff-to-staff level, we are being, the term was, “supported and monitored as this goes through the Senate,” because the question has come back in some settings on the role right now in sport.

Did you want to add anything to that?

Senator Cotter: Two points. One is: You are right that I think this has become a significant revenue generator for the sports industry. Three or four years ago, it wasn't, and as far as I know, with the exception of the struggles of the Montreal Canadiens, the teams were doing fine.

Secondly, there is a historical parallel, which is tobacco. You might recall that eventually advertising, particularly in relation to sports venues and tobacco, was abandoned. You might remember the Canadian Women's Open used to be sponsored by one of the tobacco companies. They couldn't do that any more. Formula 1 carried on and as far as I know they are still prospering.

entre deux chaises, présentement, parce que je ne sais plus si j'ai pris la bonne décision.

Voici ma question : avez-vous discuté de ce projet de loi avec le gouvernement? Nous savons bien, ici, que, même lorsqu'un projet de loi est rempli de bonnes intentions... Je vous donne l'exemple du projet de loi S-203, adopté il y a plus d'un an, qui visait à créer un cadre national sur l'autisme. Il avait reçu le soutien unanime du Sénat et le soutien unanime de la Chambre; eh bien, 15 mois plus tard, nous sommes déçus et attendons toujours. Y a-t-il eu des discussions, afin de jauger à quel point le gouvernement était ouvert à cette idée?

Voici ma deuxième question : j'écoute le sport. Je suis fan de sport, comme tout le monde. Il fut une époque où l'industrie sportive dépendait beaucoup de la publicité. Aujourd'hui, ce n'est plus vrai; plutôt, il est exclusivement dépendant de la publicité et de la diffusion. Voici ma question : les sports professionnels peuvent-ils survivre sans ces paris? Je dis cela parce que, quand j'écoute le football, le hockey ou le basket-ball, j'ai l'impression que 95 % des publicités parlent de paris sportifs. Avant, la cigarette, la bière et les détaillants dépendaient de ces plateformes, mais ils ont disparu. Voilà les deux questions que je vous pose.

La sénatrice M. Deacon : Merci de vos questions. Ce sont d'excellentes questions. Il y a évidemment eu des consultations, des discussions avec le gouvernement fédéral. Si j'avais à les qualifier, je dirais qu'elles étaient plus informelles qu'officielles, mais il y a tout de même eu des réunions avec ce que j'appellerais le patrimoine et le sport, visant à comprendre le pourquoi et le comment, à générer de l'intérêt, de la compréhension et du soutien. Présentement, après un certain nombre de réunions et d'échanges, y compris des réunions entre les membres du personnel, nous sommes, comme le dit l'expression, « appuyés et surveillés durant l'étude sénatoriale », parce que la question a été soulevée dans certains contextes, à propos du rôle que cela remplit dans le sport, présentement.

Voulez-vous ajouter quelque chose?

Le sénateur Cotter : Deux choses. Premièrement, vous avez raison de dire que les paris sportifs sont devenus une importante vache à lait pour l'industrie sportive. Il y a trois ou quatre ans, ce n'était pas le cas, et à ma connaissance, à l'exception des Canadiens de Montréal qui sont en difficulté, les équipes s'en sortaient bien.

Deuxièmement, il y a un parallèle historique à faire avec le tabac. Vous vous rappelez peut-être du moment où on a abandonné la publicité en lien avec les événements sportifs et le tabac, tout particulièrement. Vous vous rappelez peut-être qu'il fut un temps où une entreprise de tabac commanditait l'Omniium féminin du Canada. Ce serait impossible, de nos jours. Pourtant, les courses de Formule 1 ont continué, et à ma connaissance, elles prospèrent toujours.

It seems to me it is a legitimate concern with respect to the industry. I don't know enough about advertising. My major in business school was marketing. I'm probably the worst in the world who ever graduated. But I think on this question, it's a bit like pulling your hand out of a pail of water; it sort of fills in. In some ways, I think that will happen. There will likely be a period of time when there is transition where it produces reductions in revenue for the industry, but I don't think the industry will be jeopardized by it.

Senator M. Deacon: Following up, back to the government consultation piece, a little bit of a thought on that is that, as I said, it has been referenced, it's being monitored. One of my concerns is the existence of this bill and moving this bill along might be delaying doing something, which is why I'm hopeful we can move the bill along and get it passed soon so we don't have government delays at the other end.

Our world of professional sport and our world of advertising — somebody mentioned it earlier today — the work we have feels uphill at times. But the comments you made about the real sense of advertising every time you turn on a game, this is where we have to start — not start. This is where we have to continue to do our work so that it doesn't become the main focus or continue to be the main focus.

It is this young group that is the place we are trying to focus on. The kinds of things we are doing we are hopeful. Things like the 15 minutes before and 15 minutes after where there is no advertising 15 minutes before a game; there is no advertising until 15 minutes after a game. Some of these increments and some of the things we would be suggesting are to get at the heart of what you are talking about, Senator Housakos.

The Chair: Thank you, Senator Deacon and Senator Cotter, for being with us today and for being so generous with your time and your answers. I thought that was a great exchange.

Honourable senators, for our second panel this morning, we welcome officials from Canadian Heritage. We have with us Amy Awad, Director General, Digital and Creative Marketplace Frameworks; and Jaimie Earley, Deputy Director General, Sport Canada. Welcome and thank you for joining us. You will have five minutes for opening remarks. I believe Ms. Awad will be making the remarks. Then we will go to questions and answers.

J'ai l'impression qu'il s'agit d'une préoccupation légitime de la part de l'industrie. Je n'en sais pas assez sur la publicité, même si ma majeure à l'école de commerce était en marketing. Je suis probablement le pire diplômé au monde. Malgré tout, à ce chapitre, même si vous retirez votre main du baril, l'eau prendra sa place. Je pense que c'est ce qui arrivera, d'une façon ou d'une autre. Il y aura probablement une certaine période de transition où les revenus de l'industrie diminueront, mais je ne pense pas que l'industrie est pour autant menacée.

La sénatrice M. Deacon : Pour revenir à la question sur les consultations avec le gouvernement, si je peux faire un bref commentaire là-dessus, comme je l'ai dit, le projet de loi a été renvoyé et est surveillé. Une chose qui me préoccupe, par rapport à ce projet de loi, c'est que quelque chose retarde le processus, parce que j'espère que nous pourrions terminer l'étude du projet de loi et le faire adopter rapidement, afin que le gouvernement ne se traîne pas les pieds de son côté.

Dans le monde du sport professionnel et de la publicité — comme quelqu'un l'a déjà dit aujourd'hui —, on a parfois l'impression que le travail est surhumain. Mais vous l'avez dit, on a vraiment l'impression que la publicité prend toute la place chaque fois qu'on regarde une partie, et nous devons commencer à partir de là... Non, pas commencer, nous devons poursuivre notre travail afin que la publicité n'ai pas toute la place ou cesse de prendre toute la place.

Nous voulons surtout nous concentrer sur le groupe des jeunes. Ce que nous faisons donne espoir : par exemple, les 15 minutes avant et les 15 minutes après, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de publicités 15 minutes avant un match et pas de publicité 15 minutes après un match. Certaines de ces mesures progressives et les autres choses que nous proposons ont pour but de nous attaquer au cœur du problème, sénateur Housakos.

