



Chambre des communes  
CANADA

# Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

---

INDU • NUMÉRO 011 • 2<sup>e</sup> SESSION • 39<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le mardi 11 décembre 2007**

—  
**Président**

**M. James Rajotte**

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

**<http://www.parl.gc.ca>**

## Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

Le mardi 11 décembre 2007

• (0905)

[Traduction]

**Le président (M. James Rajotte (Edmonton—Leduc, PCC)):** Cette séance est la onzième séance du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie. Conformément à l'ordre du jour, nous poursuivons notre étude de l'examen du secteur des services au Canada. Nous avons aujourd'hui quatre témoins.

Tout d'abord, de l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio, Richard Hardacre, président national.

C'est bien cela?

**M. Richard Hardacre (président national, Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA)):** C'est bien cela.

**Le président:** Deuxièmement, de la Canadian Booksellers Association, Susan Dayus, directrice générale.

**Mme Susan Dayus (directrice générale, Canadian Booksellers Association):** Exactement.

**Le président:** Bienvenue, madame Dayus.

Troisièmement, de Campus Stores Canada, Chris Tabor, membre du conseil. Bienvenue.

Enfin, du Design Exchange, Samantha Sannella, présidente et directrice générale.

Les exposés seront présentés selon cet ordre.

En principe, vous avez jusqu'à dix minutes, mais si vous pouvez être plus brefs, cela laissera aux députés plus du temps pour interagir avec vous tous.

Nous allons commencer par l'exposé de M. Hardacre.

**M. Richard Hardacre:** Merci, monsieur le président.

[Français]

Bonjour à tous les membres du comité. Je suis bien content d'être parmi vous aujourd'hui.

[Traduction]

Je m'appelle Richard Hardacre. Comme l'a dit le président, je suis un acteur — c'est ma profession — et, en homme de métier, je vais m'assurer de me faire entendre.

Je suis Canadien. Je suis le président élu de l'ACTRA, le syndicat défendant les intérêts des interprètes dans le cinéma, la télévision, les enregistrements sonores, la radio et les nouveaux médias. Nous comptons 21 000 membres qui vivent et travaillent un peu partout au pays. Nous sommes des artistes anglophones dont les interprétations distraient, instruisent et informent la population canadienne et les audiences internationales, grâce aux médias les plus puissants et les plus efficaces qui existent actuellement.

Permettez-moi de faire une ou deux remarques pour mettre les choses en contexte, monsieur le président.

L'art au Canada est un secteur d'affaires majeur. Selon Statistique Canada, en 2002, la contribution des industries culturelles au PIB du pays a été de 40 milliards de dollars; ces industries ont employé plus d'un demi million de personnes. La contribution du secteur culturel à l'économie canadienne se chiffrait à environ 3,8 p. 100 du PIB canadien en 2002.

L'industrie du cinéma se place en troisième position au sein du secteur culturel, en termes de PIB; elle représente 9 p. 100 de la contribution de la culture à l'économie. Selon *Profil 2007*, le secteur de production du cinéma et de la télévision avait en 2006 un chiffre d'affaires de 4,8 milliards de dollars et employé plus de 125 000 personnes.

Selon les statistiques du recensement fédéral de 2001, les artistes, dont le revenu moyen est de 23 500 dollars se placent dans le quart inférieur des rémunérations, quand on compare tous les groupes professionnels. Du nombre de professions, plus de 500, suivies par Statistique Canada, les trois-quarts ont des revenus moyens plus importants que ceux des artistes.

On peut aussi dire des artistes qu'ils ont souvent fait des études poussées, que la majorité d'entre eux travaillent à leur compte et pour cette raison ils n'ont pas accès à des soutiens gouvernementaux telle que l'assurance-emploi; ajoutons que dans le secteur culturel, les femmes prédominent.

Si vous le permettez, je vais parler de l'industrie cinématographique. Il y a trois gros centres de production de cinéma et de télévision au pays: Toronto, Vancouver et Montréal. Mais le cinéma et la télévision sont actifs partout au pays. ACTRA compte en fait neuf sections, de Terre-Neuve-et-Labrador jusqu'à la Colombie-Britannique. Plus de la moitié de nos membres se trouvent dans la région de Toronto, ce qui y explique la forte activité. Plus de 25 p. 100 de nos membres sont, d'autre part, dans la région de Vancouver. Mais nous nous déplaçons beaucoup, travaillant ici et là au pays, quand nous avons la chance de travailler. Cela vous donne une idée des endroits qui comptent le plus de membres.

Le cinéma et la télévision sont un secteur d'affaires qu'appuie le gouvernement fédéral de plusieurs façons, dont vous avez nul doute conscience. Il y a des crédits d'impôt qui encouragent la production: soit canadienne, par exemple pour un feuilleton comme *Corner Gas*; soit tournée au Canada mais provenant essentiellement de Hollywood, ce qu'on appelle les « services de production » ou la « production étrangère ». C'est l'une des façons dont le gouvernement fédéral appuie notre secteur.

Le financement des institutions culturelles telles que Téléfilm et CBC/Radio-Canada est également essentiel. Citons enfin la contribution du gouvernement au Fonds canadien de télévision, qui est primordiale pour lancer la production de programmation télévisée canadienne.

L'aide du gouvernement au secteur du cinéma et de la télévision est cruciale. Pourquoi? Parce que nous vivons près de la culture la plus envahissante et la plus persistante du monde, celle des États-Unis. Autrement dit, les fonds du gouvernement vont non seulement à des emplois de haute qualité dans un secteur de pointe; il constitue aussi un investissement dans notre souveraineté culturelle, dans notre identité nationale.

Notre secteur doit relever quatre défis essentiels: la crise des dramatiques télévisées canadiennes, la menace d'une plus grande mainmise étrangère sur nos télédiffuseurs, les répercussions de l'appréciation du dollar canadien et les préoccupations que suscitent les pratiques d'immigration de HRSDC dans le secteur du cinéma et de la télévision.

• (0910)

Je vais commencer par la crise des dramatiques canadiennes. Il est urgent de travailler plus sur la question du contenu canadien des productions. Depuis 1999, nous assistons à un déclin vertigineux du nombre de productions canadiennes. Pour des raisons culturelles et économiques, il est essentiel de pouvoir raconter des histoires canadiennes par le biais de la télévision qui est le média le plus puissant. Il faut que le gouvernement fédéral fasse usage de l'autorité que lui confère la Loi sur la radiodiffusion, pour engager le CRTC à imposer aux télédiffuseurs canadiens des exigences en matière de contenu et de dépenses; après tout, ils utilisent des ondes hertziennes publiques pour engranger d'importants bénéfices privés. Selon nous, il faut qu'ils remontent les manches et produisent plus de dramatiques à la télévision aux heures de grande écoute quand les Canadiens sont devant leur poste.

Deuxièmement, la propriété étrangère est un défi. La notion même d'une propriété étrangère dans notre secteur hérisse de nombreux Canadiens et Canadiennes. ACTRA sait que, par le passé, votre comité s'est prononcé en faveur d'un assouplissement des règles gouvernant la propriété étrangère de nos sociétés de média. Laissez-moi affirmer sans ambages, monsieur le président, membres du comité, qu'ACTRA est fortement et expressément opposée à l'assouplissement des règles régissant le contenu étranger et la propriété étrangère.

Aussi, dans un témoignage en novembre, nous avons vigoureusement exhorté le CRTC à refuser la prise de contrôle de Alliance Atlantis Communications par CanWest Global, parce que cette opération est financée à 64 p. 100 par la banque d'investissement américaine Goldman Sachs. L'ACTRA et d'autres ont fait valoir au CRTC que cette entente était contraire aux lois canadiennes, vu qu'elles donnaient à une banque américaine le contrôle d'un télédiffuseur canadien.

D'autre part, l'ACTRA a organisé un événement à Calgary, juste la semaine dernière, avec nos collègues, un ou deux autres syndicats, dont le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, ainsi qu'avec les Friends of Canadian Broadcasting. Nous avons lancé une campagne pour défendre notre message à nous en tant que Canadiens: « Our Media is OUR Message: Keep it CANADIAN ». D'après un sondage Ipsos Reid que nous avons commandé la semaine dernière, 82 p. 100 des Canadiens et des Canadiennes estiment qu'il est important que le gouvernement

maintienne et construise une culture et une identité distinctes de celles des États-Unis.

Enfin, dans quelques mois, nous participerons à l'examen de la politique de la concurrence lancé par Red Wilson et nous soumettrons un mémoire que vous pourrez consulter pour mieux connaître notre position.

Le troisième défi que doit relever notre secteur est celui de l'appréciation du dollar canadien. Le niveau actuel du dollar canadien menace sérieusement le secteur de la télévision, du cinéma, des nouveaux médias et de la production commerciale. En effet, la réalisation de productions canadiennes constitue environ la moitié du travail dans notre secteur; l'autre dépend de services de production pour des programmes, des longs métrages, des émissions télévisées et des publicités provenant essentiellement des États-Unis. Les répercussions de l'appréciation du dollar sur notre secteur sont évidentes. D'ailleurs, un rapport fait en 2004 sur le secteur signalait que des sept facteurs affectant la compétitivité du Canada comme lieu de tournage, la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain était le plus important. Plus notre dollar est bas, plus il se crée du travail; plus notre dollar est fort, moins il y a de travail.

Les choses se stabilisent. Nous savons que le dollar redescend des hauteurs où l'avaient projeté les courtiers en devises, peut-être. N'empêche que les pleines répercussions de la surévaluation du dollar canadien ne se feront pas sentir dans notre secteur avant le milieu ou la fin de 2008. Nous savons en effet que les gros studios comptent maintenir les projets déjà prévus; c'est ce qui se passe. Mais, du fait de la valeur du dollar, ils ne projettent aucune nouvelle production. On me dit que les 800 téléphones de nos bureaux partout au pays ont cessé de sonner.

Finalement, l'immigration est un autre problème, mais c'est un domaine dans lequel le gouvernement peut faire quelque chose. Quand les productions américaines viennent filmer au Canada, nous voulons bien sûr qu'elles utilisent le plus possible nos talents locaux, nos interprètes professionnels. Souvent, les producteurs américains insistent pour faire venir des acteurs américains, même pour les plus petits rôles dans leurs productions. Autrefois, Développement des ressources humaines Canada travaillait en étroite collaboration avec nos cadres supérieurs partout au pays, avec l'ACTRA et les autres syndicats, pour veiller à ce que les productions explorent d'abord à fond la possibilité d'embaucher des interprètes canadiens pour ces rôles et d'autres plus importants. Hélas, à l'heure où je vous parle, HRSDC a cessé de consulter l'ACTRA pour les permis d'immigration. Cela se traduit actuellement et depuis quelques temps par une répercussion directe et immédiate: la perte d'emplois pour des Canadiens et des Canadiennes ici au pays.

J'ai évoqué certains des défis que doit relever notre secteur de la télévision et du cinéma. Mais je ne voudrais pas jouer les prophètes de mauvais augure, en ce début de journée à Ottawa. Laissez-moi donc mentionner certains aspects positifs.

Et oui, je vais bientôt conclure, monsieur.

Nous avons connu des succès importants ces dernières années: le film de Sarah Polley, *Away from Her* — vous en avez peut-être entendu parler, avec, dans le rôle principal, un acteur de chez nous, Gordon Pinsent, a fait recette au Canada et aux États-Unis; côté télévision, mentionnons le succès de *Bon Cop, Bad Cop* et de *Trailer Park Boys*, ainsi que d'une émission dont nous sommes fiers, *Corner Gas*. Les réussites ne manquent pas.

• (0915)

Que peut faire le gouvernement? Que voudrions-nous dire au comité? Et bien cinq choses, en termes simples.

Premièrement, aider la production canadienne et la culture canadienne. Engager le CRTC à imposer des exigences de diffusion et de dépenses aux télédiffuseurs, afin qu'ils recommencent à investir dans du contenu canadien et qu'ils diffusent ce contenu aux heures de grande écoute des téléspectateurs.

Deuxièmement, introduire, pour les artistes, un étalement des revenus sur les années suivantes. L'imposition des artistes est inéquitable par rapport à d'autres contribuables parce que leur revenu varie. Nous sommes imposés à un taux anormalement élevé par rapport à notre revenu moyen. Dès que nous gagnons plus qu'un salaire de misère, les impôts peuvent être très élevés. Permettre l'étalement des revenus des artistes sur plusieurs années, afin que leur imposition soit plus équitable.

Troisièmement, élargir les crédits d'impôt pour le film et la télévision à la post-production et éliminer ce que nous appelons, dans notre secteur, la réduction, soit l'évaluation des crédits d'impôt fédéraux après les crédits d'impôt provinciaux, ce qui réduit en fait l'ensemble des crédits d'impôt.

Quatrièmement, en matière de propriété étrangère, ce que le gouvernement peut faire de mieux, c'est de s'abstenir d'agir. Laissez les limites existantes relatives à la propriété étrangère de nos sociétés de média, s'il vous plaît.

**Le président:** Entendu. Merci, monsieur Hardacre.

Nous passons à présent à Mme Dayus. À vous la parole.

**Mme Susan Dayus:** Merci.

Bonjour. Je m'appelle Susan Dayus et je suis directrice générale de la Canadian Booksellers Association, la CBA. Je vous remercie de nous avoir invités à témoigner devant le comité ce matin.

La CBA est l'association commerciale des libraires. Nous représentons des magasins indépendants, des chaînes, des librairies spécialisées, des librairies de campus, ainsi que des librairies de deuxième main ou de livres anciens, dans les provinces et les territoires, dans de petites collectivités et dans de grandes villes, de Victoria à Yellowknife, en passant par St. John's et Montréal.

Je voudrais aujourd'hui faire le point sur la situation actuelle du secteur de la librairie. J'aborderai notamment les problèmes majeurs auxquels fait face notre secteur, compte tenu de l'appréciation du dollar canadien. Je profiterai également de l'occasion pour suggérer au gouvernement des mesures qui, selon CBA, bénéficieraient grandement à ce secteur fragile et important pour notre culture.

Il est important de se souvenir que, dans le secteur de la librairie, les petites et moyennes entreprises sont la norme. D'après une étude de rentabilité effectuée par la CBA et publiée cette année, les ventes se chiffrent à moins de un million de dollars dans 70 p. 100 des cas. Qui plus est, plus d'un quart des personnes ayant répondu au sondage faisaient état de ventes annuelles de moins de 200 000 \$. Les petites librairies sont un atout pour les collectivités où elles se trouvent, car elles vendent plus de titres locaux et régionaux et plus de titres canadiens en pourcentage des titres totaux. Selon CBA, ce stock si distinctif est essentiel pour promouvoir la culture, le patrimoine et l'innovation au pays. Toutefois, les petites et moyennes entreprises sont généralement celles qui souffrent le plus en cas de changement de la situation économique, comme la fusion de grosses entreprises du secteur ou bien l'appréciation rapide de notre devise.

