



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 015 • 2^e SESSION • 40^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 22 avril 2009

Président

M. Gary Schellenberger

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

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

Comité permanent du patrimoine canadien

Le mercredi 22 avril 2009

•(1555)

[Traduction]

Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)): Bienvenue. Je suis désolé du retard. Nous avons dû procéder à certains votes qui n'étaient pas planifiés lorsque nous avons fixé cette séance initialement. Nous tiendrons une session d'une heure avec chacun des témoins cet après-midi.

Je vous souhaite la bienvenue à la quinzième séance du Comité permanent du patrimoine canadien. Conformément à l'article 108(2) du Règlement, nous effectuons une étude sur l'évolution de l'industrie de la télévision au Canada et son impact sur les communautés locales.

Je demanderais à M. Ivan Fecan de bien vouloir présenter les autres témoins.

Monsieur Del Mastro, voulez-vous invoquer le Règlement?

M. Dean Del Mastro (Peterborough, PCC): Oui, merci, monsieur le président.

Comme vous le savez, nous avons une liste complète de témoins aujourd'hui. Nous avons trois tables rondes. Je voulais m'assurer que chaque table ronde disposerait au moins de l'heure qu'il a été prévu de leur accorder. Nous commençons tard. Je veux simplement m'assurer qu'elles disposeront toutes du temps complet qui leur a été alloué.

Le président: Tout le monde y aura droit.

M. Dean Del Mastro: Merci.

Le président: Monsieur Fecan, la parole est à vous.

M. Ivan Fecan (président et chef de la direction, Chef de la direction CTV inc., CTVglobemedia inc.): Bonjour, monsieur le président, bonjour mesdames et messieurs. Je m'appelle Ivan Fecan. Je suis président et chef de la direction de CTVglobemedia et chef de la direction de CTV.

Merci de l'invitation à discuter d'un sujet qui est essentiel au tissu social du Canada: l'avenir de la télévision locale. À mes côtés se trouve M. Paul Sparkes, vice-président exécutif des Affaires corporatives de CTVglobemedia.

Nous avons remarqué que vous avez aussi invité plusieurs de nos directeurs de station. Je crois que c'est une excellente initiative de votre part, parce que ces gens sont en première ligne de la télévision locale de petits marchés. Peggy Hebden est directrice générale de CKVR à Barrie et Don Mumford est directeur général de nos stations de London, Wingham et Windsor. Ils sont avec leur station depuis des années et peuvent offrir un témoignage de première main sur les sujets que vous explorez. Nous sommes également accompagnés d'Elaine Ali, qui est notre première vice-présidente responsable de toutes nos stations locales, soit CTV et A. Elle peut partager sa connaissance directe de la façon dont les enjeux qui menacent les petits marchés mettent aussi à risque les stations des grands marchés.

Je vous demande instamment de leur poser des questions directement.

J'ai de brèves remarques d'ouverture, mais d'entrée de jeu, je veux simplement établir que nous ne demandons pas de renflouement ni de remède à court terme, si bien intentionnés qu'ils puissent être. Ce qui nous intéresse, c'est un plan pour bâtir un avenir viable pour la télévision conventionnelle au Canada.

Comment en sommes-nous donc arrivés là?

Eh bien, il y a plusieurs décennies, la télévision locale prospérait dans un milieu où il n'y avait que quelques chaînes disponibles dans chaque foyer. Au cours de ces décennies, la télévision a connu une croissance rapide au point que des centaines de chaînes se font maintenant concurrence pour obtenir l'attention de l'auditoire. La concurrence est aussi venue des magnétoscopes et d'Internet. Par conséquent, l'indice d'écoute des stations locales a diminué.

Mais ce n'est là qu'une partie de l'histoire. Le bassin publicitaire qui appuie la télévision locale a aussi diminué. Au début, les annonceurs ne pouvaient atteindre l'auditoire local à Sudbury que par les deux stations de télévision locales de Sudbury. Avec le temps, les annonceurs ont pu atteindre les téléspectateurs de Sudbury par les chaînes régionales, puis par les chaînes spécialisées et maintenant par Internet.