Le président : Merci, sénatrice Deacon et sénateur Cotter, d'avoir été des nôtres aujourd'hui et d'avoir été très généreux avec votre temps et dans vos réponses. Je pense que nous avons eu une discussion très productive.

Honorables sénateurs, pour la deuxième heure de notre réunion, nous accueillons les représentants de Patrimoine canadien. Nous accueillons Mme Amy Awad, directrice générale, Cadres de politiques pour les marchés numériques et créatifs; et Mme Jaimie Earley, directrice générale associée, Sport Canada. Bienvenue, et merci d'être avec nous. Vous aurez cinq minutes pour présenter votre déclaration préliminaire. Je crois que Mme Awad présentera la déclaration. Ensuite, nous passerons à la période de questions.

[Translation]

Amy Awad, Director General, Digital and Creative Marketplace Frameworks, Canadian Heritage: Good morning. I would like to thank the chair and the members of the committee for the invitation to discuss Bill S-269, which proposes to create a national framework on advertising for sports betting. The framework would include measures related to advertising for sports betting, measures to promote information sharing related to the prevention and diagnosis of minors involved in harmful gambling activities, and measures to support persons who are impacted by it.

The framework also sets out national standards for the prevention and diagnosis of harmful gambling and addiction, and for support measures for persons who are impacted by it. The bill also requires the CRTC to conduct a review of the adequacy of its regulations and policies in addressing these issues and to report on its findings.

[English]

Like you, we have heard concerns from both organizations and individual Canadians about the prevalence of sports betting advertisements across Canada, including about the impact of gambling ads on children, young people and vulnerable groups, such as those recovering from addiction.

Canadian Heritage's mandate includes public policy related to broadcasting and sport. The framework proposed in Bill S-269 engages health concerns linked to problem gambling, the integrity of sporting events and the regulation of advertising, including, but not limited to, broadcast advertising.

[Translation]

The Broadcasting Act is within the mandate of the Department of Canadian Heritage, and the regulation of broadcasting activity is undertaken by the CRTC. The CRTC is an independent regulator for the Canadian broadcasting system that operates at arm's length from the government. The Broadcasting Act is a key element of Canada's cultural policy that helps to ensure the creation and promotion of Canadian music and stories. The act grants the CRTC the authority to make regulations respecting the character of advertising and the amount of broadcasting time that may be devoted to advertising.

[Français]

Amy Awad, directrice générale, Cadres de politiques pour les marchés numériques et créatifs, Patrimoine canadien : Bonjour. Je tiens à remercier le président et les membres du comité de m'avoir invitée à discuter du projet de loi S-269, qui vise à créer un nouveau cadre national sur la publicité sur les paris sportifs. Le cadre comprendrait des mesures relatives à la publicité sur les paris sportifs, des mesures visant à promouvoir l'échange d'informations relatives à la prévention et au diagnostic des mineurs impliqués dans des jeux de hasard pouvant être nuisibles et des mesures de soutien pour les personnes qui en subissent les conséquences.

En outre, le cadre établirait des normes nationales pour la prévention et le diagnostic du jeu pathologique et de la dépendance au jeu, ainsi que des mesures de soutien pour les personnes qui en subissent les conséquences. Le projet de loi prévoit également que le CRTC procède à un examen de l'adéquation de ses règlements et de ses politiques à ces questions et qu'il rende compte de ses conclusions.

[Traduction]

Comme vous, nous avons entendu les préoccupations d'organisations et de Canadiens au sujet de la fréquence des publicités sur les paris sportifs au Canada, au sujet des conséquences de ces publicités sur les enfants, les jeunes et les groupes vulnérables comme les joueurs compulsifs en voie de rétablissement.

Le mandat de Patrimoine canadien touche aux politiques publiques liées à la radiodiffusion et au sport. Le cadre proposé dans le projet de loi S-269 vise les problèmes de santé liés au jeu excessif, l'intégrité des événements sportifs et la réglementation de la publicité, y compris, sans s'y limiter, la publicité radiodiffusée.

[Français]

La Loi sur la radiodiffusion relève du mandat de Patrimoine canadien et la réglementation des activités de radiodiffusion est assurée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Le CRTC est un régulateur indépendant du système de radiodiffusion canadien qui fonctionne sans lien de dépendance avec le gouvernement. La Loi sur la radiodiffusion est un élément clé de la politique culturelle du Canada qui contribue à assurer la création et la promotion de la musique et des histoires canadiennes. La loi confère au CRTC le pouvoir d'établir des règlements sur la nature de la publicité et sur le temps d'antenne qui peut y être consacré.

[English]

Advertising takes many forms, including broadcast advertising, online advertising and advertising in public spaces and on sports jerseys and venues. The regulation of broadcast advertising itself also takes many forms, depending on the product being advertised, with most regulations working independently from one another. The CRTC has the power to regulate ads that are broadcast to Canadians on traditional television and now on some streaming platforms.

In some cases, advertising associations have developed voluntary industry codes, and in other cases, such as in the case of advertising to children, the CRTC enforces jointly developed codes through conditions of service. Ads involving tobacco and certain types of medications are subject to Health Canada regulations. Provinces are also involved in regulating advertising, in particular with respect to gambling.

Amateur sport at the national level also falls within the mandate of Canadian Heritage. I am joined today by my colleague Jaimie Earley from Sport Canada. Sport unites us and helps foster a shared Canadian identity that encompasses our tradition of excellence and fair play across a variety of sporting and athletic competitions. The department strives to maintain this competitive spirit by protecting the integrity of Canadian sports.

[Translation]

Finally, provinces are currently responsible for the regulation and oversight of gambling activities, including single-game sports betting, through provincial lottery corporations. These corporations have raised concerns about the proliferation of illegal and grey market gambling operations.

[English]

Overall, sports betting and the related advertising is a complex issue that engages many parts and levels of government as well as public policy concerns, including mental health impacts, socio-economic impacts and the disproportionate impacts on specific segments of the population.

I am happy to delve deeper into these issues as they intersect with the mandate of Canadian Heritage, and my colleague and I welcome your questions. Thank you.

The Chair: Thank you very much. We'll launch our questions and answers with the deputy chair, Senator Simons.

[Traduction]

La publicité prend de nombreuses formes, notamment la publicité radiodiffusée, la publicité en ligne, la publicité dans les espaces publics et la publicité sur les maillots de sport et dans les installations sportives. La réglementation de la publicité radiodiffusée prend aussi de nombreuses formes, en fonction du produit faisant l'objet de la publicité, et la plupart des réglementations sont indépendantes les unes des autres. Le CRTC est habilité à réglementer la publicité diffusée aux Canadiens sur les chaînes de télévision traditionnelles et sur certaines plateformes de diffusion en continu.

Dans certains cas, des associations ont élaboré des codes volontaires pour l'industrie. Dans d'autres cas, comme celui de la publicité destinée aux enfants, le CRTC applique les codes élaborés conjointement, dans ses conditions de service. Les publicités sur le tabac et les médicaments relèvent de la réglementation de Santé Canada. En ce qui concerne plus particulièrement les jeux de hasard, les provinces réglementent la publicité.