D'après notre étude de rentabilité de 2007, le revenu moyen des libraires ayant un chiffre annuel de moins de 200 000 \$ témoignait d'une marge de bénéfice d'à peine plus de 1 p. 100. Ce groupe qui contribue d'une façon importante à notre patrimoine est donc particulièrement vulnérable. Hélas, entre 1998 et 2006, plus de

365 libraires indépendants canadiens ont fermé boutique; et, récemment, du fait de l'appréciation rapide du dollar canadien, bon nombre de nos membres font état d'un fléchissement marqué des ventes, à une période, celle des fêtes de Noël, où elles devraient atteindre leur sommet. Dans la pratique, en effet, de nombreux magasins indiquent qu'ils réalisent 30 p. 100 de leurs ventes en novembre et décembre.

Comme bien des détaillants, bien sûr, les libraires sont en butte aux critiques des consommateurs qui demandent toujours pourquoi le prix des livres n'est pas ajusté pour tenir compte de l'appréciation du dollar canadien. Ce qui rend la situation pire pour notre secteur que pour d'autres, c'est que le prix des livres est imprimé noir sur blanc sur la couverture, sous les yeux du client, ce qui rend l'écart des prix encore plus criant.

La CBA multiplie les efforts, ces derniers mois, pour amener les éditeurs à baisser leurs prix, vu que ce sont eux, et non pas les libraires, qui déterminent le prix sur la couverture des livres. Les consommateurs devraient également savoir que les prix sont souvent fixés six mois à l'avance, voire plus, et reflètent donc rarement le taux de change actuel. Grâce à nos efforts, les prix ont diminué et continueront à diminuer graduellement. Toutefois, vu de nombreuses caractéristiques spécifiques au marché canadien, les prix des livres au Canada n'égalent sans doute jamais ceux des États-Unis.

• (0920)

Du fait de la hausse du dollar canadien, de plus en plus de Canadiens traversent la frontière pour acheter des livres ou les commandent en ligne au lieu de les acheter au Canada. C'est une perte importante pour les libraires canadiens, pour l'économie en général, mais aussi pour les recettes fiscales du gouvernement.

Les libraires canadiens sont prêts à affronter une saine concurrence. Nous estimons toutefois que l'économie canadienne n'a rien à gagner d'un laxisme dans l'application des limites de dépense lors de franchissement de frontière. Pour que nos dollars restent au Canada, la CBA recommande que soient plus strictement appliquées les règles imposant des taxes aux achats transfrontaliers dépassant la limite autorisée.

Notons que la CBA travaille avec le gouvernement à l'élaboration de solutions aux problèmes créés par la parité du dollar canadien avec le dollar américain. Le mois dernier, la CBA s'est entretenue de l'état actuel de notre secteur avec plusieurs députés des quatre partis, ainsi qu'avec le ministre Flaherty, lors d'une réunion productive.

Il est essentiel que la CBA poursuive sa collaboration avec les décideurs clés, dont les membres de votre comité, afin de s'efforcer de trouver une solution saine au problème, une solution qui satisfasse les consommateurs canadiens, sans mettre en danger la survie des petites entreprises du Canada. Dans l'attente de ces solutions, certains libraires ont du mal à se maintenir à flot et certains ont même choisi d'appliquer le prix en dollars américains sur la couverture, bien que les livres aient souvent été achetés à une époque où notre dollar valait moins cher et bien que cela réduise considérablement leur marge de profit.

Autre défi pour notre secteur: l'existence de libraires non autorisés au Canada, comme Amazon.com. Amazon.com préoccupe beaucoup les libraires d'un bout à l'autre du Canada. Il faut que vous sachiez, en tant que membres du comité, que le détaillant sur Internet américain, Amazon.com, fonctionne au Canada depuis l'été 2002. L'incursion de ce géant américain du commerce de détail sur le marché canadien est contraire à la Loi sur l'investissement au Canada et à la politique canadienne en matière de livres qui interdit à un non-Canadien de prendre le contrôle d'une entreprise canadienne de distribution de livres. Si Amazon est en mesure de contourner l'intention de ces règlements, c'est parce qu'ils ont été conçus avant l'introduction de Internet.

En effet, la Loi utilise deux critères clés pour définir un libraire: tout d'abord, l'emplacement géographique d'un magasin; et, deuxièmement, des employés. Vu qu'Amazon fonctionne avec des services sous contrat et sans présence géographique au Canada, il contourne les règles sur la pointe des pieds. Le ministère du Patrimoine a d'ailleurs conclu, erronément, selon nous, que les dispositions de la Loi sur l'investissement au Canada ne s'appliquaient pas au site canadien d'Amazon, qu'il n'avait donc pas à obtenir de permission avant de vendre des livres au pays.

D'après l'agence, la loi ne s'appliquait pas à Amazon, parce que le cyberdétaillant n'établissait pas de nouvelles entreprises basées au Canada et n'achetait pas non plus une entreprise existante. Je précise que cette loi s'efforce de suivre les répercussions de la mainmise étrangère sur les entreprises et jugées importantes pour le patrimoine culturel, notamment l'industrie de l'édition.

Enfin, la CBA se joint à 16 autres organismes qui partagent le même avis, pour exhorter le gouvernement à éliminer la TPS sur les livres. Avec la réduction de un pour cent de la TPS, annoncée dans le budget de 2006, les livres sont devenus un peu plus abordables; nous attendons avec impatience la seconde réduction de 1 p. 100, prévue pour janvier. La CBA demande à ce que la TPS soit entièrement éliminée pour les livres, car elle s'ajoute au prix des livres, les rendant moins abordables pour les Canadiens et les Canadiennes. Or, moins les gens achètent de livres, moins ils profitent des bienfaits de la lecture. Il est important d'y remédier, à une époque où 40 p. 100 des Canadiens et des Canadiennes n'ont pas les compétences requises pour lire et écrire comme il convient dans la vie quotidienne.

• (0925)

La lecture est essentielle pour notre économie et notre culture. C'est pourquoi les livres ne devraient pas être traités comme des objets de consommation. L'élimination de la TPS suscitera de l'intérêt pour les libraires indépendants de nos collectivités et les aidera.

Au nom des libraires canadiens que nous représentons, je vous remercie de votre attention aujourd'hui.

**Le président:** Merci, madame Dayus.

Nous passons à présent à M. Tabor.

**M. Chris Tabor (membre du conseil, Campus Stores Canada):** Bonjour. Je m'appelle Chris Tabor. Je représente Campus Stores Canada et je suis également le gérant de la librairie du campus de Queen's University. Je voudrais remercier le Comité de l'industrie de me donner l'occasion d'intervenir aujourd'hui.

Campus Stores Canada est l'association commerciale nationale qui se veut le porte-parole des librairies de campus appartenant et administrées par des institutions postsecondaires canadiennes afin de les aider à servir le mieux possible ces institutions.

Campus Stores Canada a plus de 100 magasins membres de par le pays, si bien que l'étudiant, qui compte parmi le million d'étudiants canadiens du postsecondaire, est probablement desservi par l'un de nos membres.

Les librairies de campus font partie intégrale de la vie universitaire. Leur taille varie, comme celle des librairies ordinaires, mais elles constituent toujours un rond-point culturel vers lequel gravitent les étudiants, les anciens étudiants et les enseignants.

Monsieur le président, votre comité organise ses audiences pour effectuer un examen des problèmes propres au secteur des services du Canada. Or, aucun problème n'est plus pressant que les répercussions de la force du dollar canadien sur le prix des biens de consommation. Il y a toutefois des exemples de règlements gouvernementaux qui affectent négativement la disponibilité de livres plus abordables.

Comme vous le savez sans doute, notre secteur a très mauvaise presse en ce moment, du fait de l'explicable différence entre le prix d'un livre aux États-Unis et celui de ce même livre au Canada. Je suis sûr que bon nombre d'entre vous ont entendu ce type de question dans leur circonscription. Toutefois, bien des gens ignorent que de 10 p. 100 à 15 p. 100 du prix des livres est une redevance réglementaire aux maisons d'édition multinationales. Un livre qui coûte 50 \$ pourrait coûter 5 \$ ou 7 \$ de moins si le gouvernement éliminait une protection réglementaire qui n'avantage ni les auteurs ni les consommateurs. On constaterait alors une diminution du prix des livres de 10 p. 100 à 15 p. 100 d'un jour à l'autre. Comment? Laissez-moi vous l'expliquer.

La *Loi sur le droit d'auteur* a une application très large à tous les domaines ayant trait à la protection et à la distribution de la propriété intellectuelle. Dans le cas de documents imprimés, la *Loi* permet aux éditeurs d'établir des monopoles d'importation sur les oeuvres d'artistes de partout au monde. Le ministre Flaherty a récemment cité en exemple les livres Harry Potter, de l'auteur J.K. Rowling, qui ont un prix différent aux États-Unis.

Laissez-moi expliquer un élément important de cette différence des coûts et la façon dont les magasins de campus, les autres libraires, les étudiants et les clients sont redevables aux éditeurs étrangers, appelés également distributeurs exclusifs.

Selon le paragraphe 27.1, il y a violation du droit d'auteur en cas d'importation de livres neufs provenant de toute source autre que le distributeur exclusif du livre, aussi longtemps que ce distributeur respecte le règlement promulgué avec la loi. Ce règlement stipule qu'un importateur peut facturer à un libraire le prix du livre dans le pays d'origine (dans ce cas, les États-Unis ou le Royaume-Uni), la différence du taux de change entre les deux pays, plus 10 p. 100 ou 15 p. 100, selon le pays d'origine. Cela veut dire que les éditeurs non canadiens peuvent ajouter 10 p. 100 ou 15 p. 100 de bénéfice intégral à leur produit avant de risquer de perdre la vente au profit d'un importateur parallèle.

Monsieur le président, ce bénéfice intégral est puisé à même la poche des étudiants canadiens, qui n'en retirent aucun avantage appréciable, pas plus que les artistes ou les auteurs ayant créé le livre en question. C'est un règlement qui date de 1999 et, comme vous l'imaginez, il y a eu depuis lors une évolution marquée des expéditions et des achats transfrontaliers.

Ce qui est ironique, c'est que, avec l'avènement de Internet, la clientèle canadienne peut à présent acheter, à meilleur prix qu'un revendeur canadien le peut, certains livres à l'étranger. Les libraires canadiens et les magasins de campus implantés dans vos collectivités ont en effet les mains liées par la *Loi* alors que de plus grosses entités non canadiennes s'en servent comme d'une arme pour se tailler des bénéfices plus juteux. Or, d'un coup de baguette magique, le Gouverneur en Conseil peut remédier à la situation en éliminant ce tarif. Son élimination n'a aucun effet négatif pour les Canadiens; elle leur donne en fait plus de choix quant à la façon de se procurer des livres.

Les protections garanties par le paragraphe 27.1 sont dépassées dans un monde où le dollar canadien est arrivé à parité ou l'a même dépassée. Les protections garanties par le tarif multiplient en fait les répercussions directes sur la bourse de chaque libraire et de chaque acheteur. L'élimination du prélèvement ne nuira pas à la fonction de base de la *Loi sur le droit d'auteur*: donner aux créateurs la capacité de protéger leur art et de tirer une redevance de sa production. Qui plus est, rien dans notre proposition ne nuirait aux droits de distribution exclusifs d'un éditeur au Canada, aussi longtemps qu'il ne facturerait pas l'ouvrage plus cher au Canada que dans son pays d'origine.

• (0930)

Pourquoi les étudiants canadiens devraient-ils payer davantage que leurs pairs au Royaume-Uni et aux États-Unis? Il ne faut pas être sorcier pour comprendre que ce n'est pas juste.

Les modifications qui ont été apportées en 1999 à la *Loi sur le droit d'auteur* et à son Règlement sur l'importation de livres constituaient une politique publique médiocre à l'époque. Elles sont encore moins justifiées aujourd'hui. Ces modifications ont été perçues comme des mesures de protection culturelle alors qu'elles constituaient en fait une réglementation commerciale.

Nous demandons respectueusement à votre comité et à d'autres qui ont de l'influence de prendre des mesures en vue de modifier la division 5(1)a)(iii)(A) du Règlement sur l'importation de livres en supprimant les mots « plus 10 p. 100 après conversion », et la division 5(1)a)(iii)(B) en supprimant « plus 15 p. 100 après la conversion du prix ».

Cela dit, je vous remercie de votre temps et de votre attention.

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur Tabor.

Nous allons maintenant céder la parole à Mme Sannella.

**Mme Samantha S. Sannella (présidente et directrice générale, Design Exchange):** Bonjour. Je m'appelle Samantha Sannella, je suis présidente et directrice générale de Design Exchange.

Le Design Exchange est le centre national du design au Canada pour la promotion et l'avancement du design dans toutes les disciplines. Nous présentons chaque année plus de 50 programmes — des ateliers, des conférences, des expositions et d'autres programmes du genre — pour apprendre aux gens l'importance du design et sa contribution à l'économie, à l'environnement et à notre qualité de vie.

La plupart des gens pensent que le design est un ajout stylistique, mais ce n'est pas le cas. Le design est en fait plus intéressant lorsqu'il est utilisé de façon stratégique au moment même de la création d'un produit, d'un environnement ou d'une idée. Le design constitue une résolution créative de problèmes et peut influencer les marchés économiques en créant de nouvelles idées.

Les concepteurs ont un rôle important à jouer au sein de la création de produits variés et de milieux environnants qui minimisent

l'impact sur l'environnement; accroissent la qualité de vie des individus et des groupes; et contribuent à l'économie en étant la force motrice d'un secteur en aval, en augmentant la productivité des travailleurs, en attirant des touristes et en utilisant les services des entreprises et de la main-d'oeuvre.

Le design peut être à la fois un nom ou un verbe. Le design peut être le processus et le produit.