Cette érosion de l'audience et du bassin publicitaire se poursuit depuis des années et elle a enfin atteint le point de basculement. Voilà, en un mot, le problème structurel. Tous les radiodiffuseurs en direct qui sont soutenus par la publicité font face au même problème dans le monde entier. La récession que nous traversons en ce moment n'a pas créé ce problème, mais elle en a accéléré les effets. Je n'ai pas de boule de cristal et je ne peux prédire quand ni comment la récession prendra fin. Verrons-nous une reprise véritable ou si la situation actuelle est simplement la nouvelle norme? Ce dont je suis certain, c'est qu'au terme de la récession, nous ne retrouverons pas la télévision d'il y a 40 ans ni même d'avant la récession. Les dégâts sont en cours et progressifs.

La solution au problème structurel qui se dessine aux États-Unis réside dans un tarif de distribution, autrement appelé consentement de retransmission. Les distributeurs là-bas semblent comprendre qu'ils ont profité de la situation durant plusieurs décennies, que leurs clients apprécient leurs stations de télévision locales et qu'il est temps de payer. Ce qui rend ce modèle viable aux États-Unis, c'est que les réseaux de câble ont besoin du consentement d'une station de télévision locale pour pouvoir afficher cette station sur leur réseau. Par exemple, si le réseau de câble de Philadelphie ne peut conclure une entente pour distribuer la station ABC de Philadelphie, il ne peut simplement pas importer le signal d'une autre station ABC située à l'extérieur de Philadelphie. Autrement dit, pas d'ABC Philadelphie, pas de *Beautés désespérées* à Philadelphie, point. Dans notre industrie, cela s'appelle la protection des droits d'émission et elle fait partie intégrante du consentement de retransmission.

Voici un autre exemple. Rochester se trouve à 118 kilomètres de Buffalo. Les habitants de Rochester ne peuvent regarder les stations de télévision de Buffalo sur le câble de Rochester, parce que ça empiéterait sur les droits d'émission appartenant aux stations de Rochester. En revanche, Toronto n'est qu'à 160 kilomètres de Buffalo et nous importons allègrement tous les signaux de télévision de Buffalo sur nos réseaux de câble. Nos collègues d'outre-frontière secouent la tête, parce qu'ils n'arrivent pas à comprendre pourquoi, comme pays, nous minons de la sorte nos stations locales. Pourquoi l'a-t-on fait? Pour bâtir les entreprises de câblodistribution.

La Loi sur la radiodiffusion établit clairement que les distributeurs doivent donner la priorité de distribution aux stations locales situées sur leur territoire. Pourtant, lorsque le satellite a été lancé, ils ont été autorisés à ignorer cette disposition. Cela a défrancisé des dizaines de stations locales, dont la nôtre à Timmins. On a donné comme raison que le satellite ne disposait pas de la capacité nécessaire. Depuis, on a lancé de nombreux satellites et on a trouvé de la place pour des centaines de nouvelles chaînes.

• (1600)

Aujourd'hui, la pénétration de la distribution par satellite atteint 44 p. 100 dans la région de Timmins, mais il n'y a toujours pas de place pour la seule station de Timmins. Pourquoi a-t-on fait cela? Pour bâtir l'entreprise du satellite.

Ce ne sont là que deux exemples de la façon dont l'organisme de réglementation a systématiquement compromis les bases de la télévision locale au fil des ans, pour aider les distributeurs. En outre, lorsque la télévision conventionnelle faisait beaucoup d'argent, l'organisme de réglementation a imposé beaucoup d'obligations pour le privilège de posséder des stations conventionnelles. Ces obligations allaient de la quantité de nouvelles locales qu'une station devait produire jusqu'au nombre de dramatiques canadiennes qu'elle devait commander aux producteurs indépendants. Lorsque la situation financière des stations conventionnelles s'est détériorée, les obligations sont restées les mêmes dans l'ensemble. Cela n'a pas de sens.