Le sport amateur, au niveau national, relève également du mandat de Patrimoine canadien. Je suis accompagné aujourd'hui par ma collègue de Sport Canada, Mme Jaimie Earley. Le sport nous unit et contribue à favoriser une identité canadienne commune, qui englobe notre tradition d'excellence et l'esprit sportif dans une variété de compétitions sportives et athlétiques. Notre ministère s'efforce de maintenir cet esprit de compétition en protégeant l'intégrité des sports canadiens.

[Français]

Enfin, les provinces sont actuellement responsables de la réglementation et de la surveillance des activités de jeux de hasard, y compris les paris sportifs à jeu unique, par l'intermédiaire des sociétés provinciales de loterie. Ces sociétés ont suscité des inquiétudes quant à la prolifération des opérations de jeu illégales et du marché gris.

[Traduction]

De manière générale, les paris sportifs et la publicité qui s'y rapporte constituent une question complexe, qui fait intervenir de nombreuses parties et de nombreux paliers de gouvernements, en plus de soulever des préoccupations de politiques publiques, notamment les effets sur la santé mentale, les effets socioéconomiques et les effets disproportionnés sur des segments spécifiques de la population.

Je me ferai un plaisir d'approfondir ces questions dans le cadre du mandat de Patrimoine canadien, et ma collègue et moi-même répondrons volontiers à vos questions. Merci.

Le président : Merci beaucoup. Nous allons commencer la période de questions par notre vice-présidente, la sénatrice Simons.

Senator Simons: At the end of the last session, Senator Housakos raised an issue that I think is the elephant in the room. In the last 20 years, viewership of professional sports on television has been in sharp decline, not just in Canada but also in the United States where NFL numbers have been declining, and in Canada, CFL numbers have been declining catastrophically. People are not only not watching but also not going to the games.

At the same time, we saw a sharp reduction in youth betting to the point in Alberta where they had a campaign to encourage more young people to buy lottery tickets. People were not gambling.

With the passage of Bill C-218, we have solved both problems. Viewership of professional sports is up — not in spite of the advertising but because of it. Young people are watching more sports because they can bet. Betting has made it more interesting like interactive video games. At the same time, a whole new generation of people are gambling when they were not buying lottery tickets and not interested in those traditional games of chance.

Having unleashed this genie from the bottle, how would this framework solve anything?

Ms. Awad: Thank you very much for the question, Senator Simons. There are a couple of things to consider. The framework presents a way of tackling some of the elements of the problem that you have presented. It will not, for example, address the decline in interest in sports directly. It won't even address the knock-on effects for broadcasters that benefit from it via their advertising revenue. Those challenges will continue regardless.

In terms of trying to address the concern related to advertising leading to additional gambling, I think this is what the framework addresses directly. There's no reason to believe that having governments turn their attention to the issue to try to minimize its impact would not be successful at some level.

Senator Simons: [Technical difficulties] in proposed section 3(d) — this is a question I meant to ask our senators and I ran out of time — it says that consultation must happen with Indigenous communities and organizations with predominantly Indigenous leadership. It seems to me peculiar wording because we have a template for when we mention Indigenous groups. I don't know what "Indigenous communities" are and I don't know what "organizations with predominantly Indigenous leadership" are.

La sénatrice Simons : Vers la fin de notre heure précédente, le sénateur Housakos a soulevé une question qui, je crois, représente bien l'éléphant dans la pièce. Au cours des 20 dernières années, l'auditoire des sports professionnels à la télévision a fortement diminué, pas seulement au Canada, mais aussi aux États-Unis, où le nombre de téléspectateurs de la Ligne nationale de football continue de diminuer. Au Canada, le nombre de spectateurs de la Ligue canadienne de football a chuté de façon catastrophique. Les gens ne regardent plus le sport, et ils ne vont pas non plus y assister en personne.

Parallèlement, nous avons constaté une forte réduction des paris chez les jeunes, à un point tel que l'Alberta a lancé une campagne pour encourager plus de jeunes à acheter des billets de loterie. Les gens ne jouaient plus aux jeux de hasard.

L'adoption du projet de loi C-218 a permis de résoudre ces deux problèmes. L'auditoire des sports professionnels est reparti à la hausse, pas malgré la publicité, mais bien grâce à la publicité. Les jeunes regardent davantage les événements sportifs, parce qu'ils peuvent parier. Les paris ont rendu le sport plus intéressant, au même titre que les jeux vidéo interactifs. En même temps, une toute nouvelle génération de gens se livrent aux jeux de hasard, une génération qui n'achetait pas de billets de loterie, parce qu'elle ne s'intéressait pas à ces jeux de hasard conventionnels.

Maintenant que le génie est sorti de la bouteille, comment ce cadre est-il censé arranger quoi que ce soit?

Mme Awad : Merci beaucoup de la question, sénatrice Simons. Il y a deux ou trois facteurs à prendre en considération. Le cadre présente une façon d'atténuer certains éléments du problème que vous avez présentés. Le cadre, entre autres, ne vise pas la baisse d'intérêt envers les sports directement. Il ne vise pas non plus les répercussions pour les radiodiffuseurs qui tirent un revenu publicitaire des événements sportifs. Ces défis continueront, quoi que nous fassions.

En ce qui concerne la préoccupation quant au fait que la publicité peut encourager les jeux d'argent, c'est justement ce que vise le cadre directement. Il n'y a aucune raison de croire que, si les gouvernements y accordent de l'attention et essaient de réduire au minimum les conséquences, cela ne donnerait pas des résultats, dans une certaine mesure.

La sénatrice Simons : [Difficultés techniques] à l'alinéa 3d) qui est proposé — et je voulais poser cette question aux sénateurs, mais j'ai manqué de temps —, il est indiqué que des consultations doivent être menées auprès des communautés autochtones et des organisations principalement dirigées par des Autochtones. Je trouve cette formulation particulière, car nous avons un modèle à suivre lorsqu'il est question de groupes autochtones. Je ne sais pas ce que sont des « communautés autochtones », et je ne sais pas non plus ce que sont des « organisations principalement dirigées par des Autochtones ».

Do you have a sense of what is meant by that? Would it be preferable to revert to the boilerplate language we use that enumerates First Nations, Inuit and Métis, the language that is always repeated?

Ms. Awad: As a starting point, I don't know exactly what was intended here. Sometimes we talk about consultations with different groups of Indigenous people and we make reference to national Indigenous organizations or their representatives. This is not exactly following that language.

In any event, given the passage of the United Nations Declaration on Indigenous Peoples Act, there would be an obligation to consult to the extent that this impacts Indigenous groups. That would exist regardless of whether it exists in this legislation. It may be trying to capture the element of local gaming activities that individual Indigenous communities may be engaged in or running outside the purview of their national organizations or leadership. It might be hinting at the fact that you want your consultations to go beyond just the consultations with the official representatives of rights holders for Indigenous groups.

Senator Simons: In clause 4(1), the bill requires the minister to prepare a report setting out the national framework and a strategy for implementing the national framework. Would that require further legislative action on the part of the government or could that be done under the umbrella of this bill?