Même si les services de création spécialisés sont en plein essor, comme la conception de l'environnement, la création autochtone et la conception du vert, le Design Exchange (DX) considère, de façon formelle, huit disciplines distinctes de design: l'architecture de bâtiments résidentiels et d'immeubles commerciaux; la création de mode, notamment des vêtements, des chaussures, des bijoux et des accessoires; l'infographie et les communications visuelles, notamment des interfaces de logiciels, de la signalisation et de l'infographie 3D, des choix de la marque, des dépliants, des sites Internet, de la mise en page de journaux et de revues; le dessin industriel des meubles, du montage de fixations, de l'équipement (consommateurs et entreprises); la décoration intérieure, notamment des bâtiments résidentiels et d'immeubles commerciaux, salles d'exposition, décoration de scènes; l'architecture paysagiste, résidentielle et commerciale (inclus les parcs d'amusement); le dessin textile, notamment les tissus, la composition et la technologie du textile; le design urbain, notamment les municipalités, les villes, les moyens de transport et les endroits publics urbains.

En ce moment, la collectivité des créateurs est composée de ce qui suit: graphistes, environ 51 p. 100 de tous les créateurs; designers d'intérieurs, environ 14 p. 100; architectes, environ 13 p. 100; designers industriels, 11 p. 100 et autres designers, notamment les créateurs de mode et peut-être également les décorateurs et ensembliers de théâtre et les concepteurs de l'environnement — environ 9 p. 100.

Les architectes sont les mieux rémunérés avec un salaire moyen de 61 000 \$. Les architectes paysagistes gagnent environ 47 000 \$. Les designers industriels gagnent environ 48 000 \$. Le salaire moyen d'un graphiste est de 35 000 \$. Les designers d'intérieurs gagnent environ 33 000 \$ et les autres designers environ 32 000 \$.

Les designers sont par ailleurs parmi les gens les plus instruits au Canada. Leur niveau d'instruction moyen est au-dessus de la moyenne nationale au Canada.

Il faut noter qu'en raison d'une pénurie de main-d'oeuvre qui sévit présentement, les salaires ont augmenté dans l'ensemble de l'industrie du design et nous nous attendons à voir d'autres hausses de salaire qui seront illustrées dans de nouvelles études de Statistique Canada.

Le marché canadien du design a subi une poussée soudaine dans les médias et aussi grâce à la sophistication en pleine croissance de notre population très diversifiée — je suis certaine que vous avez tous regardé des émissions de design au cours des dernières années.

Selon un sondage mené par Statistique Canada en 2004 et qui portait sur les entreprises spécialisées en design, les créateurs ont généré des recettes de 2,4 milliards de dollars en produits d'exploitation en 2004, une hausse de 11 p. 100 par rapport à 2003 et presque le double de 1998.

L'Ontario a bien sûr obtenu la plus grande part des recettes du marché, suivi du Québec, de la Colombie-Britannique et de l'Alberta. Naturellement, l'Alberta a subi une hausse importante et se développe rapidement. On s'attend à ce que les nouvelles études qui seront publiées révéleront une croissance considérable en Alberta, car cette province a de la difficulté à trouver des architectes et des concepteurs pour construire tous les immeubles là-bas.

Selon Statistique Canada, le design architecture a presque doublé ses recettes d'exploitation qui sont passées de 1,54 milliard de dollars en 2001 à 2,1 milliards de dollars en 2005. De plus, la croissance des entreprises a été considérable, 344 cabinets d'architecture ont vu le jour entre 2001 et 2005.

Au cours des 10 dernières années, la main-d'oeuvre en design s'est accrue de 4,6 p. 100 par année, plus de quatre fois le taux de l'ensemble de la main-d'oeuvre. Vous pouvez donc constater que le design est un domaine qui croît rapidement.

La création est une culture visible et permanente. Et lorsque je parle du design à nos groupes et à nos auditoires, je peux facilement dire que le design a une présence visuelle et une présence visuelle à long terme qui ajoute à l'image du pays. C'est une force motrice importante de l'économie et un élément qui contribue à notre qualité de vie, dont je vais vous parler.

La création est la source ultime de différenciation au XXI<sup>e</sup> siècle, et ceux d'entre vous qui lisez des revues comme *Business Week* et *Newsweek* pouvez constater jusqu'à quel point le design est important pour l'économie.

• (0935)

En ce moment, le Canada affiche une culture solide et en pleine effervescence du point de vue du design. Toronto détient la troisième plus grande main-d'oeuvre en Amérique du Nord, Montréal la sixième et Vancouver la dix-septième. ce n'est pas une mince affaire que tant de designers travaillent au Canada si l'on considère que notre population est bien moindre que celle des États-Unis.

Les créateurs canadiens ont l'avantage ultime de travailler au sein de collectivités multiculturelles dynamiques qui leur donnent un avantage supplémentaire à l'étranger. Grâce au climat politique du Canada, les services offerts par les créateurs canadiens peuvent être exportés presque partout dans le monde. Les Canadiens sont aussi perçus comme étant des experts en design écologique ou durable, en design socialement responsable, en design autochtone, en design universel et pour leur facteur tendance, et la demande s'est accrue de façon considérable pour tous leurs services de design à l'étranger.

Les débuts du design canadien remontent à la ville de Québec en 1675. Aujourd'hui, près de 200 associations et d'écoles de design se consacrent au design à l'échelle locale, nationale et internationale. Ces organismes représentent plus de 100 000 designers au Canada. Des programmes éducatifs répondent à la demande du marché et continuent à prendre de l'expansion. Plusieurs d'entre eux ont ajouté des programmes d'études supérieures et de nouveaux programmes tels que l'aménagement du cadre de vie. Il y aura une hausse dans le nombre d'étudiants et de travailleurs dans ce domaine au Canada, et nous pouvons je pense nous attendre à ce qu'il y ait une hausse des revenus et des attentes, ce qui fera augmenter la qualité des services de design pour répondre à la demande du marché, alors que les universités changeront leurs programmes pour passer d'un programme au niveau du diplôme à des programmes au niveau de la maîtrise et du doctorat en design.

Comme je le dis toujours, le design a une influence sur trois facteurs de base: l'environnement, l'économie et notre qualité de vie.

En ce qui concerne l'économie, le design joue un rôle crucial à titre de force motrice de l'économie. Des produits récemment conçus et l'environnement servent à créer la demande sur le marché. Les créateurs sont novateurs et ils peuvent créer de nouvelles idées qui génèrent une valeur importante. Les avantages sont entre autres de servir de lien entre la recherche et la commercialisation, ce qu'on oublie souvent au pays; de créer des changements qui appuient l'innovation; d'accélérer le temps pour la mise en marché; de rendre les produits encore plus accessibles sur le marché; d'exiger des matériaux et de la technologie des plus novateurs; et de répondre aux besoins de l'économie en aval. Les designers travaillent dans presque tous les secteurs de l'économie, la plus grande proportion de designers oeuvrant dans des domaines professionnels, scientifiques et dans les services techniques — à 52 p. 100.

Le design étant la force motrice de l'économie, il affecte à peu près tous les secteurs de l'économie. J'ai inclus dans le mémoire que je vous ai remis un tableau qui illustre les secteurs de l'industrie au sein desquels le design a une influence direct. Il y a entre autres la machinerie, la menuiserie, les vitres et miroirs, les textiles, la pierre, le bois, les accessoires, les meubles, l'équipement, le papier, l'impression, les murs à cloison sèche, les planchers, l'énergie, les systèmes de plafond, les produits du bois, la mécanique, la technologie, l'ingénierie, etc. Le design se retrouve dans tous les secteurs.

Tous les services de design attirent des ventes internationales. Plusieurs de nos cabinets de design canadiens qui réussissent le mieux soutirent une grande partie de leur revenu de leurs clients à l'étranger. Je dis toujours que ce sont les Canadiens qui construisent Dubaï et ce sont les Canadiens qui construisent Shanghai.

Par exemple, l'un de nos décorateurs intérieurs qui a remporté le plus grand nombre de prix, Yabu Pushelberg, dont l'entreprise a son siège social à Toronto, travaille un peu partout dans le monde, y compris aux États-Unis, en Asie et aux Émirats arabes unis. Ce cabinet bien réputé est devenu célèbre pour son design de W Hotels, des hôtels Four Seasons et des magasins à rayons de Park Lane à Hong Kong, où, si vous êtes allés, vous n'aviez pas les moyens d'acheter quoi que ce soit, j'en suis certaine, comme moi.

Dans le même ordre d'idées, chaque secteur de création a sa propre histoire de réussite. Un de nos plus grands défis est de fournir des incitatifs afin de garder nos designers talentueux au Canada, car il y a un exode de nos talents canadiens vers les États-Unis. Il est important d'attirer les acheteurs, les manufacturiers, les promoteurs et les entrepreneurs afin de concevoir des services. Les pays qui ont des stratégies de design et une solide réputation sont des points chauds pour le développement économique et culturel.

Des études récentes ont indiqué qu'il était avantageux d'investir dans les services de design. Le British Design Council a dernièrement publié les résultats d'une étude menée pendant 10 ans et qui portait sur des compagnies chefs de file en design au Royaume-Uni. Il a analysé le rendement de ces compagnies, par rapport à d'autres, sur le marché boursier sur une période de 10 ans. La principale conclusion de cette étude révèle qu'un groupe de 63 compagnies ayant été identifiées comme des usagers efficaces de design ont eu un rendement 200 p. 100 plus élevé que leurs concurrents à l'index FTSE 100 pendant toute la période, que les marchés soient à la hausse ou à la baisse.

La Corée a mis sur pied un programme avec la Korean Institute for Design Promotion, l'équivalent du design Exchange, afin d'ajouter la valeur du produit de développement et d'améliorer la concurrence. Le programme a été élaboré en tant que moteur de croissance pour les petites et moyennes entreprises coréennes. Ce programme offre de l'aide financière pour la création d'un produit, le développement d'un produit, le choix de marque, l'emballage et les communications visuelles. Le programme d'aide est structuré de façon à encourager l'intégration du design tout au long du processus d'innovation. De 1994 à 2002, 7 932 projets ont été menés à bien avec un taux de commercialisation de 70 p. 100, ce qui est le double du taux moyen de commercialisation. Les avantages consistaient à rehausser les normes d'excellence pour le design coréen, le nouveau développement technologique et rehausser la réputation internationale de la Corée. LG et Hyundai sont naturellement deux exemples de réussite selon cette étude.

• (0940)

Le design Exchange collabore actuellement avec Industrie Canada à des travaux sur la conception de produits à partir de recherche élaborés par le conseil du design au Royaume-Uni. Nous sommes fiers de participer à cette étude. Pour la toute première fois, des entreprises canadiennes pourront comparer les résultats de leurs études à ceux de concurrents locaux et internationaux.

Nous partons du principe selon lequel la conception de produits englobe l'ensemble des activités menant à la création d'un produit ou d'un service. Cela comprend non seulement la conception du produit comme tel, mais aussi celle des nouvelles technologies utilisées dans les procédés de fabrication. On retrouve aussi les secteurs traditionnels de design qui offrent leurs services aux entreprises, mais aussi toute activité de conception de produits effectuée au sein même des entreprises. Cette recherche met en relief les activités de conception de produits dans divers secteurs au Canada par rapport à ce qui se fait chez nos voisins du sud. On effectue une comparaison entre les chefs de file et les traînants dans ce domaine. Au total, 86 sous-secteurs allant de l'électronique à l'aérospatiale en passant par les transports, les plastiques, l'industrie du vêtement et du mobilier font partie de cette recherche dont les résultats seront dévoilés en mars 2008.

• (0945)

**Le président:** Madame Sannella, je suis désolé...

**Mme Samantha S. Sannella:** Avons-nous déjà dépassé le temps alloué?

**Le président:** Oui. Je dois dire que la seule personne qui a respecté le temps alloué était M. Tabor.

**Mme Samantha S. Sannella:** Oh, vraiment? Très bien.

Le design a bien entendu un effet sur l'économie, ce que vous pourrez constater dans l'information que je vous ai présentée. Le design a également un effet sur l'environnement et celui-ci peut être positif ou négatif car ce sont les designers qui choisissent les matériaux, les finis et les ameublements et les fabricants qui font leurs produits.

Le design a aussi un effet sur la qualité de la vie. Pouvez-vous imaginer le dessin d'une école, d'un hôpital... un dessin universel et un dessin pour les personnes handicapées? C'est un élément très important du design qu'on oublie trop souvent et qu'il faut reconnaître.

Nous avons recommandé 12 initiatives qui se trouvent dans les notes d'allocation, mais en résumé, le design n'est pas reconnu par le gouvernement fédéral. Nous ne recevons aucun fonds du gouverne-

ment fédéral. Nous sommes un organisme autosuffisant. Nous recevons du financement de programmes pour diriger le Design Exchange, mais il est plus important que le design soit inclus dans le processus de R-D dans tout le Canada. C'est le maillon manquant entre la recherche et le développement et la commercialisation et c'est pourquoi le taux de commercialisation au pays n'est pas extraordinaire. Le design est l'élément essentiel de la commercialisation et tant que nous ne le reconnaitrons pas, tant que cela ne se reflétera pas dans nos politiques, nous ne serons pas le pays que nous pourrions être.

**Le président:** Merci.

Merci beaucoup à vous tous pour vos exposés très intéressants de ce matin.

Avant de passer aux questions, je voulais vous dire que les membres du comité auront cinq ou six minutes, ce qui n'est pas très long, pour les questions et les réponses. Ils peuvent adresser leurs questions à un ou plusieurs d'entre vous. Si la question ne vous est pas adressée mais que vous aimeriez ajouter quelque chose, faites-moi signe et je veillerai à ce que vous ayez la chance de répondre, mais nous allons essayer de faire en sorte que les questions et les réponses soient très brèves.

Nous allons commencer par quelqu'un qui aurait besoin d'un styliste de mode, M. McTeague, le vice-président.

Monsieur McTeague, vous avez six minutes.

**L'hon. Dan McTeague (Pickering—Scarborough-Est, Lib.):** Je ne sais pas si je vais pouvoir me remettre de ce commentaire.

Madame Sannella, merci beaucoup. Vous serez heureuse d'apprendre que le comité va examiner la question de la R-D et de la science très prochainement. Vous aurez peut-être la chance de poursuivre vos observations et vous pourrez peut-être nous en dire davantage en répondant aux questions des députés. J'ai lu plus loin dans votre texte vos suggestions, et elles sont très intéressantes.

Monsieur Hardacre, vous avez fixé quatre priorités pour l'ACTRA. Le Comité de l'industrie étudie le secteur des services, mais il y a une chose que je m'attendais d'entendre et que je n'ai pas entendue c'est dans quelle mesure la violation du droit d'auteur, le piratage de films et l'utilisation illégale de caméscopes nuit à votre association.

J'ai parlé à plusieurs membres de l'ACTRA individuellement. On produit des films même dans ma circonscription, Dieu merci, quoique l'augmentation récente de la valeur du dollar canadien a entraîné un ralentissement de cette activité à certains endroits, comme à Toronto. Pouvez-vous nous dire dans quelle mesure, à votre avis, la contrefaçon et la piraterie dans votre industrie a-t-elle des répercussions sur l'employabilité et les perspectives des membres de votre association?