Ce que nous demandons maintenant à l'organisme de réglementation, c'est de bien vouloir nous donner de nouvelles sources de revenus ou de diminuer nos obligations, ou un peu des deux. Sinon, nous ne croyons pas qu'il y aura des possibilités d'affaires de ce côté dans l'avenir. Notre préférence, et je tiens à être bien clair, c'est de régler le problème par de nouvelles sources de revenus, comme les tarifs de distribution, au lieu de diminuer le service. En tant que télédiffuseur privé, nous existons pour faire un profit sur la base des services que nous offrons. Si nous ne voyons pas de moyen de faire de l'argent, nous cessons d'exister ou nous cessons d'offrir nos services.

Certains disent que nous devrions subventionner les pertes de la télévision conventionnelle à même les profits que nous retirons de la télévision spécialisée. Il y a deux choses qui clochent dans cette prémisse. D'abord, nos canaux spécialisés les plus prospères — TSN, RDS et Discovery — ont des actionnaires qui ne sont pas actionnaires de nos stations locales. Comment disons-nous à un actionnaire que son argent sert à payer une entreprise dans laquelle il n'a aucun intérêt?

Ensuite, nos concurrents en télévision spécialisée — Astral et Chorus — n'ont pas d'intérêt important en télévision conventionnelle. Ils n'ont rien à subventionner. Il serait injuste de nous demander de faire une chose que nos concurrents ne sont pas tenus de faire.

D'autres disent que nous avons un problème financier à cause de ce que nous avons payé pour CHUM il y a quelques années. Franchement, cet argument me rend un peu perplexe. Nous avons acheté CHUM pour ses services spécialisés en radio. La seule télévision conventionnelle que nous avons acquise avec CHUM, ce sont les stations A, qui comptaient collectivement pour moins de 2 p. 100 de la valeur de la transaction. L'acquisition de CHUM et, en 2000, de NetStar, propriétaire de TSN, de RDS et de Discovery, a signalé le passage de notre entreprise de la télévision purement conventionnelle à la télévision spécialisée. L'achat de chaînes spécialisées a été notre bouée de sauvetage.

D'autres encore disent que le problème vient du fait que nous payons trop cher pour les émissions américaines. La vérité, c'est qu'en général l'argent que nous faisons avec les émissions américaines éponge les pertes que nous encaissons avec les émissions canadiennes. Comprenez s'il vous plaît qu'il ne s'agit pas d'une critique des émissions canadiennes; c'est la réalité de la taille de notre marché et de nos frais de production. En raison des questions structurelles que j'ai exposées plus tôt, nous faisons moins d'argent qu'auparavant avec les émissions américaines, et maintenant, les obligations liées à nos licences locales coûtent plus cher que l'argent que nous faisons.

Il y a quelques mois, nous avons annoncé que nous n'allions pas demander le renouvellement des licences de plusieurs stations, parce que nous avons établi que nous ne pourrions jamais les rentabiliser. Nous avons aussi offert de vendre ces stations pour la somme nominale de 1 \$. Beaucoup de gens ont protesté. Personne n'a vraiment offert d'acheter ces stations locales et de poursuivre leurs activités. Cela en dit long. Pourtant, il vaut la peine de se battre pour la télévision locale. En fait, nous croyons que la radiotélévision locale constitue le fondement de notre système de radiotélévision, et que si nous coupons ces racines, nous perdrons quelque chose d'incalculable comme nation. La télévision locale est la zone de confort de nos auditoires. La télévision locale est la colle qui soude. Elle est là où habitent les gens. Il peut y avoir plusieurs formes de communautés, mais la plus forte est la communauté locale. La télévision locale ne se borne pas aux nouvelles. Elle est fait des messages communautaires diffusés tout au long de la journée de diffusion. Elle fait place à l'interaction des personnalités en ondes et des événements locaux.