Ms. Awad: I think that preparing a national framework probably doesn't require any bill so it could be done based on this impetus or on the government's own policy initiative. The elements of the framework, however, could include legislative elements that would require work. Based on the discussion in the previous session, my understanding is a lot of the work on this national framework will be to bring provinces together so that they can agree on the actions each province will take. That signals to me that some of the legislative work would be at the provincial level.

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Welcome to the committee. I'd like to know something, Ms. Awad. What is Canadian Heritage doing? The committee has heard about how problematic this kind of betting can be, not to mention the extremely widespread advertising around it.

Other countries have passed legislation on this. What is Canadian Heritage doing? When you say that this bill can make a difference, I understand that, but what are you doing about the problem? What is the government doing?

Avez-vous une idée de ce que cela veut dire? Serait-il préférable de revenir à la formulation traditionnelle, qui énumère les Premières Nations, les Inuits et les Métis, le genre de formulation qui est toujours utilisée?

Mme Awad : D'emblée, je ne sais pas exactement quelle était l'intention, ici. Parfois, nous parlons de consultations avec divers groupes autochtones, et nous parlons d'organisations autochtones nationales ou de leurs représentants. Ce n'est pas tout à fait ce qui est écrit, ici.

Quoi qu'il en soit, depuis l'adoption de la Loi sur la Déclaration des Nations unies sur les droits des peuples autochtones, il serait obligatoire de mener des consultations, dans la mesure où cela concerne les groupes autochtones. Il y aurait cette obligation indépendamment de ce qui se trouve dans le projet de loi. Peut-être que cette disposition a pour but de viser les communautés autochtones individuelles qui se livrent à des activités de jeux de hasard locales ou en dehors de la juridiction de leurs organisations nationales ou de leurs chefs. Peut-être que cela laisse entendre que vous voulez aller plus loin, dans vos consultations, que les représentants officiels des titulaires des droits des groupes autochtones.

La sénatrice Simons : Au paragraphe 4(1), le projet de loi exige que le ministre établisse un rapport qui énonce le cadre national visant à réglementer la publicité sur les tarifs sportifs ainsi que la stratégie relative à la mise en œuvre. Cela veut-il dire que le gouvernement devra prendre d'autres mesures législatives, ou cela peut-il être fait dans le cadre de ce projet de loi-ci?

Mme Awad : Je ne pense pas qu'un projet de loi soit nécessaire pour établir un cadre national, alors tout cela pourrait être fait dans la foulée du projet de loi, ou de la propre initiative politique du gouvernement. Les éléments du cadre, cependant, pourraient comprendre des éléments législatifs sur lesquels il faudrait travailler. D'après les discussions lors de la dernière heure, je crois comprendre qu'une grande partie du travail sur le cadre national consistera à réunir les provinces afin qu'elles conviennent des mesures que chacune doit prendre. Cela me porte à croire qu'une partie du travail législatif sera faite à l'échelon provincial.

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Bienvenue à ce comité. Je veux savoir ceci, madame Awad : que fait Patrimoine canadien? On nous a parlé ici de l'étendue du problème que ce genre de pari et les publicités incroyablement répandues sur ces paris peuvent créer.

Il y a d'autres pays qui ont légiféré. Que fait Patrimoine canadien? Je comprends quand vous dites que ce projet de loi peut accomplir quelque chose, mais que faites-vous pour régler ce problème? Que fait le gouvernement?

Ms. Awad: I will answer first, and, then, I'll ask my colleague to provide more information. From the broadcasting policy standpoint, all we're doing right now is exploring the problem. Neither the Minister of Canadian Heritage nor the government has taken concrete measures to address the problems raised in the bill. That may not be the case from a sports standpoint. I'll let my colleague speak to that.

Jaimie Earley, Deputy Director General, Sport Canada, Canadian Heritage: I'm going to answer in English, if that's okay.

[English]

The Government of Canada, through Sport Canada, is working closely with the Canadian Centre for Ethics in Sport, or CCES. On an angle slightly different than looking at the area relating to the banning of advertisement, one of the things that is preoccupying us is the downstream impacts on athletes that could be potentially subject to competition manipulation or to match fixing because of the proliferation of advertisement in our everyday life. Currently, the Canadian Centre for Ethics in Sport is running a consultation with different sport organizations in Canada to look at the potential to create a program specifically related to competition manipulation that all our different national sport organizations who are funded by the federal government could become partners to.

Senator Miville-Dechêne: Why not also take care of the children who are exposed to this? I find it incredibly surprising. Yes, athletes are an important part. I understand that, but what about these children who are bombarded with these advertisements? Isn't it your responsibility to do something about that?

Ms. Awad: I think this speaks to the fact that this problem spans across multiple departments and multiple levels of government. This does not take away from the importance of the issue. However, Canadian Heritage's tool kit is limited to an indirect connection to the CRTC and setting broadcast policy.

Senator Miville-Dechêne: You said the CRTC has the power to intervene in some streaming services. You were quite prudent on that. Can the CRTC intervene in such a problem from what you understand, specifically this question of ads?

Ms. Awad: The CRTC has the power within the Broadcasting Act that allows it to speak to the length and character of advertising. As we heard earlier, they have a children's code in place.

Senator Miville-Dechêne: On the internet too?

Mme Awad : Je vais répondre à la question en partie et je vais demander à ma collègue de continuer. Du point de vue de la politique sur la radiodiffusion, on ne fait qu'explorer le problème en ce moment; il n'y a pas de mesures concrètes qui ont été prises par le ministre du Patrimoine canadien ou le gouvernement pour régler les problèmes soulevés par ce projet de loi en ce moment. En ce qui concerne le sport, peut-être qu'il y aura une réponse différente.

Jaimie Earley, directrice générale associée, Sport Canada, Patrimoine canadien : Je vais vous répondre en anglais, si vous me le permettez.

[Traduction]

Le gouvernement du Canada, par l'intermédiaire de Sport Canada, travaille en étroite collaboration avec le Centre canadien pour l'éthique dans le sport, le CCES. Même si cela se détourne légèrement du thème de l'interdiction de la publicité, nous nous préoccupons entre autres des conséquences en aval sur les athlètes, par exemple la manipulation des compétitions ou le trucage de matchs à cause de la prolifération de la publicité dans votre quotidien. Présentement, le CCES mène des consultations avec diverses organisations sportives au Canada afin d'examiner potentiellement la création d'un programme ciblant spécifiquement la manipulation des compétitions, et toutes nos diverses organisations sportives nationales qui reçoivent du financement du gouvernement fédéral pourraient devenir des partenaires dans le cadre de ce programme.

La sénatrice Miville-Dechêne : Mais pourquoi ne pas se soucier aussi des enfants qui y sont exposés? Je trouve cela très surprenant. Effectivement, les athlètes ont une importance, je le comprends, mais qu'en est-il des enfants qui sont bombardés par ces publicités? N'est-ce pas votre responsabilité d'intervenir pour eux?

Mme Awad : Je pense que cela montre bien le fait qu'il s'agit d'un problème qui relève de plusieurs ministères et de multiples ordres de gouvernement. Cela n'enlève rien à son importance, mais le fait est que les outils de Patrimoine canadien sont limités; nous n'avons qu'un lien indirect avec le CRTC et l'établissement de la politique en matière de radiodiffusion.