**M. Richard Hardacre:** Oui, bien sûr. Merci de me poser la question.

Tout d'abord, vous avez mentionné que la crise de notre industrie est en grande partie attribuable à l'augmentation de la valeur du dollar canadien et c'est vrai. Cependant, la crise ne serait pas aussi grave si nous avions une industrie canadienne. Alors permettez-moi de dire d'abord que la raison pour laquelle je viens à Ottawa, je crois que je comparais devant un comité chaque fois que je comparais devant le CRTC, c'est pour construire une industrie canadienne. Notre situation ne serait pas aussi précaire si nous avions une industrie canadienne.

C'est vrai, l'enregistrement illégal est un problème de plus en plus grave. Nous avons été très heureux lorsque l'ancien ministre de l'industrie M. Bernier et le ministre du Patrimoine canadien, Bev Oda, ont annoncé, l'hiver dernier je crois, une modification au Code criminel relativement aux copies illégales, aux enregistrements par caméscope et à la distribution de films. Ces activités ont un effet très net sur les distributeurs de films qui perdent une partie de leurs revenus mais lorsque des enregistrements illégaux sont faits il n'y a bien entendu aucune rémunération en aval pour les créateurs, les auteurs, les réalisateurs et les acteurs. C'est une énorme perte de revenus dans le régime de redevances que nous avons mis en place en tant que syndicat. C'est pourquoi l'ACTRA appuie fermement ce projet de loi.

Nous collaborons très étroitement avec les distributeurs de films au Canada et l'honorable Doug Frith, un ancien ministre, est un bon collègue qui nous aide dans cette bataille. Il y a certainement un effet énorme sur les revenus. À l'heure actuelle, les écrivains font la grève aux États-Unis pour toucher leur part des milliards de dollars que pourraient procurer la production pour les nouveaux médias, dont ils ne reçoivent rien pour le moment. Ce n'est qu'un exemple qui montre que l'arrêt du flot de revenus dans n'importe quel régime de redevances a un effet énorme en aval, y compris sur les acteurs.

• (0950)

**L'hon. Dan McTeague:** J'ai tout fait compris ce que vous avez mentionné sur la production de publicité pour les nouveaux médias, mais je ne vois pas le rapport avec la protection du contenu canadien que vous demandez, puisqu'il n'y a pas de disposition à cet effet. Nous avons consacré beaucoup de temps à cette question, tout comme le Comité de la sécurité publique.

Je me demande si vous en avez parlé également aux membres du Comité du patrimoine. Ce n'est pas l'une de vos quatre priorités, ce qui est un peu étonnant pour nous au Comité de l'industrie mais, néanmoins, je vous demanderais d'en parler à nos collègues du Comité du patrimoine canadien qui ne voient peut-être pas la question sous le même angle que vous ou moi, au plan de la menace aux employés ici au Canada et à la survie de votre association.

**M. Richard Hardacre:** Oui, je suis certainement prêt à parler aux députés qui sont membres du Comité du patrimoine, mais je m'excuse, monsieur McTeague, je n'ai pas très bien... Est-ce que vous vouliez parler de la production de publicité pour la télévision...

**L'hon. Dan McTeague:** Oui.

**M. Richard Hardacre:** ... et l'absence de protection du contenu canadien?

**L'hon. Dan McTeague:** Eh bien, je voulais parler du contenu en ce qui concerne la protection des enregistrements par caméscope et par de nouvelles technologies numériques utilisées pour créer ce produit. Cela n'existe pas. Je n'ai pas parlé aux personnes qui font des publicités.

Je voulais parler des nouvelles technologies utilisées pour produire des publicités dans des sites établis à Toronto, dans le sud et l'est de ma circonscription. Certaines de ces technologies sont copiées sans qu'on s'en rende compte.

Avez-vous une réponse? Est-ce que votre association est au courant de ce problème?

**M. Richard Hardacre:** Oui, nous sommes au courant.

Nous sommes en train de négocier notre nouvelle entente collective avec l'Association canadienne des annonceurs. Elle est bien entendu très préoccupée par ce problème. Vous parlez de publicité pirate c'est-à-dire, essentiellement, de la publicité dans les

nouveaux médias ou sur Internet. Nous sommes très conscients du problème et la prochaine fois que j'aurai l'occasion de parler aux membres du Comité du patrimoine ou à la ministre Verner, je serai très heureux de soulever la question.

**L'hon. Dan McTeague:** Je pense qu'il faut dire que certains croient à tort que nous nous traînons les pieds en ce qui concerne une nouvelle loi pour protéger et renforcer le droit d'auteur et pour lutter contre les contrefaçons et le piratage de films au Canada. Certains ont l'impression que les membres du Comité du patrimoine ne comprennent peut-être pas bien les tenants et aboutissants du problème et il est facile de voir pourquoi ils ont cette impression puisque parmi les quatre priorités que vous nous avez mentionnées vous n'avez pas inclus le piratage.

C'est juste un commentaire.

**M. Richard Hardacre:** Merci.

**Le président:** Merci, monsieur McTeague.

Nous passons maintenant à monsieur Vincent.

[Français]

**M. Robert Vincent (Shefford, BQ):** Merci.

Bonjour à tous. Merci de vous être déplacés pour venir ici ce matin.

Je vais continuer dans la même veine que M. McTeague, qui demandait si le piratage avait une incidence quelconque. Depuis le piratage, beaucoup moins de gens vont voir des films, ce qui signifie beaucoup moins d'entrées au box-office. Cela doit avoir une influence certaine sur les producteurs de films et sur les artistes qui travaillent dans ce domaine.

Avez-vous pu constater une perte d'entrées à cause du piratage des films qui se fait chez nous?

[Traduction]

**M. Richard Hardacre:** Merci, monsieur Vincent.

Je ne vais pas essayer de parler au nom des distributeurs de longs métrages au Canada. Je crois qu'ils ont une association qui défend très efficacement leurs droits et qui viendra vous rencontrer.

Nous n'avons pas de statistiques indiquant une baisse du nombre de spectateurs. Ce n'est pas quelque chose que suit mon syndicat. Pour cette question, nous nous en remettons aux distributeurs de longs métrages qui ont des statistiques montrant une perte de revenus pour ceux qui présentent les films. Je n'ai pas ces statistiques, monsieur. J'aimerais bien pouvoir vous aider.

Ce qui nous inquiète, c'est l'absence de recettes en aval provenant des films qui sont distribués et le très petit pourcentage d'acteurs qui touchent une part de ces revenus — soit 3,6 p. 100 des revenus en aval pour ces productions. Pour nos membres qui sont cinéastes, comme Sarah Polley, il est décourageant de produire des films qui peuvent être piratés et ne rien leur rapporter. Mais je vous encourage à demander plus d'informations à l'Association canadienne des distributeurs de films pour obtenir une réponse plus précise à la question de M. Vincent.

• (0955)

[Français]

**M. Robert Vincent:** Si les producteurs produisent moins de films parce que beaucoup plus de gens les copient, cela doit avoir une répercussion directe sur les artistes qui font ces films. Ils veulent faire moins de films, car aussitôt sortis en salle, les films sont copiés et visionnés. Vous me dites que c'est 3,6 p. 100. Votre association doit avoir un certain pouvoir pour faire en sorte que le piratage arrête. Sinon, vous subirez également des pertes d'emplois à votre niveau.

Vous avez dit plus tôt que la valeur du dollar canadien avait une incidence sur ce phénomène, mais l'immigration en a une aussi. Si un film américain est tourné au Canada, rien n'exige qu'un pourcentage de Canadiens travaillent à ce film. On peut faire venir toutes sortes de personnes, que ce soit des États-Unis ou d'ailleurs, pour jouer de petits rôles. Rien dans le contenu ne mentionne que lorsqu'un film est produit chez nous, on devrait employer un certain pourcentage de travailleurs canadiens.

[Traduction]

**M. Richard Hardacre:** Vous avez parfaitement raison sur les deux points. Premièrement, nous nous intéressons à la question du piratage. Cela préoccupe grandement nos membres et nous avons manifesté tout notre appui pour le projet de loi lorsqu'il a été annoncé. J'étais à l'édifice du Centre pour l'occasion et j'ai répondu aux questions des journalistes. J'avais été invité par la ministre Oda et j'ai déjà parlé avec Mme Verner du problème du piratage et du fait que nous encourageons les forces policières à sévir. Comme je l'ai déjà dit, je n'ai pas de statistiques.

Merci de soulever la question des travailleurs étrangers. Dans le passé, nous avons pu nous en accommoder, parce que le DRHC nous consultait... Je suis acteur depuis 30 ans et pendant toute cette longue carrière j'ai été membre de l'ACTRA. J'ai pu auditionner et obtenir des rôles dans des productions étrangères tournées dans ce pays tout comme bon nombre de mes collègues.

C'est quelque chose que notre syndicat pouvait faire respecter, parce que DRHC consultait le syndicat sur les permis de travail pour chaque rôle, pas seulement les principaux. Pour une raison étrange qui ne nous a jamais été expliquée, DRHC a cessé de consulter les syndicats sur la délivrance de permis de travail en 2007. C'est devenu un sérieux problème car on fait venir des non canadiens pour jouer non seulement des rôles pendant deux ou trois jours mais pendant un seul jour. C'est une énorme perte d'emplois pour les Canadiens et le Trésor de ce pays.

Merci de cette question, monsieur.

**Le président:** Monsieur Vincent, il vous reste 30 secondes.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Merci, mais je vais laisser tomber les 30 secondes, monsieur le président.

[Traduction]

**Le président:** Monsieur Carrie, s'il vous plaît.

**M. Colin Carrie (Oshawa, PCC):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Madame Sannella, j'ai été vraiment très intéressé par ce que vous aviez à dire. J'ai en fait un lien personnel car un de mes amis, Douglas Cardinal, un Canadien passablement célèbre dont vous avez peut-être entendu parler. Je lui parlais récemment et il semble qu'il trouve plus de travail aux États-Unis et en Chine qu'ici même chez lui.

J'ai en fait été surpris par certaines choses que vous nous avez dites, car il semble tout à fait logique que votre industrie, pour des raisons environnementales, économiques et de qualité de vie, soit la clé de l'innovation et d'une amélioration dans la productivité et l'efficacité. J'ai été curieux et j'aimerais que vous nous en disiez un peu à ce sujet, parce que le gouvernement a élaboré une stratégie de S-T. D'après vos recommandations, dois-je comprendre que votre industrie ne peut pas travailler avec le gouvernement dans le cadre de la stratégie S-T? Que pouvez-vous me dire à ce sujet?

• (1000)

**Mme Samantha S. Sannella:** Eh bien, nous n'y avons pas été invités, mais nous serions heureux de le faire.

Je ne trouve aucune mention du design dans aucune des stratégies du gouvernement en matière de science et de technologie ou d'innovation, ce qui, d'après moi, est une erreur et un oubli considérable, étant donné que le design est le lien essentiel entre la recherche et la commercialisation. Je suis donc surprise de ne rien trouver. Tous les autres pays, à l'exception des États-Unis, ont des stratégies en matière de design. Même l'Inde est en train d'élaborer une stratégie; Singapour a une très bonne stratégie, tout comme Taiwan, Hong Kong, la Finlande et le Royaume-Uni. Je ne suis pas sûre pourquoi le Canada ne s'intéresse pas au design.

**M. Colin Carrie:** Je pense que nous en avons l'intention. Pour ce qui est des détails, je suis très heureux de vos recommandations, car c'est quelque chose que nous devons examiner.

Dans votre 7<sup>e</sup> recommandation, vous dites qu'il faut investir davantage dans les services de design aux fins du développement des exportations. Quelles sont les possibilités d'exportations canadiennes dans votre domaine?

**Mme Samantha S. Sannella:** À l'heure actuelle, je pense qu'environ 7 p. 100 de tous les revenus de design vont au marché d'exportation. Une forte proportion va aux États-Unis, mais depuis l'augmentation de la valeur du dollar, nous voyons de plus en plus de services de design exportés en Chine, à Hong Kong, en Asie, en Inde, qui est un immense marché, en Amérique du Sud et dans les pays arabes. Et cela touche toutes les disciplines. Comme je le disais, on peut dire facilement que ce sont des Canadiens qui construisent des projets à Dubaï rapportant 40 à 50 millions de dollars, une somme considérable pour une entreprise canadienne.

À l'heure actuelle, très peu de programmes gouvernementaux aident les designers à lancer leurs carrières à l'étranger. Nous avons aujourd'hui les groupes commerciaux, que vous connaissez tous bien sûr. Au cours des cinq dernières années, le gouvernement a diminué ses dépenses de programme. L'an dernier, je pense que nous avons eu droit à environ 20 000 \$ pour lancer des nouveaux designers sur le marché étranger — ce qui, comme vous le savez, suffit à peine à payer l'espace d'un kiosque dans une foire commerciale.

Nous savons évidemment que la baisse du financement est attribuable au climat politique, mais cela nous empêche vraiment de faire la promotion des nouveaux designers et d'aider les bureaux étrangers à comprendre que le design ce n'est pas seulement produire un bel objet en verre mais que cela comprend aussi des services de design. Donc nous n'avons pas d'argent pour informer les bureaux étrangers que les services de design sont un produit canadien commercial important; nous n'en avons pas. Nous essayons de le faire avec nos propres moyens, mais c'est vraiment difficile. Nous utilisons nos points de grands voyageurs pour aller rencontrer ces personnes et leur dire ce que sont les services de design, mais la plupart des bureaux commerciaux étrangers ne comprennent même pas.

**M. Colin Carrie:** Vous avez mentionné la baisse du financement, or dans le dernier budget nous avons en fait augmenté le financement de la science et technologie et de la recherche et développement de l'ordre de 1,3 milliard de dollars, je crois. La question est donc de savoir comment avoir accès à cet argent, comment en obtenir une part.

Est-ce que des mesures fiscales ou des politiques du gouvernement canadien nuisent à votre industrie?

**Mme Samantha S. Sannella:** Eh bien, il n'y a pas vraiment d'obstacles, car il n'y a pas de politique non plus. Il n'y a aucune politique en matière de design, et nous devrions en avoir une.