Le Canada est l'un des pays les plus diversifiés au monde. Notre pays est si vaste qu'une collection de voix d'un point central ne peut parler pour tout le Canada. La télévision locale est la meilleure chance pour nos citoyens de se voir à l'écran et de contribuer au débat national. La télévision locale fait aussi place au débat local sur des questions qui ne peuvent soutenir l'attention nationale. La télévision locale donne aux entreprises locales la chance de communiquer avec la clientèle locale et de concurrencer les entreprises nationales et multinationales. La télévision locale est aussi ce que les téléspectateurs canadiens nous disent apprécier au plus haut point. Nous croyons que la télévision locale devrait être la priorité de la télévision conventionnelle.

•(1605)

La deuxième priorité devrait être les émissions d'intérêt national, en particulier celles qui renforcent notre identité nationale. Elles comprennent le téléjournal national et les émissions d'affaires publiques comme *W-FIVE*. Elles comprennent aussi des émissions comme *Corner Gas*, les *JUNO Awards*, les *Giller Awards*, *Degrassi*, *Flashpoint*, les concours nationaux de jeunes talents comme *So You Think You Can Dance Canada*, de même que des événements de sports professionnels et les prochains Jeux olympiques de Vancouver. Mais il est très difficile d'arriver à ce genre d'émissions nationales à succès sans des racines locales.

L'identité locale et l'identité nationale sont très importantes en démocratie et l'une et l'autre méritent un soutien structurel. Je le répète: nous ne demandons pas de renflouement ni de remède à court terme, si bien intentionnés qu'ils puissent être. Ce qui nous intéresse, c'est un plan pour bâtir un avenir viable pour la télévision conventionnelle au Canada.

Puisque le temps presse, le gouvernement doit procéder rapidement à une série de réformes structurelles qui assureront un cadre viable pour la télévision locale. Cette proposition de viabilité comprend premièrement les tarifs de distribution. Pour mettre les choses au clair, ces tarifs n'ont pas à avoir des incidences sur le consommateur et ne causeront pas de tort excessif à l'industrie du câble et du satellite. Il n'y a pas de raison pour que les Canadiens aient à payer davantage pour les services qu'ils paient déjà. C'est une affaire d'industrie à industrie, et nous avons besoin d'un régime équitable pour négocier la valeur de nos signaux. En fait, il n'existe pas de données empiriques démontrant un tort fait au consommateur à la lumière de l'expérience des États-Unis, qui ont changé leur politique en 1992 pour permettre aux radiodiffuseurs locaux de négocier des droits de distribution.

Le câble et le satellite sont parmi les secteurs les plus profitables de l'économie canadienne, et les acteurs de ce secteur devraient payer pour ce qu'ils utilisent dans leurs entreprises. De 2003 à 2007, l'abonnement au service de base du câble a augmenté de près de 36 p. 100, soit presque de quatre fois le taux d'inflation. Nous estimons que la marge de profit du service de base du câble dépasse 75 p. 100.

Deuxièmement, sur le plan de la distribution des stations de télévision locale par satellite, nous aimerions simplement que le CRTC fasse respecter la volonté nettement exprimée par le Parlement dans la Loi sur la radiodiffusion, soit de donner la priorité à la distribution des stations de télévision locale. Le satellite n'est plus une industrie naissante. Il semble avoir une capacité amplement suffisante pour une foule de services américains, de chaînes de divertissement pour adultes et de chaînes de musique, mais il ne peut faire place aux stations locales comme Windsor.

Troisièmement, pour ce qui est du passage au numérique, le passage obligatoire en 2011 n'a été réclamé ni par les consommateurs ni par l'industrie; il résulte d'une entente bilatérale entre les États-Unis et le Canada, où les gouvernements veulent mettre aux enchères le spectre de la télévision conventionnelle pour des milliards de dollars. Il ne s'agit pas de diffusion HD; nous investissons déjà en HD pour répondre à la demande des consommateurs. Ce qui est en jeu, c'est la façon dont le signal est distribué aux Canadiens.