La sénatrice Miville-Dechêne : Vous avez dit que le CRTC avait l'autorité d'intervenir à l'égard de certains services de diffusion en continu. Vous avez été très prudente dans votre déclaration. Le CRTC peut-il intervenir à l'égard d'un tel problème, à votre connaissance, précisément en ce qui concerne la publicité?

Mme Awad : Le CRTC est habilité par la Loi sur la radiodiffusion à se prononcer sur la nature de la publicité et le temps d'antenne qui peut lui être consacré. Comme mentionné plus tôt, il existe déjà un code des enfants.

La sénatrice Miville-Dechêne : Pour l'Internet, aussi?

Ms. Awad: With the passage of Bill C-11, they do now have the power for curated streaming services to have that type of intervention but the implementation process is staged. They haven't reached a point in the implementation where they have started to consider that issue. The power does exist, though.

Senator Miville-Dechêne: Okay. Thank you.

Senator M. Deacon: Thank you to our guests. I have followed the CCES work closely and I concur with my colleague that advertising is the big part of it that we need to address.

I'll ask Ms. Earley first. Both Ministers St-Onge and Qualtrough have referenced this bill in the media and in committee when asked what the government is doing. I made note that as a framework bill, this bill would force the government to do something that they can actually do on their own.

To your knowledge, has there been discussion between the federal and provincial governments on a way forward to see a national standard for sports betting advertising like we have done for alcohol, tobacco and cannabis?

Ms. Earley: Thank you for the question, Senator Deacon. We have been working interdepartmentally right now exploring the different aspects of this framework.

To my colleague's earlier point, there are other departments that would be implicated in this type of federal legislation. When you look at the importance of harm reduction, similar to what's in place for tobacco or for cannabis, those are our colleagues within the health portfolio at Health Canada as well as at the Public Health Agency, and then there's the whole aspect related to justice and related to our colleagues at Public Safety as well too.

In terms of the sport table, in terms of any kind of conversations — whether this has happened within the provincial or the territorial governments — our focus has been more, as I had earlier stated, related to the downstream impacts on potential competition manipulation. I'm not sure that the table of sport administrators that has the sport table within the P-T realm is really the table that would look at something legislative like this, to be banning advertisement, but it's something that we are all definitely preoccupied about with the impacts this has on youth.

Did you have anything else that you wanted to add?

Ms. Awad: Maybe I will just add that the concerns from stakeholders or the impetus for this private member's bill were also brought to Canadian Heritage, and so they would have

Mme Awad : Depuis l'adoption du projet de loi C-11, le CRTC est désormais habilité à intervenir de la sorte à l'égard des services de diffusion en continu, mais le processus de mise en œuvre se fera de manière échelonnée. Il n'a pas encore atteint l'étape de la mise en œuvre où il pourra se pencher sur la question. Il est cependant habilité à le faire.

La sénatrice Miville-Dechêne : D'accord, merci.

La sénatrice M. Deacon : Merci à nos invités. J'ai suivi de près le travail du CCES, et je suis d'accord avec ce que ma collègue a dit, que la publicité est un élément important, et que nous devons en discuter.

Je vais m'adresser à Mme Earley d'abord. Les ministres St-Onge et Qualtrough ont parlé de ce projet de loi dans les médias, et en comité, quand il leur a été demandé ce que fait le gouvernement. J'ai noté que, comme ce projet de loi établit un cadre, il obligerait le gouvernement à faire quelque chose qu'il pourrait autrement faire de sa propre initiative.

À votre connaissance, y a-t-il eu des discussions entre le gouvernement et les gouvernements provinciaux dans le but d'élaborer une norme nationale sur la publicité des paris sportifs, comme cela a été fait pour l'alcool, le tabac et le cannabis?

Mme Earley : Merci de votre question, sénatrice Deacon. Nous collaborons actuellement avec les autres ministères pour explorer les divers aspects du cadre.

Pour reprendre ce que ma collègue a dit plus tôt, ce projet de loi touche aussi d'autres ministères. Par exemple, en ce qui concerne l'importance de la réduction des méfaits, comme ce qui a été mis en place pour le tabac et le cannabis, cela concerne mes collègues du portefeuille de la santé à Santé Canada et aussi ceux de l'Agence de la santé publique. Ensuite, il y a tout ce qui touche la justice et qui concerne nos collègues de Sécurité publique aussi.

Pour ce qui est des discussions sur le sport, dans toutes les discussions — que ce soit celles menées par les gouvernements provinciaux et les gouvernements territoriaux —, nous avons surtout mis l'accent, comme je l'ai dit plus tôt, sur les conséquences en aval, en lien avec une éventuelle manipulation des compétitions. Je ne sais pas si la table des administrateurs sportifs, où se déroulent les discussions provinciales et territoriales sur le sport, est vraiment l'endroit où on examinerait un projet de loi comme celui-ci, pour interdire la publicité, mais c'est tout de même quelque chose qui nous préoccupe tous, manifestement, puisque cela a des conséquences sur nos jeunes.

Voudriez-vous ajouter quelque chose?

Mme Awad : J'ajouterais peut-être seulement que les préoccupations des parties prenantes ou l'intention qui sous-tend ce projet de loi d'initiative parlementaire ont aussi été présentées

precipitated examination of the underlying issue. So that examination is going on, but there's nothing more that I can say.

Senator M. Deacon: Is it urgent? Do you think that examination will convert to action from your department?

Ms. Awad: There are a lot of priorities at any one time, so it's difficult to assess where it would fall within the priorities. That might be a better question perhaps for the minister.

Senator M. Deacon: Thank you very much.

You did reference CRTC, Ms. Awad, and there's some concern, as heard, that maybe this isn't what the CRTC should be doing or looking after, that it should be left to the provinces to govern this advertising. I note, however, that the CRTC, as mentioned, has a code for broadcasting advertising of alcoholic beverages. Can you give an idea on how the CRTC arrived at this and how it works with the provinces?

Ms. Awad: The CRTC does have a jurisdiction to regulate advertising within the entities that it regulates, essentially the broadcasters, within the broadcasting sphere. It doesn't necessarily need to do so in collaboration with provinces or with other bodies that have jurisdiction over advertising. It is always very cautious in terms of its content regulation generally, and specifically the regulation of advertising. That's why a lot of advertising that appears in broadcast is subject to voluntary codes, from the Ad Standards Canada, for example, and the two exceptions for that — and we have touched on them a little bit — is the Children's Code and the code relating to advertising for alcohol. I don't have information right now on the genesis for the alcohol code, but that's information that I could provide to the committee if it's useful.

Senator M. Deacon: Thank you. If given a final minute, I would also like to follow up on what my colleague Senator Simons said, and that is that, yes, TV viewing in a general way is down; online viewing is up. Do you see, in your experience, that vice industries, like beer and alcohol and spirit companies, make online-specific ads that run afoul of perhaps traditional broadcast standards? Or are they using the exact same ads online as they would on traditional TV?