Pour ce qui est de la fiscalité, il est évident qu'un crédit d'impôt ou un incitatif fiscal pour le secteur du dessin industriel et celui du design de communication visuelle aiderait les entreprises manufacturières dans leurs activités de commercialisation. Je pense qu'il est essentiel d'examiner le secteur manufacturier ainsi que le taux de commercialisation des nouveaux produits. La mise au point de nouveaux produits rehausse la rentabilité. Nous l'avons montré dans de nombreuses études. L'élaboration de nouveaux produits est liée aux services de design. Ainsi, si nous encourageons les fabricants à investir dans les services de design, ils seront plus rentables. C'est aussi simple qu'un cours d'introduction à l'algèbre — mais nous ne le faisons pas. D'autres pays le font, mais pas nous. Nous devrions le faire.

Le Québec a en fait un crédit d'impôt pour les services de dessin industriel — mais pas pour les communications visuelles — et elle réussit mieux que les autres provinces à maintenir son secteur manufacturier. C'est un très petit secteur, mais je crois qu'une grande partie de leur financement a été éliminé au fil des années, mais au moins ils ont quelques idées pour corriger la situation.

• (1005)

**M. Colin Carrie:** Merci beaucoup.

Je m'adresse maintenant à la Canadian Booksellers Association. Pourriez-vous me parler un peu plus des sites Internet et du commerce électronique. Vous avez dit qu'en fait Amazon.ca n'est pas autorisé au Canada...? Pourriez-vous nous en dire un peu plus à ce sujet?

**Mme Susan Dayus:** Non, ce n'est pas que cela n'est pas autorisé. Lorsque Amazon est venu au Canada, il n'y avait pas de politique en place — il n'y en a toujours pas d'ailleurs — en ce qui concerne les entreprises Internet qui font des affaires au Canada.

Par exemple, Barnes and Noble ne peut venir au Canada et prendre le contrôle de l'entreprise, ou un éditeur américain ne peut pas tout simplement venir ici et prendre le contrôle d'une entreprise d'édition canadienne, car il y a des règlements en place. Cependant, Amazon a pu venir au Canada, mettre sur pied Amazon.ca et cela, sans avoir un seul employé ni un seul immeuble au Canada. Ils font tout cela à partir de Seattle, en partenariat avec Postes Canada par l'intermédiaire de Assured Logistics qui distribue les livres et s'occupe de toute la logistique pour faire livrer les livres partout au Canada.

Nous disons que cela leur a accordé un avantage déloyal au Canada, car ils ont pu contourner le règlement que tous les autres doivent respecter.

C'est chose faite, de sorte que nous ne disons pas qu'il faudrait revenir en arrière maintenant. Cela n'est pas possible. Cependant, nous pensons que le gouvernement doit examiner une stratégie pour empêcher que cela se produise à nouveau.

**Le président:** Merci.

Nous allons maintenant passer à madame Nash.

**Mme Peggy Nash (Parkdale—High Park, NPD):** Merci beaucoup.

Bienvenue à tous les témoins ce matin.

Je voudrais revenir sur la question d'Amazon, madame Dayus. Avec le dollar canadien qui a pris de la valeur, je suis certaine qu'il y a encore plus de gens qui achètent des livres en ligne d'un fournisseur américain.

Avez-vous une idée du pourcentage des achats de livres qui se font à l'heure actuelle en ligne auprès d'une entreprise américaine?

**Mme Susan Dayus:** Non, malheureusement, je n'ai pas de données à cet égard. Par ailleurs, nous n'avons pas non plus de données sur le nombre de personnes qui traversent la frontière et qui remplissent leur voiture de livres parce qu'elles veulent les acheter au prix américain.

Tout ce que je peux dire, c'est que les libraires à qui j'ai parlé partout au pays — je n'ai pas parlé à tous les libraires, mais à bon nombre d'entre eux — disent que leurs ventes ont diminué. C'est peut-être parce que leurs prix ont baissé. Et c'est une bonne chose; les éditeurs cherchent depuis plus d'un an à faire baisser le prix des livres. Cette baisse est transmise au consommateur.

**Mme Peggy Nash:** Je sais que cela est un irritant pour les gens — on en a parlé dans les médias —, car ils voient deux prix sur la couverture du livre. Dans l'industrie du livre sans doute plus que dans d'autres secteurs, cela a peut-être motivé les gens à s'approvisionner ailleurs.

**Mme Susan Dayus:** C'est exact. Comme M. Tabor l'a dit, le climat a changé. Les étudiants et les consommateurs en général regardent maintenant sur Internet pour comparer les prix. Lorsque nous avons des politiques en place qui contribuent à maintenir nos prix élevés, ce n'est pas bon pour le gouvernement, ce n'est pas bon pour les Canadiens.

**Mme Peggy Nash:** Que recommandez-vous exactement par rapport à une entreprise comme Amazon, qui fonctionne en toute légitimité, mais qui semble contourner les règles de contenu canadien ici?

**Mme Susan Dayus:** Une chose dont nous devons nous assurer — et cela concerne seulement le magasinage outre-frontière, peu importe de quelle façon il se fait —, c'est que les taxes sont perçues sur les produits qui entrent au Canada. Non seulement les consommateurs comparent-ils les prix, mais dans bien des cas, ils cherchent aussi à ne pas payer la TPS. Ce n'est pas pour cette raison, mais cela revient à ce que nous aimerions voir, c'est-à-dire l'élimination de la TPS sur tous les livres.

**Mme Peggy Nash:** Mais plus précisément en ce qui concerne la situation d'Amazon, si le gouvernement éliminait la TPS sur tous les livres, est-ce que vous dites qu'il n'y a rien qui...?

Vous ne recommandez rien de précis en ce qui concerne l'achat de livres en ligne d'une entreprise américaine — ou bien est-ce parce que vous pensez qu'il n'y aurait pas de solution à ce problème?

• (1010)

**Mme Susan Dayus:** Je pense que c'est déjà fait. On ne peut pas revenir en arrière dans le cas de quelque chose d'aussi gros. Nous devons nous assurer, par exemple, que les livres qu'ils achètent sont achetés par l'intermédiaire de distributeurs canadiens, et non de distributeurs américains, et qu'ils respectent exactement les mêmes règles qui régissent les autres libraires — sur les campus, dans le commerce, les libraires spécialisés — au Canada.

**Mme Peggy Nash:** Merci.

M. Hardacre, en ce qui concerne la production canadienne, vous avez dit qu'environ la moitié du travail que font les acteurs canadiens est dans la production canadienne et l'autre moitié dans des ententes de service, et que ce sont les ententes de service qui ont été particulièrement touchées par la hausse du dollar canadien. Serait-il logique alors, particulièrement dans le contexte actuel, de renforcer notre base de production canadienne comme moyen pour face à la hausse du dollar canadien? Est-ce une chose que vous recommanderiez?

**M. Richard Hardacre:** Eh bien, vous avez en moi un nouvel admirateur, car c'est exactement ce que nous tentons de faire. Tout d'abord, nous sommes des artistes de la scène canadiens, nous sommes des artistes canadiens, et nous nous préoccupons de la culture canadienne, et des histoires canadiennes, et de l'identité canadienne. Nous aimons travailler avec ce genre de matériel. Alors oui, absolument.

Je sais que l'ACTRA et les autres syndicats encourageront toujours la production étrangère. La production qui est filmée ici entraîne une activité économique considérable partout au pays. Nous n'allons jamais décourager cela. Nous nous rendons cependant compte que c'est dangereux de ne compter que sur cette production. Lorsque la production d'Hollywood décide de filmer seulement en Roumanie et au Mexique, ce qu'ils disent qu'ils feront si nous ne... En fait, lors des négociations de l'ACTRA l'an dernier, le vice-président exécutif de Disney nous a dit, de l'autre côté de la table de négociation, que si nous ne réduisions pas nos tarifs de 25 p. 100 et si nous ne leur accordions pas le droit de diffusion sur Internet gratuitement, ils iraient filmer toutes leurs productions en Roumanie et au Mexique. C'est ce genre de propos que l'on échange à la table de négociation lorsqu'on traite avec des avocats d'Hollywood, malheureusement. Mais nous n'avons pas écouté, et nous avons gagné.

Je vous remercie, madame Nash, de votre question. Il est absolument essentiel que nous construisions l'industrie canadienne. Nous devons le faire par tous les moyens possibles, car nous ne pouvons pas nous fier aux aléas du taux de change et de la spéculation, qui fait augmenter ou diminuer la valeur du dollar canadien. Et Hollywood s'éloigne à mesure que le dollar prend de la valeur.

Nous devons absolument construire cette industrie et c'est ce que nos membres chef de file tentent de faire.

**Mme Peggy Nash:** Merci.

**Le président:** Nous allons donner la parole à monsieur Simard.

**L'hon. Raymond Simard (Saint-Boniface, Lib.):** Merci beaucoup, monsieur le président, et bienvenue à nos témoins.

M. Hardacre, j'aimerais commencer par vous poser quelques petites questions.

J'ai le privilège d'avoir dans ma circonscription la troupe de théâtre la plus ancienne au Canada, *Le Cercle Molière*, à Saint-Boniface. Je pense qu'elle célèbre cette année son 90<sup>e</sup> anniversaire. Je ne peux tout simplement pas m'imaginer la circonscription sans ces gens. Je connais tous les acteurs et ils travaillent tous à temps partiel, car ils ne peuvent gagner leur vie à plein temps avec leur travail d'acteur.

J'aime l'idée de l'étalement du revenu. Je me demande si vous pourriez nous en parler. Comment peut-on faire cela lorsqu'on ne peut pas gagner sa vie comme acteur et qu'il faut avoir un autre emploi? Vous pourriez peut-être nous en parler.

Deuxièmement, nous savons tous que le Québec a une industrie du cinéma et de la télévision qui est très vivante. Cette industrie est reconnue à l'échelle internationale et gagne des prix, presque annuellement. Y a-t-il quoi que ce soit en particulier que la province de Québec fait pour encourager cela, et que nous devrions peut-être envisager à l'échelle fédérale?

**M. Richard Hardacre:** Excellent. Merci. Je me ferai un plaisir de répondre à ces deux questions, dans l'ordre inverse si vous me le permettez.

Ce que le Québec fait est exactement ce que nous devons faire, être fiers de notre identité unique. Le Canada anglais en a une, et nous devons travailler pour la bâtir. L'industrie québécoise a un auditoire engagé pour la télévision, pour le cinéma et pour le théâtre, comme Saint-Boniface. Cela ne s'est pas produit de façon accidentelle. Cela s'est produit parce que notre gouvernement fédéral et le gouvernement du Québec encouragent depuis des décennies la production locale, et encouragent l'ensemble des téléspectateurs, et encouragent surtout ce que nous appelons nos histoires canadiennes. Il n'est pas nécessaire que ce soit une histoire au sujet d'une maison à Cabbagetown à Toronto ou un endroit sur la rue Granville à Vancouver; il suffit que ce soit des histoires qui nous intéressent. Elles seraient écrites par des Canadiens, dirigées et interprétées par des Canadiens.

Si le Canada pouvait prendre l'exemple des industries culturelles du Québec, comme nous croyons que nous commençons à le faire, et être fier de notre identité et avoir en place des règlements qui encouragent, non pas seulement qui encouragent, mais qui exigent un minimum de contenu et un minimum de dépenses pour de la programmation canadienne de la part des grands radiodiffuseurs privés comme CTV, CanWest Global, qui ont doublé leurs profits annuels au cours des trois dernières années et qui consacrent moins de 3 p. 100 de leur revenu à des productions canadiennes, alors nous ferions quelque chose que le Québec a déjà fait.

• (1015)

**L'hon. Raymond Simard:** C'est-à-dire l'étalement du revenu?

**M. Richard Hardacre:** Oui, l'étalement du revenu.

Je suis un artiste de la scène, je suis fier de le dire, et j'ai eu plusieurs emplois à temps partiel qui n'avaient rien à voir avec les arts de la scène. La plupart des artistes, lorsqu'ils doivent travailler, ont d'autres emplois à titre de travailleurs indépendants. L'étalement du revenu est également quelque chose de bien connu au Québec; ça se fait en tant que travailleur indépendant.

Si un acteur n'a pas de travail cette semaine comme acteur, il travaille alors la semaine prochaine comme serveur ou comme barman et son revenu pourrait être étalé sur plusieurs années — peut-être sur une période de six ans ou quelque chose du genre. Il y a eu des années où en tant qu'artiste de la scène, je suis fier de dire que j'ai gagné près de 100 000 \$, tandis qu'une autre année, je n'en ai gagné que 4 000 \$, mais pourtant j'étais imposé la deuxième année comme si j'avais gagné 100 000 \$. Mes déductions fiscales étaient tellement...

Sur une note personnelle, je dirais que je ne devrais pas déclarer publiquement ce que je gagne, je préférerais ne pas le faire. Je paie cependant des impôts sur tout. Je suis fier de payer des impôts.

**L'hon. Raymond Simard:** Vous ne voulez pas voir trop d'années où vous ne gagnez que 4 000 \$.

**M. Richard Hardacre:** Non.

**L'hon. Raymond Simard:** Merci beaucoup.

Madame Dayus, rapidement, vous avez dit que bon nombre de petits libraires faisaient faillite. Je me demande si ce n'est pas plutôt à cause de l'arrivée des librairies de grande surface comme Chapters, plutôt qu'à cause du dollar et d'autres raisons. Il y a eu une restructuration dans l'industrie qui, je pense, est assez évidente. Je me demande pourquoi on paierait, par exemple...

Vous parlez de profit de 1 à 2 p. 100. J'ai acheté un livre de Ken Follett que j'ai payé 40 \$ chez Chapters, et ma belle-soeur m'a dit qu'elle l'avait vu chez Costco à 23 \$ la même semaine. Est-ce un produit d'appel? Comment peut-il y avoir une telle différence de prix pour un livre?

**Mme Susan Dayus:** Vous avez tout à fait raison. Dans bien des cas, les vendeurs à prix réduit utilisent les livres comme produit d'appel, pour faire quelques sous, ou un très petit profit, car c'est une comparaison tellement visible qu'ils peuvent mettre en évidence comme pour dire, si nous vendons nos livres à ce prix, alors tout le reste doit être vendu presque au prix coûtant.

**L'hon. Raymond Simard:** Est-ce que la petite librairie est une chose du passé?

**Mme Susan Dayus:** Non, je ne le crois absolument pas. Les petites librairies indépendantes —

Je vais revenir en arrière un moment. Les librairies Indigo et Chapters sont également membres de notre groupe; ce sont des gens qui vendent des livres pour vivre par opposition à ceux qui les vendent comme de simples objets. C'est d'ailleurs pour cela qu'à notre avis, il faut réserver aux livres un traitement différent de celui que l'on réserve aux boulons et aux écrous. Ils sont précieux pour le Canada, pour les collectivités et les économies locales. Ils rassemblent les gens. Ils font partie intégrante de l'alphabétisation et de la connaissance que nous avons de notre pays. Par conséquent, non, je ne pense pas qu'ils sont en voie de disparition, mais ils sont très vulnérables, très fragiles.