Plus de 90 p. 100 des Canadiens ont choisi de recevoir leurs signaux de télévision locale par câble ou par satellite. Nous ne pouvons pas justifier un investissement de plusieurs centaines de millions de dollars pour une part de 9 p. 100 du marché, surtout

quand cet investissement ne produit aucun revenu supplémentaire dans une entreprise déjà chancelante.

Nous proposerons au CRTC une solution hybride qui renfermera un élément en direct dans les grands marchés et une solution par câble ou par satellite dans les marchés plus petits.

En conclusion, nous sommes passionnés de télévision. Nous l'avons démontré non seulement par nos discours, mais par une somme constante d'émissions canadiennes de haut niveau, inégalée par aucun autre radiodiffuseur au Canada anglais. Pour continuer ce succès auprès de l'audience, nous avons besoin de votre aide. Nous avons fait trois suggestions immédiates, qui peuvent toutes être mises en oeuvre sans modifier la Loi sur la radiodiffusion.

Merci de cette occasion de comparaître devant vous. Nous avons très hâte de répondre à vos questions.

Le président: Je vous remercie de votre exposé.

La première question vient de M. Rodriguez, s'il vous plaît.

•(1610)

[Français]

M. Pablo Rodriguez (Honoré-Mercier, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Monsieur Fecan, bonjour et bienvenue. C'est un plaisir de vous avoir parmi nous. Je souhaite également la bienvenue à vos collègues.

Vous serez d'accord avec moi pour dire que le moment pour tenir cette étude est extrêmement bien choisi, vu la crise importante que l'industrie de la télévision traverse actuellement. On se rend compte que le modèle économique basé strictement sur la publicité ne fonctionne plus. Une multitude de chaînes spécialisées vont chercher une partie de cette publicité. Aussi, il y a l'avènement d'Internet et des nouvelles plateformes. Les défis sont énormes.

Beaucoup disent que c'est un peu votre faute car vous le savez depuis longtemps, et que vous auriez dû prévoir cette crise. Que répondez-vous à cela?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Nous le savions depuis longtemps et nous soulevons la question assez régulièrement auprès de l'organisme de réglementation depuis les trois ou quatre dernières années. Nous croyons que la solution consiste en plus d'une source de revenus. La publicité est notre unique source de revenus pour la télévision conventionnelle, et on en compte deux pour la télévision spécialisée: l'abonnement et la publicité. Si on veut, un tarif de distribution existe déjà pour la télévision spécialisée. Donc, nous en parlons depuis longtemps, et peut-être que nous n'avons pas été assez clairs. Je crois que nous l'avons été. Nous pouvons présenter une douzaine...[Note de la rédaction: difficultés techniques]...clairement, ils ne nous ont pas entendu. Nous devons peut-être tous les deux faire mieux pour expliquer la crise, mais la question a été soulevée depuis un certain temps.

M. Pablo Rodriguez: Je suis désolé, je ne dispose que de cinq minutes.

[Français]

C'est peut-être l'ensemble de l'industrie qui n'a pas fait son travail, d'une certaine façon. J'ai de la difficulté à voir comment on s'en sortira, s'il y a autant de divisions.

Notre défi est de faire en sorte que ça fonctionne. On ne choisit pas de gagnants ou de perdants. On veut que ça fonctionne pour vous et pour l'ensemble de l'industrie. Cependant, lorsque les gens viennent devant le comité, par exemple, les câblodistributeurs, ils vous tirent dessus. De votre côté, vous faites part au comité des critiques que vous avez à leur égard, et ainsi de suite. Je voudrais qu'on puisse trouver une solution commune pour vous aider et arriver à s'en sortir.