Ms. Awad: I'm not sure. I can't say that with confidence. It's not the exact same ads for sure, but I couldn't tell you how aligned they are. I think because of the targeting and so forth there will be differences. They will want to leverage the advantages of an online platform, which allows them to target the specific characteristics of the viewers, which they can't

à Patrimoine canadien, ce qui aurait donc accéléré l'examen des questions sous-jacentes. Donc, cet examen va bon train, mais je ne pourrais rien dire d'autre.

La sénatrice M. Deacon : Y a-t-il urgence? Croyez-vous qu'à la lumière de cet examen, le ministère prendra des mesures?

Mme Awad : Il y a beaucoup de priorités concurrentes, alors c'est difficile de savoir où cela s'inscrirait dans l'ordre des priorités. Ce serait peut-être préférable de poser la question à la ministre.

La sénatrice M. Deacon : Merci beaucoup.

Vous avez parlé du CRTC, madame Awad, et comme nous l'avons entendu, il y a certaines préoccupations quant au fait que le CRTC n'est peut-être pas la bonne organisation pour intervenir ou surveiller, et que la publicité devrait être laissée aux provinces. Je sais, cependant, que le CRTC, comme cela a été mentionné, a un code pour la radiodiffusion de publicités de boissons alcooliques. Pouvez-vous nous expliquer comment le CRTC a élaboré ce code et comment il fonctionne avec les provinces?

Mme Awad : Le CRTC a compétence pour régler la publicité des entités qu'elle réglemente, essentiellement les diffuseurs, dans la sphère de la radiodiffusion. Il n'a pas nécessairement besoin de le faire en collaboration avec les provinces ou avec les autres entités qui ont le pouvoir de réglementer la publicité. Il est toujours très prudent lorsqu'il réglemente du contenu, et surtout du contenu publicitaire. C'est pourquoi beaucoup de publicités diffusées pendant les émissions sont soumises à des codes volontaires établis par exemple par Normes de la publicité Canada, et les deux exceptions à cela — et nous en avons parlé un peu —, ce sont le code régissant la publicité destinée aux enfants et le code régissant la publicité sur l'alcool. Présentement, je n'ai pas l'information au sujet du fondement du code relatif à l'alcool, mais c'est de l'information que je pourrais transmettre au comité, si c'est utile.

La sénatrice M. Deacon : Merci. Si on me donne une dernière minute, j'aimerais aussi revenir sur ce que disait ma collègue, la sénatrice Simons, à savoir que oui, en général, le visionnement de la télévision baisse beaucoup; le visionnement en ligne augmente. Compte tenu de votre expérience, avez-vous l'impression que les industries du vice, comme les industries de la bière, de l'alcool et des spiritueux, font de la publicité précise pour Internet en ne respectant peut-être pas les normes de la radiodiffusion traditionnelle? Utilisent-elles exactement les mêmes publicités en ligne qu'à la télé traditionnelle?

Mme Awad : Je ne suis pas certaine. Je ne peux pas répondre avec certitude. Il est certain que ce ne sont pas exactement les mêmes publicités, mais je ne pourrais pas vous dire à quel point elles sont conformes. Je pense qu'elles seront différentes en raison du public cible et ainsi de suite. Ces industries voudront tirer profit des avantages des plateformes en ligne, qui leur

completely do in a broadcast. I would imagine there will be some significant differences in their online ad portfolio.

Senator M. Deacon: Thank you.

Senator McBean: Thank you. I will start with Ms. Earley. I get that people think Sport Canada is podium to playground and it's actually really only about 5,000 athletes — is that right — who receive federal funding and live in federal camps? Is that right?

Ms. Earley: That is approximately the number of athletes who would receive funding through the Athlete Assistance Program, yes.

Senator McBean: Thank you. That was just for you guys.

Senator Miville-Dechêne: I love our athletes.

Senator McBean: Are there any restrictions or mention in the contract, the athlete assistance carding contract, that prohibits or restricts an athlete's participation in gaming or specifically advertising in that contract?

Ms. Earley: That's a really good question. In the Athlete Assistance Program contract, I would have to get back to you on that. My instinct is no, but I do know that national sport organizations work with the Canadian Olympic Committee that is subject to the IOC's code on competition manipulation, so as it relates to any athletes that would be participating at an Olympic Games. There might be another sort of venue or another vehicle for them to potentially have something like that in place, but it would be really a question for the Canadian Olympic Committee to respond to in that regard.

Senator McBean: The carding comes from Sport Canada, not the Canadian Olympic Committee.

Ms. Earley: Exactly, the carding for sure.

Senator McBean: I think in one of my earliest interactions with a politician — I was still an athlete — we talked about the difference of the speed of sport versus the speed of politics. I have to admit that I sometimes wonder which cache Sport Canada falls in on this chasing down, the trickle-down effects of competition manipulation and stuff like that when it could be coming in. I know there are always contracts, but maybe for further discussion somewhere, just putting it in the contract so we can at least control the celebrities of our Olympic team from participating in competition.

permettent de cibler des caractéristiques précises de l'auditoire, ce qu'ils ne peuvent pas pleinement faire avec la radiodiffusion traditionnelle. Je présume qu'il y aura des différences importantes dans leur portefeuille de publicités en ligne.

La sénatrice M. Deacon : Merci.

La sénatrice McBean : Merci. Je vais commencer par Mme Earley. Je comprends que les gens pensent que Sport Canada, c'est un podium pour des gens qui aiment jouer à des jeux et que, dans les faits, il y a seulement 5 000 athlètes — c'est bien cela — qui reçoivent du financement fédéral et vivent dans les camps du fédéral? C'est exact?

Mme Earley : C'est le nombre approximatif d'athlètes qui recevraient du financement du Programme d'aide aux athlètes, oui.

La sénatrice McBean : Merci. C'était pour vous.

La sénatrice Miville-Dechêne : J'adore nos athlètes.

La sénatrice McBean : Y a-t-il des restrictions ou des indications dans le contrat, dans le contrat de l'athlète breveté qui reçoit de l'aide, qui interdisent ou qui restreignent la participation d'un athlète aux jeux de hasard ou, plus précisément, à des publicités?

Mme Earley : C'est une bonne question. Pour ce qui est du contrat du Programme d'aide aux athlètes, je vais devoir vous revenir là-dessus. Mon instinct me dit que non, mais je sais que les organismes de sport nationaux travaillent avec le Comité olympique canadien, qui doit respecter le code du CIO sur la manipulation des compétitions, et cela concerne n'importe quel athlète qui participera à des Jeux olympiques. Il pourrait y avoir d'autres options ou d'autres moyens qui leur permettraient peut-être de mettre quelque chose de similaire en place, mais ce serait vraiment une question à poser au Comité olympique canadien.

La sénatrice McBean : Les brevets sont octroyés par Sport Canada, non pas par le Comité olympique canadien.

Mme Earley : Exactement, le brevet, certainement.

La sénatrice McBean : Je crois que lors de l'un de mes premiers échanges avec un politicien — j'étais encore une athlète —, nous avons parlé de la différence entre la vitesse dans le sport et la vitesse en politique. Je dois admettre que, parfois, je me demande où se situe Sport Canada dans cette chasse et je me demande à quel moment les répercussions de cette manipulation des compétitions et des choses comme cela se feront sentir. Je sais qu'il y a toujours des contrats, mais peut-être que, dans de futures conversations, on pourrait envisager de mettre cela dans les contrats pour pouvoir au moins contrôler les vedettes de notre équipe olympique, par rapport aux compétitions.