Ces nombreuses fermetures de librairie sont survenues sur une certaine période de temps et dans bon nombre de cas, elles ont été la conséquence de l'arrivée de magasins à grande surface qui ont modifié le paysage de la vente au détail. Il n'empêche que nous envisageons la possibilité d'ouvrir de nouvelles librairies.

**Le président:** Je vous remercie.

Merci, monsieur Simard.

Nous allons maintenant donner la parole à monsieur Van Kesteren.

**M. Dave Van Kesteren (Chatham-Kent—Essex, PCC):** Je vous remercie, monsieur le président, ainsi que vous, mesdames et messieurs les témoins, de votre présence parmi nous.

Richard, je vais vous lancer un défi, après quoi je poserai ma question. À mon avis, il y a un écart entre ce que, à votre avis, nous devrions regarder et ce que le public souhaite vraiment regarder. Prenons l'exemple d'un film comme *Wild Hogs*. Sur le plan culturel, cette oeuvre n'est peut-être pas très riche, mais vous savez quoi? Monsieur tout le monde, de retour à la maison après sa journée de travail, tient à être divertit.

Au fond, ma question est peut-être la suivante. À votre avis, pensez-vous que nous devrions regarder les émissions que vous souhaitez nous voir regarder, ou est-ce que vous voulez que le public...?

Je vais vous donner un autre exemple. Récemment, nous avons produit un film intitulé *Young People...* et la partie que je laisse en

blanc, en anglais commence par un « f » et se termine par un « g ». C'est nous qui avons financé cela.

Estimez-vous que nous devrions vous donner entière latitude pour financer des oeuvres qui, dans certains cas, à mon avis sont répréhensibles et, dans d'autres cas, peuvent être simplement ennuyeuses? Ou bien, si le gouvernement doit participer au soutien de l'industrie cinématographique, devrait-il avoir un droit de regard sur les oeuvres produites?

J'aimerais savoir ce que vous en pensez — mais ne soyez pas trop long s'il vous plaît, car je vais partager mon temps de parole avec mon ami, M. Arthur.

• (1020)

**M. Richard Hardacre:** C'est une bon défi. Je ne m'étendrai pas trop. Vos remarques sont excellentes.

Tout d'abord, je ne suis pas favorable à la censure et je ne tiens pas à ce qu'on dise au public ce qu'il devrait ou ne devrait pas regarder. À mon avis, le public doit avoir le droit de regarder ce qu'il souhaite regarder pour se divertir. Le divertissement, c'est de l'évasion, et ça devrait être agréable. Le public devrait pouvoir regarder ce qu'il veut. Il s'agit de la liberté de choix ici.

Toutefois, ce que nous vous recommandons vivement, c'est qu'un minimum de contenu canadien soit disponible. À l'heure actuelle, il n'est pas obligatoire d'en offrir à la télévision. Si vous vous reportez au contenu de la semaine dernière...

Ce tableau date du mois dernier, mais on peut y voir, par exemple, l'horaire de la chaîne Global pour la dernière semaine d'octobre, du samedi au vendredi. Les heures de grande écoute sont de 19 heures à 23 heures. Les émissions américaines sont en bleu, les émissions canadiennes en rouge. Eh bien, il y a une demi-heure de rouge et vingt-six heures et demie en bleu aux heures de grande écoute. On observe la même chose à la chaîne CTV: le bleu représente les émissions américaines, le rouge, les canadiennes.

Chez moi, nous regardons très souvent des émissions de divertissement autres que canadiennes à la télévision. Fort bien, mais il faut aussi qu'on puisse choisir des émissions canadiennes. Les emplois des Canadiens en dépendent ainsi que l'économie de notre pays. Il ne s'agit pas seulement de réclamer cela pour des raisons abstraites et strictement culturelles — « Ah, comme c'est beau la culture canadienne » —, c'est, en fait, une question de bilan financier, une question de travail.

**M. Dave Van Kesteren:** Mais si nous produisons ce genre de choses, est-ce que quelqu'un va regarder?

J'aimerais souligner le fait que les Américains ne reçoivent aucun soutien, et que vous pouvez voir leurs émissions en bleu. Ils ont assez de perspicacité pour se rendre compte que c'est le genre d'émissions que les gens veulent regarder. C'est peut-être basement matériel, mais est-ce que nous devrions nous interposer et dire: « Non, vous devriez plutôt regarder ceci », alors que le public répond que grâce au satellite, il va regarder ce qu'il veut.

**M. Richard Hardacre:** Une émission sans public ne devrait certainement pas être en onde. Rien n'exige qu'on montre un film qui n'a pas d'auditoire. Toutefois, si la télévision et le cinéma peuvent puiser régulièrement dans les recettes publicitaires... Selon l'AC-TRA, il suffirait de 7 p. 100 des recettes des grands diffuseurs pour créer deux heures d'émission sur les 28 du créneau de grande écoute. Si l'argent est disponible, alors on concevra toujours de nouveaux projets, monsieur Van Kesteren.

Si l'un d'entre eux échoue, il restera toujours les grands succès, tels *Corner Gas*; et *Trailer Park Boys*. Je ne parle pas ici d'un long métrage dont le titre contient des jurons. Nous parlons de séries de langue anglaise suivies chaque semaine par plus d'un million de téléspectateurs au pays. De telles émissions sont déjà diffusées.

Il n'y a cependant qu'un exemple, celui de *Corner Gas*, qui correspond à une demi-heure de la programmation hebdomadaire de la chaîne Global.

**M. Dave Van Kesteren:** Je vais partager mon temps de parole avec M. Arthur.

**Le président:** Il vous reste moins d'une minute. Le prochain tour est de cinq minutes, si vous voulez cinq minutes.

**M. André Arthur (Portneuf—Jacques-Cartier, Ind.):** Est-ce que je peux ajouter ces quelques secondes à mon prochain temps de parole plus tard?

**Le président:** Certainement.

**M. André Arthur:** Je vous remercie, monsieur le président.

**Le président:** Nous allons donner la parole à M. Vincent.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Merci.

Vous avez montré une grille où il y avait plus de bleu que de rouge. Toutefois, le CRTC a décrété qu'il devait y avoir 60 p. 100 de contenu canadien dans ces émissions.

Comment se fait-il que l'on retrouve seulement des émissions américaines?

[Traduction]

**M. Richard Hardacre:** Ils n'ont pas encore déclaré cela.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Le CRTC demande aux radiodiffuseurs d'inclure 35 p. 100 de contenu canadien dans la musique qu'ils diffusent. À la télévision, il demande 60 p. 100 de contenu canadien. Selon votre grille horaire, les 60 p. 100 de contenu canadien n'existent pas. Cela contrevient au règlement du CRTC.

Comment expliquez-vous cela?

[Traduction]

**M. Richard Hardacre:** Je vous remercie.

À mon avis, CanWest Global va suivre très attentivement les décisions du CRTC. Ce qui se passe en ce moment aura des répercussions de plusieurs milliards de dollars.

Quant à nous, nous continuons à préconiser un minimum de contenu canadien aux heures de grande écoute. Global et CTV, les grands diffuseurs privés, affirment affecter de l'argent à des émissions prioritaires — autrement dit, canadiennes, qu'il s'agisse d'émissions d'actualité, sportives ou de variété —, mais ces dernières ne sont pas nécessairement diffusées pendant les heures de grande écoute. Or, il faut que nous puissions voir des émissions canadiennes pendant ces heures-là, et nous le redirons et le redirons encore.

• (1025)

[Français]

**M. Robert Vincent:** D'accord.

Madame Sannella, vous disiez qu'il fallait soutenir le design. Les gens qui travaillent en design sont-ils des travailleurs autonomes?

[Traduction]

**Mme Samantha S. Sannella:** Cela dépend du secteur de design dont il est question. Je crois que 62 ou 63 p. 100 des concepteurs

graphiques sont à leur propre compte. C'est moins dans le cas du design d'intérieur, moins pour les architectes. Les concepteurs industriels sont surtout à leur propre compte. Le nombre de concepteurs à leur propre compte, toutes catégories confondues, varie selon le secteur de design.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Selon vous, à quel secteur le gouvernement canadien devrait-il accorder des subventions pour ces designers? Qu'est-ce que ça rapporterait de vous subventionner? En fait, je cherche l'intérêt dont vous parlez, parce que je voudrais le faire valoir plus tard. J'aimerais bien comprendre pourquoi on devrait soutenir davantage les designers que les éditeurs dont on paie les livres 15 p. 100 de plus, aux dires de M. Tabor.

Pouvez-vous développer cette question, s'il vous plaît?

[Traduction]

**Mme Samantha S. Sannella:** À mon avis, si le gouvernement tient à stimuler l'économie de la fabrication et à lui faire atteindre un niveau plus élevé dans la chaîne de valeur, alors, il doit soutenir le design tant industriel que graphique. C'est indispensable.

Cela dit, l'architecture, le design d'intérieur et l'aménagement paysagé ne font pas partie de l'équation. Par conséquent, si l'initiative gouvernementale en matière d'innovation favorise de nouveaux produits et une concurrence canadienne plus vive sur le marché international, alors il doit inclure le design industriel et le graphisme dans l'équation. Il doit subventionner ces deux activités pour stimuler la fabrication, tout en les aidant à comprendre qu'il est essentiel qu'elles fassent partie de l'équation de l'innovation.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Vous utilisez les produits du secteur manufacturier pour décorer et créer. Croyez-vous que le secteur manufacturier devrait obtenir une subvention un peu plus élevée pour l'aider à se sortir de son marasme économique causé par la fluctuation du dollar et les exportations de la Chine?

Vous utilisez des produits déjà fabriqués que vous mettez en valeur. Il y a donc autant de designers qui travaillent pour des magasins, ou ailleurs, qu'il y en a qui font du design d'intérieur ou qu'il y a d'architectes autonomes.

Ne devrait-on pas soutenir davantage le secteur manufacturier afin que vous ayez les outils nécessaires à votre décoration?

[Traduction]

**Mme Samantha S. Sannella:** Oui, c'est ce que j'essayais de vous dire. J'aimerais parler français. Un jour, peut-être.

Pour être précise, si l'on cherche à stimuler l'économie manufacturière, alors, il faut que nous soutenions le design industriel et le graphisme, les inclure dans l'équation de l'innovation. Le design peut même être le moteur de l'industrie de la fabrication plutôt que le contraire.

Pour ce qui est de la fabrication d'ameublements, peut-être qu'on peut y inclure les concepteurs d'intérieur. S'agissant d'automobiles, peut-être aussi qu'il faut compter davantage de concepteurs industriels, et peut-être même une combinaison de concepteurs pour concevoir des intérieurs d'auto de meilleure qualité.

On peut aussi inclure d'autres genres de concepteurs, mais à tout le moins, il faut certainement accorder une subvention ou un crédit d'impôt pour le recours aux services de ces professionnels, mais surtout les concepteurs industriels et graphiques, dans l'équation de l'innovation.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Est-ce tout? Est-ce terminé?

**Le président:** Oui, c'est tout.

**M. Robert Vincent:** Me reste-t-il quelques-unes des 30 secondes de tout à l'heure, qui me permettraient de faire une minute?

[Traduction]

**Le président:** Je vous ai donné cinq minutes et 45 secondes.

Monsieur Arthur, la parole est à vous.

● (1030)

**M. André Arthur:** Je vous remercie, monsieur le président.

Je vais d'abord poursuivre sur la lancée de M. Simard au sujet de l'étalement du revenu. Une telle mesure est nécessaire dans tout régime fiscal équitable, surtout dans le cas des créateurs, qui vivent dans la précarité pendant des années. Ils ont une bonne année, puis trois mauvaises, des années de vaches grasses et des années de vaches maigres, et c'est aussi le cas des sportifs professionnels, des artistes, des comédiens et de tous ceux qui sont à leur propre compte.

Le jour où nous reviendrons à l'ancien système fiscal canadien, que nous avons aboli, nous aurons fait un pas décisif vers l'équité fiscale. Je ne sais pas si notre comité peut participer à un débat sur le sujet, mais j'aimerais que nous en discutions à un moment ou l'autre.

[Français]

Votre deuxième point, monsieur Simard, concernait la qualité de l'industrie culturelle québécoise.

C'est un mythe au Canada anglais. La culture québécoise, ou les producteurs culturels québécois, ont un avantage que tout le monde rêve d'avoir: ils ont un auditoire captif. Plus on réduit la qualité de l'enseignement de l'anglais, plus on érige autour du Québec des barrières qui empêchent les gens de savoir ce qui se passe ailleurs et qui empêchent la mobilité des gens à travers les frontières interprovinciales ou internationales.

De plus en plus, le public québécois se voit confiné à des productions artistiques de plus en plus médiocres et à une classe culturelle de plus en plus incestueuse.

On doit savoir que dans l'industrie du cinéma au Québec, il n'y a à peu près jamais d'auditions qui font appel au talent, mais seulement le recrutement d'amis dans des productions subventionnées. Il n'y a pas d'auditions dans le cinéma québécois, ou à peu près jamais. On a de plus en plus d'artistes subventionnés qui se promènent en Mercedes pendant que leur public n'a pas les moyens de s'en payer.

Un groupe de plus en plus restreint est très largement subventionné. Vous n'avez pas idée du nombre de productions d'une stupidité extraordinaire que les Québécois se font servir par les télévisions francophones privées et étatiques au Québec parce qu'ils n'ont pas le loisir de regarder ailleurs.

[Traduction]

Monsieur Hardacre, la politique culturelle canadienne a toujours comporté l'obligation d'offrir un contenu canadien. Est-ce ainsi parce que vous n'avez pas confiance que le public canadien va appuyer et regarder des émissions de qualité, ou parce qu'il est trop peu intelligent pour reconnaître la qualité, ou encore parce que vous ne vous croyez pas capable vous-même de produire une programmation

de qualité susceptible d'être reconnue et soutenue? Comment se fait-il que vous ayez toujours besoin du grand frère qu'est le gouvernement pour forcer le public canadien à vous regarder?

**Le président:** Monsieur Hardacre, il s'agit d'une question très subtile.

**M. Richard Hardacre:** En tout cas, je la trouve certainement très stimulante.

Monsieur Arthur, merci. C'est une excellente question à me poser.

En tant que regroupement d'artistes de la scène, nous n'attendons pas du gouvernement qu'il joue le rôle de grand frère et nous n'y tenons pas. Il est question ici de notre culture et de l'identité culturelle. Or, malheureusement, nous ne nous occupons ni de l'une ni de l'autre.