Des critiques vous ont été adressées cette semaine. On disait que vous aviez fait de mauvais investissements et que vos problèmes financiers étaient en partie de votre faute. On demandait alors pourquoi le gouvernement devrait vous aider.

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Si c'était la cause du problème, je partagerais votre avis. Cependant, comme j'ai tenté de l'expliquer dans notre exposé, ces investissements représentent notre salut, pas notre problème. Je ne suis pas ici pour critiquer qui que ce soit, ni l'industrie du satellite ni celle du câble. Je dis simplement que nous avons un problème. Nous avons quelque chose de grande valeur à la télévision locale; nous avons quelque chose auquel les citoyens du Canada sont très attachés. Permettez-nous simplement de parler à l'industrie. Laissez-nous arriver à une solution d'industrie à industrie.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, les fameux 60 millions de dollars du CRTC, peut-il être une solution à long terme aux problèmes de la télévision locale?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Je ne pense pas. Je dois être précis. Le fonds dont vous parlez a été conçu pour permettre la mise sur pied d'une programmation locale supplémentaire. Le problème auquel nous sommes confrontés actuellement, c'est que nous ne pouvons pas payer la programmation que nous mettons en ondes. Des discussions sont actuellement en cours pour essayer de changer l'objet du fonds, mais au bout du compte, il s'agit d'un fonds axé sur les petits marchés. C'est une solution temporaire à un très grand problème. En soi, cela ne serait pas une solution. En fait, le fonds présente un certain danger, parce qu'il permettrait aux gens de croire que le problème est résolu. Puis, dans un an, tout s'écroulerait.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Ce n'est peut-être pas une solution en soi, mais ça pourrait faire partie d'un ensemble de solutions.

Vous défendez beaucoup le concept du *fee for carriage* et j'ai deux questions à vous poser à ce sujet. Seriez-vous aussi favorable à ce concept, si on imposait pour condition que l'argent en découlant soit investi totalement dans vos stations locales ou en programmation locale? Pourrait-il y avoir un « *opting out* »?

Par exemple, on accorderait le *fee for carriage* à l'ensemble des stations, mais un consommateur qui ne voudrait pas donner 50 ¢ par mois à Global — je vous fais plaisir — pourrait se prévaloir de cette option de retrait. Seriez-vous favorable à cette idée?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Oui, je crois que l'argent devrait servir à appuyer la programmation locale. C'est ce que le tarif de distribution devrait faire, parce que c'est ce que nous essayons de protéger, de sauvegarder et de construire. Deuxièmement, l'idée du retrait est très intéressante. Si quelqu'un décide qu'il ne veut pas payer 50 ¢ ou un autre montant pour notre station à Montréal, par exemple, alors il

ne peut pas utiliser une autre source pour obtenir les programmes pour lesquels cette station détient des droits exclusifs à Montréal.

• (1615)

M. Pablo Rodriguez: Quelle autre source?

M. Ivan Fecan: La radiodiffusion en direct au moyen du câble américain. Si quelqu'un ne veut pas nos programmes, qu'il ne veut pas payer pour nos programmes et que nous payons des droits exclusifs, alors il ne devrait pas être capable d'obtenir ces programmes gratuitement par l'entremise de quelqu'un d'autre.

Le président: Merci de votre réponse.

Madame Lavallée.

[Français]

Mme Carole Lavallée (Saint-Bruno—Saint-Hubert, BQ): Merci beaucoup d'être ici et de répondre si gentiment à nos questions.

Vous nous avez dit que votre télévision était en crise et que vous aviez des problèmes de distribution, que ce soit par satellite ou par câblodistribution. Néanmoins, la télévision est en crise pour d'autres raisons. On parlera plus tard de la baisse des recettes publicitaires et de l'éclatement de l'auditoire. Il y a aussi Internet dont vous n'avez pas parlé et qui entre de plus en plus en concurrence avec vous.

J'aimerais vous entendre à ce sujet. Quelles répercussions Internet a-t-il sur votre entreprise?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Je vous remercie de votre question.