Ms. Awad, I heard when you were talking about it — and it's right where Senator Deacon was, about the code — I thought you said something along the lines that the tobacco and alcohol restrictions are a Health Canada restriction. Is that what you said? That's not a CRTC or Heritage?

Ms. Awad: That's true for tobacco. Tobacco has Health Canada regulations that are then implemented within the broadcasting system, and so the CRTC is complying with the law in terms of that. For alcohol, that's why I didn't answer completely because I think it has a slightly different genesis.

Senator McBean: That's exactly what I was thinking. Would you suggest or would you recommend that that is the better stream to get this sort of legislation applied, to make it a Health Canada restriction and get it somehow in the same health concern that the CRTC then doesn't have to become a censor?

Ms. Awad: From a simplicity and streamlining perspective, Health Canada regulations are preferable because they cover all the forms of advertising. The problem is that the mandate and jurisdiction of Health Canada relate sometimes to specific products. So for controlled substances or tobacco, it would have been possible for them to create regulations. It's less clear whether it would be possible in the context of a service like gambling.

Senator McBean: Thank you.

Senator Quinn: I hope that the speed of sport is more focused than the speed of political sport. Otherwise we're in trouble. But in any case, this is a question for both witnesses, and thanks for being here this morning.

Since we have seen more and more sport celebrities, as an example, advertising supporting the various gambling agencies and whatnot, do you have information that would indicate or statistics that show that it's causing an effect in the rise in gambling amongst any group, particularly children, if you have that?

Ms. Awad: There is a meta study that was conducted of other research in Western countries over the past 20 years, and it did show a correlation between exposure to gambling ads and gambling intentions. Obviously, it is not based on Canadian data because we haven't had the law for long enough here, but it looks at different jurisdictions in all the different studies. It seems there is a correlation.

Senator Quinn: In the last session with my senator colleagues, I asked about the appropriateness of CRTC undertaking the activities that the bill outlines in clause 6 and

Madame Awad, vous avez parlé de — comme la sénatrice Deacon, du code — et je pense que vous avez dit quelque chose concernant le fait que les restrictions liées au tabac et à l'alcool sont imposées par Santé Canada. Est-ce que c'est ce que vous avez dit? Ce n'est pas le CRTC ou Patrimoine canadien?

Mme Awad : Ce n'est pas vrai pour le tabac. Le tabac est soumis à la réglementation de Santé Canada, laquelle s'applique au réseau de la radiodiffusion, donc le CRTC respecte la loi à cet égard. Je n'ai pas complètement répondu à la question parce que je pense que c'est un peu différent pour l'alcool.

La sénatrice McBean : C'est exactement ce que je pensais. Diriez-vous que la meilleure voie à suivre pour faire appliquer ce genre de loi, c'est d'en faire une restriction imposée par Santé Canada et de l'inclure aux mêmes préoccupations en matière de santé pour que le CRTC n'ait pas à jouer le rôle du censeur?

Mme Awad : Pour une question de simplicité et de continuité, la réglementation de Santé Canada est préférable parce qu'elle couvre toutes les formes de publicités. Le problème, c'est que le mandat et la compétence de Santé Canada concernent parfois des produits précis. Donc, pour des substances réglementées ou le tabac, ce ministère aurait pu concevoir des règlements. Je ne suis pas certaine qu'il pourrait le faire pour un service comme les paris sportifs.

La sénatrice McBean : Merci.

Le sénateur Quinn : J'espère que la vitesse dans le sport a un objectif plus précis que la vitesse dans le sport politique. Autrement, on a un problème. Quoi qu'il en soit, ma question s'adresse aux deux témoins, que je remercie d'être présentes ce matin.

Comme nous voyons de plus en plus de vedettes du sport soutenir par exemple, dans une publicité, diverses entreprises de paris sportifs et tout le reste, avez-vous de l'information ou des statistiques qui montrent que cela entraîne une augmentation des jeux de hasard parmi un groupe quelconque, entre autres les enfants; en avez-vous?

Mme Awad : Une méta-étude sur les recherches effectuées dans des pays occidentaux au cours des 20 dernières années montre effectivement qu'il y a une corrélation entre l'exposition aux publicités sur les paris sportifs et les intentions de jouer. Évidemment, ce n'est pas fondé sur des données canadiennes, parce que la loi n'est pas en vigueur depuis assez longtemps ici, mais l'étude porte sur différents pays et de nombreuses études, et il semble y avoir une corrélation.

Le sénateur Quinn : Pendant la dernière séance avec mes collègues sénateurs, j'ai demandé s'il était approprié que le CRTC se charge des activités décrites à l'article 6 du projet de

that which they would do, or be accountable for. But in other clauses under the consultation area it talks about that horizontal consultation amongst various ministries, and in clause 5, the implementation report talks about five years after this comes into being that the minister — that is, the Minister of Heritage — has to table a report that includes an evaluation of their effectiveness in establishing standardized regulations and the effects of those measures and regulations on persons who are impacted by them.

Where I'm going with that is we're asking the CRTC to undertake an activity that's measuring effectiveness, and yet the minister will report on that over the five-year period. Why wouldn't we have the CRTC in that consultation paragraph so that they don't have the primary lead; that it's the minister who actually has the primary lead in consultation with the various ministries outlined, as well as the CRTC, rather than putting it over to the CRTC?

Ms. Awad: There are different ways of structuring it, and that could definitely make sense. My understanding of the bill is that the CRTC is being asked to look at its existing regulations and policies — so that would be part of an assessment process — and then report on its findings in terms of their adequacy. I agree that these things are all connected.

Senator Quinn: It's great that the CRTC would do what you just mentioned, but I come back to health indicators that seem to be the horizontal work that the minister needs to do. There's a case to be made that the CRTC should be in the consultation section rather than having clause 6, which identifies that responsibility for them.

We have done so much work, and I'm learning so much about the CRTC. I fear that it would get lost in the shuffle of all the new responsibilities they have, particularly as they deal with Bill C-11 and Bill C-18. I think that workload is quite significant. We've heard from them within the last three weeks, and they talked about workload and things of that nature and the shifting of resources to deal with other legislation that's just been passed. This is something that maybe we should think about.

Senator Cardozo: As I see the bill, there are two processes that would take place. One is that the CRTC would be doing its thing with regard to broadcasting on television and radio. That's outlined in clause 6. Canadian Heritage, or the government, would be undertaking consultation with various partners.

My question is with regard to the part that your department would do. Some of the stakeholders that have been mentioned seem to be people that you are accustomed to dealing with in clause 3(3)(c), as you are with governments in 3(3)(a).

loi et je voulais savoir de quoi il serait chargé et s'il devait rendre des comptes. Mais, dans d'autres articles dans la partie « Consultations », on parle de consultation horizontale entre divers ministères, et à l'article 5, on dit que, dans les cinq ans suivant le dépôt du rapport, le ministre, à savoir le ministre du Patrimoine canadien, doit déposer un rapport de mise en œuvre qui inclut une évaluation de l'efficacité du projet de loi pour l'établissement d'une réglementation uniforme et de l'effet de ces mesures et de ces règlements sur les personnes touchées.