Vous avez posé l'alternative suivante : soit le public n'est pas assez intelligent, soit nos oeuvres sont de trop piètre qualité, c'est bien cela? Il y a toutefois une autre possibilité, c'est ce qui existe à l'heure actuelle.

Dans tous les pays, la télévision est une véritable pépinière de cinéastes, particulièrement dans les pays de langue anglaise. Or, la télévision de notre pays est envahie. Les diffuseurs privés sont inondés d'émissions américaines, et ce n'est pas un hasard. C'est le résultat du dumping, car les diffuseurs d'ici peuvent payer le produit américain à des prix de dumping, inférieurs à ce que coûte une heure de programmation canadienne, parce que l'émission américaine a déjà fait ses frais aux États-Unis.

Le produit fait donc l'objet de dumping au Canada, et les diffuseurs privés profitent ensuite des droits de diffusion simultanée, ce qui leur permet de vendre des messages publicitaires à des prix avantageux. Les recettes publicitaires sont en effet très élevées parce qu'ils retirent les retombées des émissions diffusées aux mêmes heures d'écoute que dans les villes frontalières. On appelle cela la diffusion simultanée. Les diffuseurs ont donc cette protection, qui ne correspond nullement au libre-échange, et ils en tirent des avantages. Oui, nous reconnaissons le droit aux diffuseurs de réaliser des bénéfices, mais pas seulement en profitant de l'absence de véritables choix d'émissions en anglais pour les Canadiens aux heures de grande écoute.

● (1035)

**M. André Arthur:** Madame Dayus, vous nous avez dit que le prix des livres était fixé par d'autres, par les éditeurs, et que...

**Mme Susan Dayus:** Non, pas fixés.

**M. André Arthur:** Alors, établis ou proposés.

**Mme Susan Dayus:** Le prix imprimé sur le livre est établi.

**M. André Arthur:** Oui, et il est établi longtemps avant le moment de la vente.

**Mme Susan Dayus:** C'est exact.

**M. André Arthur:** Vous rendez-vous compte de ce qui se passerait si l'industrie pétrolière nous servait le même argument; nous serions révoltés, n'est-ce pas?

**Mme Susan Dayus:** Est-ce une question?

**M. André Arthur:** Vous rendez-vous compte à quel point il est difficile d'accepter cela? Il y a déjà longtemps, quelqu'un d'autre m'a dit quel était le prix à demander, mais vous devez le payer maintenant.

**Le président:** Madame Dayus, voulez-vous répondre à cette question?

**Mme Susan Dayus:** Bien sûr. Le fait est que les libraires achètent leurs produits bien à l'avance. Les livres n'ont pas de date de péremption comme le lait. Ils sont rangés sur des étagères. Il s'agit d'un produit qui a été payé. Certains restent en librairie jusqu'à six mois, un an. Ils peuvent se trouver en librairie parce qu'ils continuent de se vendre. On ne réimprime pas les livres constamment.

Donc, si un libraire doit payer un taux de change de peut-être 20 p. 100 et que tout à coup un consommateur exige d'acheter le livre en dollars américains au prix américain — et vous pouvez constater d'après les chiffres que je vous ai donnés que les librairies ont déjà une marge bénéficiaire très faible —, cela les désavantage terriblement.

**M. André Arthur:** Mais Amazon peut changer ses prix instantanément.

**Le président:** Très bien, c'est suffisant.

Je vous remercie, monsieur Arthur.

**Mme Susan Dayus:** Amazon n'emploie pas de Canadiens.

**Le président:** Nous allons maintenant passer à Mme Nash.

**Mme Peggy Nash:** Je vous remercie.

En ce qui concerne l'étalement du revenu sur les années suivantes, je suis très fier qu'un grand nombre de mes électeurs travaillent dans le secteur des arts. Nous avons des musiciens, des peintres, des écrivains, des comédiens de théâtre, des acteurs et l'étalement du revenu est une mesure que j'appuie de longue date. Mais si nous avons des architectes, des artistes, des radiodiffuseurs, des réalisateurs qui connaissent beaucoup de succès, nous avons également de nombreuses personnes qui vivent dans la pauvreté et qui se trouvent, en fait, à subventionner les oeuvres artistiques qu'ils nous offrent.

J'ai, en fait, une motion sur l'étalement du revenu pour les artistes, parce que je considère que c'est une façon de les aider à composer avec l'irrégularité du revenu qu'ils touchent pendant certaines années.

Je tiens à parler de la question du contenu canadien, parce que même si quelqu'un a dit plus tôt que les États-Unis avaient un marché libre à cet égard, en fait, les États-Unis sont le pays qui exporte le plus de biens culturels au monde. Ils font preuve d'une concurrence féroce lorsqu'il s'agit de pénétrer des marchés et de s'assurer que leurs produits sont vendus dans des marchés étrangers. D'autres pays, qu'il s'agisse des pays européens ou autres, prennent également des mesures très dynamiques pour appuyer leurs collectivités culturelles. Il me semble que, contrairement à certains autres secteurs de l'économie, où la période de R et D est courte après quoi on passe à l'étape de la production, dans le secteur culturel, la recherche et le développement, c'est le développement du talent de l'acteur. La création comporte énormément de préparation, qu'il s'agisse de design ou d'écriture ou quel que soit le type de création... elle comporte énormément de recherche et de développement, et le produit qui en découle, qu'il s'agisse d'un film vidéo, d'un disque compact, d'une représentation, ou de quoi que ce soit d'autre, cela ne représente en fait qu'une infime fraction de la création en tant que telle de ce produit.

Il me semble qu'à moins que nous appuyions l'étape de cette R et D, cette création du produit canadien, et que nous la défendions farouchement, la concurrence avec les autres créateurs ou producteurs ne sera pas équitable, particulièrement avec les États-Unis.

J'aimerais que vous commentiez cette situation.

• (1040)

**M. Richard Hardacre:** Certainement, je vous remercie.

Il ne fait aucun doute que dans notre industrie, du cinéma et de la télévision, Hollywood ou l'industrie américaine fait preuve d'impérialisme. On m'a déjà dit que les Américains avaient inventé le cinéma, et j'ai dû corriger les propos de cette personne en lui répondant, « Non, je suis désolé, le cinéma a été inventé en France, par les frères Lumière ».

Ils trouvent assez choquant qu'on leur dise que les Canadiens peuvent fabriquer un produit culturel, parce qu'ils considèrent que notre marché est leur marché. Et ce marché a été assez lucratif pour eux. Comme l'a indiqué la députée, les États-Unis sont le plus important exportateur de produits culturels au monde. Ils font des fortunes, des milliards de dollars, grâce à la vente de films et d'émissions de télévision dans notre pays — surtout des films. Seulement 2 p. 100 de nos écrans de langue anglaise présentent des films canadiens au cours d'une année. Seulement 2,3 p. 100 des écrans de notre pays — c'est la moyenne enregistrée l'année dernière — présentent des films canadiens en anglais. C'est honteux et inacceptable; c'est mon opinion.

**Mme Samantha S. Sannella:** Je crois aussi que le gouvernement doit montrer l'exemple. Par exemple, le monsieur au bout de la table a parlé de Douglas Cardinal, qui est l'un des plus grands architectes du Canada, qui se voit offrir plus de travail en Chine qu'au Canada. C'est le cas pour tous les architectes au Canada; ils travaillent à l'étranger dans bien des cas.

Le Canada n'investit pas dans ses ressources les plus importantes. Il est trop humble et n'aime pas le risque. Mon père avait l'habitude de dire qu'un spécialiste, c'est n'importe quel idiot qui vient d'ailleurs. Ils arrivent ici et construisent nos plus beaux immeubles, et je trouve ça dommage. Nous devrions investir dans nos propres créateurs pour bâtir notre pays.

**Mme Peggy Nash:** Les concepteurs font-ils partie des catégories d'artistes qui peuvent obtenir une subvention du Conseil des arts du Canada?

**Mme Samantha S. Sannella:** Non.

**Mme Peggy Nash:** Alors, comment les jeunes concepteurs commencent-ils leur carrière? Les subventions accordées par le Conseil des arts du Canada sont des subventions de démarrage qui aident les artistes émergents et établis.

**Mme Samantha S. Sannella:** Tout à fait. Une des recommandations que nous formulons, c'est que le design soit admissible aux subventions du Conseil des arts du Canada.

Comment les concepteurs commencent-ils leur carrière?

**Mme Peggy Nash:** Je suppose qu'ils doivent se lancer à leurs propres frais.

**Mme Samantha S. Sannella:** C'est le baptême du feu. Il y a un si grand nombre de diplômés d'écoles de design qui n'arrivent pas à faire carrière en design parce qu'il est très difficile de mettre un pied dans la porte et que les salaires sont extrêmement faibles. C'est une industrie où, malheureusement, il faut faire ses preuves. Il n'est pas inhabituel qu'un jeune concepteur travaille 16 heures par jour et soit rémunéré pour huit heures de travail. C'est la façon dont fonctionne l'industrie.

Il est dommage que ce soit devenu une pratique répandue, parce que si nous avions des programmes pour appuyer les jeunes concepteurs émergents — même des programmes où nous pourrions les aider à lancer leurs produits, ou les aider à les commercialiser, ou à comprendre les initiatives commerciales —, nous constaterions probablement un meilleur taux de réussite.

**Le président:** Je vous remercie.

Je vous remercie, madame Nash.

Nous allons maintenant passer à M. McTeague.

**L'hon. Dan McTeague:** Merci encore, monsieur le président.

Monsieur Tabor, vous avez mentionné les tarifs de 1999 et les changements apportés à la Loi sur le droit d'auteur. Pouvez-vous me rafraîchir la mémoire. Quelles en étaient les raisons?

**M. Chris Tabor:** J'étais là en 1999. Contrairement à la Loi sur le droit d'auteur dont on discute aujourd'hui, à l'époque on demandait effectivement de nombreuses contributions de la part des Canadiens et des industries intéressées.

Le problème, c'est qu'il s'agit d'un règlement très faible. Je crois que l'analyse faite au sujet de la réglementation a indiqué que c'était une bonne chose pour les éditeurs canadiens et, par conséquent, une bonne chose pour le Canada tout entier. À l'époque, nous avons considéré qu'il s'agissait d'un argument plutôt faible en faveur de l'imposition d'un tarif privé par une politique publique.

Pour répondre à votre question, c'est la portée de ce raisonnement. Si vous examiniez le règlement, vous seriez probablement en mesure de comprendre mieux que d'autres à quel point cet aspect de la politique est faible.

**L'hon. Dan McTeague:** Selon vous, la conséquence, sur le plan pratique, c'est que les livres étrangers qui proviennent d'éditeurs étrangers ont un avantage net sur les livres publiés ou produits au Canada à cause de l'imposition de ces tarifs, n'est-ce pas?

**M. Chris Tabor:** Non. Ce qui se produit, c'est que les éditeurs peuvent distribuer des livres qui proviennent des États-Unis ou du Royaume-Uni, et obtenir 10 à 15 p. 100 de plus. Une personne peut contourner le libraire et l'éditeur et acheter sans que ce tarif soit imposé, mais cela n'assure pas un avantage à un livre américain par rapport à un livre canadien; cela explique simplement la différence de prix de 10 à 15 p. 100.

• (1045)

**L'hon. Dan McTeague:** Très bien. Je vous remercie de cette réponse.

Madame Sannella, hier soir, je roulais sur la rue Bay, direction sud. J'ai jeté un coup d'oeil à ma droite et j'ai vu qu'à la place de l'ancienne Bourse de Toronto se trouvait le Design Exchange. Je me suis dit qu'il s'agissait tout simplement d'un magasin de vêtements. Quelques personnes en sont sorties et elles n'étaient pas très bien habillées. Je les ai confondues avec les présidents.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Dan McTeague:** Je me suis dit qu'il s'agissait simplement de conception de vêtements.

Il y a un certain nombre de personnes qui conçoivent des design assez novateurs. Dans ma circonscription, il y a une personne qui a conçu une étoffe tissée avec de la fourrure. C'est un produit qui a été extrêmement populaire. Je crois qu'elle vient de Uxbridge, qui se trouve au nord de la circonscription de M. Carrie.

Je me demande quelles sont les préoccupations, en l'occurrence, des membres de votre jeune organisation pour ce qui est de protéger leurs idées, la nouveauté des produits qu'ils conçoivent? Cela préoccupe-t-il vos membres?

**Mme Samantha S. Sannella:** Ils ont de grandes préoccupations. C'est une des questions qui inquiètent le plus les concepteurs, pas seulement les concepteurs de produits, mais aussi les concepteurs d'intérieur et les architectes qui amènent leurs croquis en Chine où ils font alors l'objet de contrefaçons.

Les nouveaux concepteurs de produits hésitent particulièrement à participer à des foires commerciales, parce qu'ils craignent qu'on vole leurs idées. Le Design Exchange travaille à un programme avec un cabinet d'avocats pour la propriété intellectuelle afin d'aider à former les concepteurs pour qu'ils comprennent l'importance de protéger leurs produits. C'est malheureux, parce que les concepteurs sont relativement mal payés. Ils ne peuvent pas se permettre de retenir les services d'un cabinet d'avocats pour les aider à protéger leurs produits. C'est un aspect auquel nous tâchons de les sensibiliser, mais nous constatons une hésitation de la part d'un grand nombre de petites entreprises — même de grandes entreprises — à mettre en valeur leur travail, parce qu'elles craignent les contrefaçons.

**L'hon. Dan McTeague:** C'est une information très utile, parce que je crois qu'un grand nombre d'entre nous pensent que lorsqu'il s'agit de conception et d'autres questions de ce genre, ce ne sont pas des questions qui préoccupent beaucoup les collectivités. Je pense que c'est un argument que votre industrie devrait faire valoir davantage devant notre comité — en prévision, du moins je l'espère, d'une loi sur la propriété intellectuelle et la contrefaçon.

Avez-vous des exemples à nous donner? Vous avez mentionné, par exemple, le concepteur qui se débrouille très bien à Shanghai, en Chine. À votre avis, cet ingénieur ou ce concepteur court-il encore des risques pour ce qui est de la protection de ses créations? Que fait le gouvernement canadien dans cette région du monde pour s'assurer que l'on comprenne bien que ceux qui produisent de nouveaux designs recevront une rémunération appropriée pour ces designs? Une telle garantie existe-t-elle, ou est-ce un risque que continuent de courir vos membres?

**Mme Samantha S. Sannella:** Il n'existe aucune garantie. C'est le plus grand risque de toute activité de ce genre.

Si, par exemple, un concepteur de produit a un excellent produit et n'arrive pas à le produire ici d'une façon rentable et va en Chine, cela représente un énorme risque, parce que ce qui se produit... Et nous en avons un bon exemple avec Umbra, qui fabrique des produits pour la maison, certains formidables, d'autres un peu moins. La compagnie possède plusieurs usines en Chine. Chaque fois qu'elle fabrique un produit, la semaine suivante une imitation de ce produit est mise sur le marché, et elle ne peut rien faire d'autre que de fabriquer continuellement de nouveaux produits pour damer le pion à la concurrence.

**L'hon. Dan McTeague:** Et pour votre information, monsieur le président et membres du comité, le siège social d'Umbra est maintenant à vendre à Scarborough. La compagnie est en train de fermer son principal entrepôt.

**Mme Samantha S. Sannella:** Vraiment?

**L'hon. Dan McTeague:** Oui.

Je vous remercie, monsieur le président.

**Le président:** Je vous remercie, monsieur McTeague.

Chers collègues, je tiens simplement à vous indiquer que la sonnerie retentit. Il y a un vote à 11 h 15; donc, nous avons 25 minutes. Mais en raison d'une règle sur laquelle a insisté le comité, le président a besoin du consentement unanime des membres pour siéger jusqu'à 11 heures. Donc, je demande votre consentement unanime pour que nous siégions jusqu'à 11 heures, après quoi nous irons à la Chambre. Ai-je votre consentement?

**Des voix:** D'accord.

**Le président:** Nous allons maintenant passer à M. Stanton.

**M. Bruce Stanton (Simcoe-Nord, PCC):** Je vous remercie, monsieur le président.

Je tiens à remercier nos témoins. L'information qu'ils nous ont fournie était très utile. Notre étude du secteur des services nous aide à mieux comprendre la dynamique et les secteurs de notre économie qui, du côté des services, renforcent l'économie canadienne. Vous nous avez certainement permis d'en apprendre plus sur cette question aujourd'hui.

J'aimerais adresser ma question, si possible, à Mme Dayus.

En ce qui concerne les commentaires que vous avez faits à propos de la TPS, nos notes d'information indiquent que dans les trois provinces qui ont actuellement une taxe de vente harmonisée — je suppose qu'elles sont quatre, il faudrait inclure le Québec. Quoi qu'il en soit, dans les provinces où la taxe de vente est harmonisée, un remboursement de la portion provinciale de la TVH est prévu. Il s'agit de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve.

Avez-vous des chiffres qui indiquent la façon dont ce remboursement a modifié les ventes dans ces provinces? Quelle a été l'expérience au niveau de ce remboursement à la source?

• (1050)

**Mme Susan Dayus:** En ce qui concerne les chiffres, je ne les ai pas tous. Je ne suis pas sûre si M. Tabor de Campus Stores a des chiffres à présenter.

Nous savons que les libraires dans ces provinces ont livré une lutte acharnée à l'époque pour s'assurer que les livres ne fassent pas l'objet d'une taxe provinciale, parce qu'il s'agit d'un produit culturel. Il faut que les livres soient aussi abordables que possible. C'est un aspect dont nous nous occupons à l'heure actuelle dans le reste des provinces. Au fur et à mesure que s'amorcent les pourparlers sur l'harmonisation entre les provinces partout au pays, nous tenons à nous assurer que les livres sont exempts de toutes taxes résultant de l'harmonisation.

Mais pour ce qui est des chiffres, je n'en ai pas.

**M. Bruce Stanton:** Savez-vous quelle est la proportion du 8 p. 100 qui est, en fait, remboursé à la source?

**Mme Susan Dayus:** Je l'ignore.

**M. Bruce Stanton:** Très bien. Je suppose que là où je veux en venir, c'est que le présent gouvernement a réduit la TPS. Vous avez reconnu et bien accueilli cette initiative. Là où je veux en venir, c'est que, en ce qui concerne les autres produits vendus au détail, si l'on adopte cette nouvelle taxe pour les produits de détail, cela favorisera de toute évidence les ventes. Si ces trois provinces ont constaté que cette taxe a été utile à l'industrie du livre, je pense que la réduction de la TPS devrait avoir les mêmes effets partout au pays.

Monsieur Tabor, aviez-vous quelque chose à ajouter à cela?

**M. Chris Tabor:** Je peux vous dire que lorsque les taxes harmonisées existaient dans les provinces dont vous avez parlé, si la portion provinciale qui s'applique aux livres était appliquée pendant une période aussi courte et était ensuite éliminée, cela serait très difficile à évaluer. Dans les faits, elle est entièrement remboursée. Il n'existe pas à ma connaissance une taxe provinciale sur les livres au pays.

**M. Bruce Stanton:** Dans les autres provinces, vous voulez dire?

**M. Chris Tabor:** Oui. Je ne crois pas qu'il existe de taxe provinciale au Canada sur les livres. Si une taxe existait, c'était pendant une très brève période; donc, nous ne pouvons pas évaluer les conséquences de son retrait.

En ce qui concerne la TPS, je peux vous dire au nom des étudiants de l'Université Queen's, qu'ils remercient le gouvernement de leur permettre de réaliser des économies d'environ 80 000 \$ par année sur les coûts de leurs manuels à la suite de la diminution de la TPS.

**M. Bruce Stanton:** Est-ce uniquement pour la librairie de l'Université Queen's?

**M. Chris Tabor:** C'est 80 000 \$ sur une année. Donc, si vous multipliez ce montant par une centaine d'écoles, cette diminution de pourcentage de la TPS représente une économie importante pour les étudiants. Je n'ai pas les chiffres sous la main. Je ne peux me fier qu'à notre propre expérience.

Pour revenir au point que j'ai soulevé, nous pensons qu'il faudrait simplement éliminer le tarif dont profite le distributeur étranger de livres et vous constaterez une diminution encore plus spectaculaire.

**M. Bruce Stanton:** En fait, cela m'amène à...

**Le président:** Monsieur Stanton...

**M. Bruce Stanton:** Mon temps est-il écoulé?

**Le président:** Oui.

**M. Bruce Stanton:** Comme le temps file.

**Le président:** Je vous remercie, monsieur Stanton.

Nous allons conclure avec M. Simard.

**L'hon. Raymond Simard:** Merci beaucoup, j'ai tout simplement deux brèves questions.

La première est la suivante. Nous avons beaucoup parlé de l'influence américaine sur notre industrie cinématographique et télévisuelle, mais nous n'avons pas parlé de l'influence européenne ou asiatique. Contrairement à M. Van Kesteren, je n'aime pas forcément rentrer chez moi pour regarder *Rambo*. Je regarde de plus en plus de productions européennes, par exemple *La vie en rose*. Je ne suis pas sûr s'il s'agissait d'une production franco-canadienne, mais c'est un excellent film. De plus en plus, un grand nombre de mes collègues, un grand nombre de gens que je connais, optent pour ce genre de film.

Est-ce que l'on constate un afflux de ce genre de film et de production télévisuelle européens ou asiatiques? Est-ce que cela porte atteinte à notre industrie, ou est-ce que cela affaiblit l'influence des États-Unis?

•(1055)

**M. Richard Hardacre:** Selon nous, il s'agit d'une petite proportion. Il s'agit d'ententes de coproduction. Il y a des productions étrangères qui filment au Canada à l'occasion. Les films Bollywood, par exemple, sont souvent tournés dans la région de Mississauga-Toronto parce qu'ils peuvent trouver dans cette collectivité des acteurs pour leurs films. Cela ne diminue pas l'importance de la production d'autres services. C'est une très petite fraction de la production. En général, un film comme *La vie en rose* — qui, je crois, est une coproduction entre la France et le Canada, mais dont certaines parties ont été filmées au Québec et non au Canada anglais — ne menace pas la production canadienne. Dans notre industrie, il y a toujours des gens qui sont disponibles. Ce n'est pas une industrie où il y a toujours plein emploi.

En fait, pour les interprètes, il n'y a jamais plein emploi. Les équipes peuvent bénéficier du plein emploi en Colombie-Britannique à l'occasion à cause de la présence de toutes les productions américaines qui y étaient tournées, ce qui n'est plus le cas, en passant. Une bonne partie de ces productions ne sont plus tournées au Canada à cause de la valeur du dollar.

**L'hon. Raymond Simard:** Je tiens d'abord à préciser que je viens de Saint Boniface au Manitoba et que je ne considère pas faire partie du Canada anglais. Le Canada est un pays bilingue.

En ce qui concerne les crédits d'impôt, je devrais probablement le savoir, mais en ce qui concerne les sociétés américaines qui viennent tourner à Winnipeg ou à Vancouver, disposent-elles d'avantages pour ce qui est des crédits d'impôt, ou ces avantages s'appliquent-ils uniquement aux sociétés canadiennes?

**M. Richard Hardacre:** Non. Il existe des crédits d'impôt fédéraux pour les services de production, dont le pourcentage est moins élevé — on les appelle les crédits d'impôt pour services de production — dont le pourcentage est inférieur à celui de la production intérieure. Je pense que les chiffres ne sont pas très élevés. Désolé, je ne les ai pas sous la main, mais je pense qu'ils sont de 11 et 13 p. 100. Cela s'applique à la portion main-d'oeuvre d'un budget seulement. À l'échelle provinciale, il existe d'autres crédits d'impôt qui s'appliquent uniquement à la main-d'oeuvre.

**L'hon. Raymond Simard:** Merci beaucoup. C'est tout pour moi.

**Le président:** Je vous remercie.

Nous avons deux minutes.

Monsieur Tabor, en ce qui concerne le point que vous avez soulevé à propos de la réglementation, j'ai posé la question aux attachés de recherche, mais si vous avez des renseignements à nous fournir à ce sujet, je pense que le comité aimerait en connaître les détails. Je terminerai sur cela.

Madame Sannella, les concepteurs ont indiqué, en ce qui concerne la stratégie en sciences et en technologie, qu'ils avaient l'impression de ne pas avoir été inclus dans la première ébauche. Il s'agissait de toute évidence de la première ébauche. Je crois, comme M. Carrie l'a indiqué, qu'il est certainement possible de les inclure dans le débat. Nous pourrions certainement présenter votre nom. S'il y a quelqu'un d'autre qui voudrait être inclus dans ce débat sur la stratégie en sciences et en technologie, indiquez-le nous. Je ne crois pas qu'il s'agisse d'un oubli; je pense qu'il s'agissait plutôt d'une première ébauche de discussion. Mais vous pouvez certainement en faire partie.

J'aimerais simplement terminer en posant une question à M. Hardacre.

Je faisais partie du comité qui a formulé les quatre recommandations portant sur la propriété étrangère dont vous avez parlé. L'un des témoins qui a comparu à l'époque était Leonard Asper. Je me souviens que le comité lui avait reproché de ne pas avoir consacré suffisamment de ressources aux émissions dramatiques, et j'avais utilisé l'expression « émission dramatique de langue anglaise ». Il a répliqué en posant deux questions au comité. Il a demandé combien des députés présents avaient vu *Law and Order*. Nous avons tous levé la main. Il a demandé combien d'entre nous avions vu l'émission phare *Blue Murder*. Aucun député de quelque parti que ce soit n'a levé la main. Sa réponse a été: « Vous me reprochez de ne pas consacrer des ressources aux émissions dramatiques, mais le fait est qu'aucun d'entre vous ne les regarde ».

C'est une très longue discussion, mais c'est une question très difficile. Nous appuyons tous ce genre d'initiative. C'est comme demander si l'on appuie le contenu canadien à la télévision. Nous y sommes tous favorables. C'est comme demander si vous aimez votre mère. Bien sûr que nous l'aimons. Mais si nous n'y donnons pas suite de façon concrète et ne regardons ces émissions... Il y a certaines comédies qui ont un assez bon succès, mais en ce qui concerne les émissions dramatiques, il semble que les Canadiens préfèrent regarder *Law and Order* plutôt que *Da Vinci's Inquest*, ou quoi que ce soit. Je pense que c'était dans cette perspective que M. Van Kesteren a fait son commentaire. Les Canadiens regarderont-ils des émissions dramatiques, subventionnées ou non, qui sont réalisées ici au Canada?

**M. Richard Hardacre:** Si on leur en donne la chance, l'auditoire augmentera. Leonard Asper n'est pas un bon exemple. CanWest Global avait une série également, intitulée *Cold Squad*.

**Le président:** Je pense que c'était l'une de ses émissions.

**M. Richard Hardacre:** Ils ont changé plusieurs fois l'heure à laquelle cette émission était diffusée. Au cours de la deuxième année, elle était diffusée, mais l'horaire de l'émission était changé d'une semaine à l'autre. Donc, on ignorait le soir où elle allait être diffusée, et l'auditoire s'est lassé. Puis ils l'ont remplacée par une émission américaine qu'ils ont obtenue à meilleur marché, intitulée *Cold Case*. C'était une émission qui était en fait calquée sur l'autre. Elle était extrêmement bien produite, parce qu'on y avait consacré beaucoup d'argent. Une série américaine d'une heure a un budget de 13 millions de dollars par épisode pour le tournage, mais une série canadienne d'une heure, avec un peu de chance, reçoit 1 million de dollars pour le tournage. Donc, ils l'ont remplacée par *Cold Case*.

Certains de mes amis, des acteurs canadiens et des membres canadiens de l'équipe de tournage — 120 personnes — ont perdu leur emploi dans cette production, qui était filmée à Vancouver. CanWest Global a indiqué que cette émission n'avait pas d'auditoire. Elle n'avait pas d'auditoire parce que le radiodiffuseur a fait en sorte de décourager son auditoire. Il a manipulé l'auditoire en modifiant le créneau horaire de l'émission de sorte qu'elle n'était plus diffusée aux heures de grande écoute. Je n'accepte aucunement les prétextes de M. Asper. Je le lui ai dit en personne lorsque je l'ai rencontré à l'audience du CRTIC.

**Le président:** C'est une très bonne discussion. Je pense que nous pourrions probablement la poursuivre.

Je tiens à remercier chacun d'entre vous pour vos présentations. La discussion a été très intéressante.

Je tiens à remercier les membres du comité pour leurs questions.

Si vous avez quoi que ce soit d'autre à présenter au comité sur cette étude, ou si vous voulez présenter des documents concernant la

question du dollar, n'hésitez pas à le faire. Nous allons effectuer cette étude en même temps. La séance est levée.

Je vous remercie.

---





**Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes**

**Published under the authority of the Speaker of the House of Commons**

**Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :**

**Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address:**

**<http://www.parl.gc.ca>**

---

**Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.**

**The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.**