Voici où je veux en venir. Nous demandons au CRTC de se charger de la mesure de l'efficacité, or le ministre déposera un rapport à cet égard après cinq ans. Pourquoi le CRTC ne figure-t-il pas dans le paragraphe « Consultations », sans être le responsable principal? Le ministre serait le responsable principal dans la consultation des divers ministères mentionnés, ainsi que du CRTC; ce n'est pas au CRTC de faire ce travail

Mme Awad : On peut structurer cela de différentes façons, et cela pourrait certainement avoir du sens. Voici ce que je comprends du projet de loi : on demande au CRTC d'examiner ses règlements et ses politiques existants — donc cela ferait partie d'un processus d'évaluation — et de présenter un rapport pour nous dire s'ils sont efficaces. Je suis d'accord pour dire que ces choses sont toutes interreliées.

Le sénateur Quinn : Ce serait génial que le CRTC fasse ce que vous venez de dire, mais je reviens aux indicateurs de la santé, qui semblent visés par le travail horizontal que le ministre doit faire. Il serait justifié que le CRTC figure dans la section « Consultations » plutôt qu'à l'article 6, où il est indiqué que cette responsabilité lui revient.

Nous avons fait beaucoup de travail, et j'apprends tant de choses au sujet du CRTC. Je crains que cela ne se perde dans toutes les nouvelles responsabilités qu'il a, surtout qu'il y a aussi les projets de loi C-11 et C-18. Je pense que la charge de travail est assez importante. Nous avons discuté avec le CRTC, ces trois dernières semaines, et on a parlé de la charge de travail, de choses comme cela, ainsi que du transfert des ressources découlant des autres projets de loi qui ont été adoptés. On devrait peut-être y réfléchir.

Le sénateur Cardozo : Voici comment je vois le projet de loi : il y aurait deux processus. Le CRTC s'occuperait des choses qui concernent la diffusion à la télévision et à la radio. C'est ce qui est indiqué à l'article 6. Patrimoine canadien, ou le gouvernement, se chargerait des consultations auprès de divers partenaires.

Ma question concerne ce que ferait votre ministère. Certaines des parties intéressées mentionnées semblent des gens avec qui vous avez l'habitude de traiter; je pense à l'alinéa 3(3)(c) et aux gouvernements mentionnés à l'alinéa 3(3)(a).

Are you beginning to think about that, or with this being a Senate public bill, you will wait to see what comes and then start planning?

Ms. Awad: I'll offer a couple of considerations around the process. The bill does specify the Minister of Canadian Heritage as the leader of the creation of the framework. As you study the bill, you may consider whether that's the best fit given that Canadian Heritage doesn't have many of the responsibilities. The responsibilities are related to the CRTC, which is a different section of the national framework.

There might be consideration for giving the government more flexibility in terms of how they lead this work — for example, allowing them to designate the minister. In that way, you might get the one that has the best fit in terms of the types of activities that need to be conducted in order to create the national framework.

In our preliminary work, thinking about the problem and thinking about this bill, we have started to work interdepartmentally. To my knowledge, we haven't yet had significant engagement with the provinces on this. It is still in the early stages.

Senator Cardozo: Who are the other ministers who could be the lead minister? Would it be the Minister of Sport and Physical Activity?

Ms. Awad: I think the idea was that perhaps the Privy Council Office would want flexibility in terms of designating or managing it themselves given that they do have a role with federal-provincial work, and the Department of Justice, obviously, has work related to the previous delegation of the authority on gambling regulators.

Senator Cardozo: The Minister of Sport and Physical Activity works within the Department of Canadian Heritage. Conceivably, the Minister of Canadian Heritage could designate the other minister. But you're saying it would be better in the interpretation section, under "Minister," to have something like "means the Minister of Canadian Heritage or other minister as designated by the government," wording like that?

Ms. Awad: Yes, exactly. I'm not sure that the Minister of Canadian Heritage could designate another minister. Even if both ministers are supported by the Department of Canadian Heritage, I don't think they can designate each other, to my knowledge.

Senator Cardozo: Thank you.

Avez-vous commencé à y réfléchir ou, puisque c'est un projet de loi d'intérêt public du Sénat, allez-vous attendre de voir ce qui va se passer avant de commencer à planifier?

Mme Awad : Voici deux ou trois choses à considérer dans le processus. Il est effectivement mentionné dans le projet de loi que le ministre du Patrimoine canadien est chargé de l'élaboration du cadre. Pendant que vous étudiez le projet de loi, vous pourriez vous demander si c'est vraiment adéquat, puisque Patrimoine canadien n'a pas beaucoup de responsabilités à cet égard. Les responsabilités concernent le CRTC, et c'est donc une autre partie du cadre national.

On pourrait envisager de donner plus de souplesse au gouvernement quant à la façon de diriger ce travail, par exemple, lui permettre de désigner le ministre. De cette façon, le ministre désigne celui qui serait le mieux placé compte tenu du genre d'activités à faire afin de créer le cadre national.

Dans notre travail préliminaire, nous avons réfléchi au problème et à ce projet de loi, et nous avons commencé à travailler avec les autres ministères. À ma connaissance, nous n'avons pas encore collaboré de façon importante avec les provinces à cet égard. Nous sommes encore au début du projet.

Le sénateur Cardozo : Quels autres ministres pourraient être responsables? Le ministre des Sports et de l'Activité physique, peut-être?

Mme Awad : Je crois qu'on se disait que le Bureau du Conseil privé voudrait avoir plus de flexibilité quant au choix du responsable ou qu'il envisagerait de gérer cela lui-même, puisqu'il a effectivement un rôle à jouer dans le travail fédéral-provincial, et le ministère de la Justice a évidemment du travail touchant l'ancien mode de délégation de pouvoirs sur les organismes de réglementation des jeux de hasard.

Le sénateur Cardozo : Le ministre des Sports et de l'Activité physique du Canada travaille au sein du ministère du Patrimoine canadien. Il est donc possible que le ministre du Patrimoine canadien désigne l'autre ministre. Mais vous dites qu'il serait préférable d'indiquer, sous la rubrique « Définitions », que « ministre » veut dire « Le ministre du Patrimoine canadien ou un autre ministre désigné par le gouvernement », quelque chose comme cela?

Mme Awad : Oui, exactement. Je ne suis pas sûre que le ministre du Patrimoine canadien puisse nommer un autre ministre. Même si les deux ministres ont l'appui du ministère du Patrimoine canadien, je ne pense pas qu'ils puissent se nommer l'un l'autre, pas à ma connaissance.

Le sénateur Cardozo : Merci.

The Chair: Thank you to our witnesses for being before the committee today.

Colleagues, we need to go in camera for some housekeeping business after we adjourn with our witnesses. Thank you for being with us this morning.

(The committee continued in camera.)

Le président : Merci à nos témoins d'être présentes ici aujourd'hui.

Chers collègues, nous devons passer à huis clos pour régler des questions d'ordre administratif après avoir remercié nos témoins. Merci d'être avec nous ce matin.

(La séance se poursuit à huis clos.)