Nous considérons Internet autant comme une possibilité que comme un problème, mais nous avons commencé par le problème, alors je parlerai de cet aspect en premier.

Évidemment, il n'y a que 24 heures dans une journée, et notre temps à tous est limité. Le temps qui aurait peut-être été passé à regarder la télévision est passé à faire autre chose, alors la publicité est diffusée sur des sites de réseautage social. Dans tout cela, la télévision a encore un nombre assez constant de téléspectateurs. Même avant de tenir compte d'Internet, le nombre de téléspectateurs est en fait assez impressionnant. Pendant 30 ou 40 ans, il a été assez constant, même au cours des dernières années, au prorata des téléspectateurs.

Nous sommes d'avis qu'Internet donne aux gens l'occasion de parler des émissions qu'ils aiment regarder sur notre chaîne. Nous essayons de sélectionner les émissions, de sorte que si une personne a manqué un épisode de *Corner Gas*, par exemple, et qu'elle ne veut pas attendre la rediffusion prévue dans six mois, nous essaierions de mettre en ligne cette émission tout de suite après la diffusion à la télévision afin que la personne puisse se rattraper; cette technique s'appelle le visionnement de rattrapage. Ensuite, il y a peut-être plus de chances qu'elle regarde l'émission à la télévision la semaine suivante, parce qu'elle est déjà à jour. Nous essayons de l'utiliser comme ami, mais il enlève certainement un peu de temps, et il enlève également des revenus de publicité.

Nous sommes actuellement en récession. Qui sait quand elle prendra fin? Lorsque les temps sont durs, les gens cherchent d'autres endroits pour essayer de publiciser leurs produits. Certaines des publicités sont destinées à Internet, et nous essayons aussi de l'utiliser comme ami dans la mesure du possible.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Êtes-vous en train de me dire que vous considérez Internet comme complémentaire à la diffusion de votre programmation? Vous l'utilisez comme complément, mais vous ne vendez pas de publicité sur Internet.

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Nous tentons de nous en servir comme outil complémentaire. Il est évident que nous ne participerons pas à Facebook ou YouTube ou tout autre site de réseautage social.

Il y a à proprement parler trois types d'usage internet: il y a les réseaux sociaux, il y a les sites fonctionnels comme Google, où l'on peut aller chercher des réponses à nos questions, il y a également les sites associés à des produits. Le *Globe and Mail* a un très bon site Internet, CTV a un site très solide également et les Jeux olympiques auront un immense site Internet. Ce type de site peut être très utile.

Nous vendons de la publicité sur nos sites. Je n'irai pas jusqu'à dire que nous faisons beaucoup d'argent, en fait c'est kif-kif, toutefois nous devons y être parce que beaucoup de jeunes gens naviguent sur ces sites.

[Français]

Mme Carole Lavallée: On sent vraiment que la télévision évolue. C'est comme si on se retrouvait dans une courbe, et je ne sais pas si on est dans l'angle le plus prononcé ou le plus doux de cette courbe. Il y a quelque chose qui rejoint cette courbe, et c'est Internet. De plus en plus, la télévision fait des choses qu'Internet peut faire, et Internet fait de plus en plus de choses que la télévision peut faire.

Il doit y avoir des problèmes technologiques plus complexes qu'on le pense, mais il reste qu'on a l'impression, comme consommateurs, que ces deux médias vont se rejoindre un jour. Dès maintenant, les télédiffuseurs doivent voir ce qui s'en vient — et peuvent même y contribuer — et se préparer en conséquence.

● (1620)

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Madame Lavallée, il y a une chose que nous devons absolument clarifier. Lorsque l'on parle de la télévision ou d'Internet dans ce sens, nous parlons de diffusion et de distribution. L'autre sujet sur lequel nous devons nous pencher concerne la création du contenu. Internet, même Google, ne rapportent pas directement les nouvelles; ils prennent leur source d'autres personnes, de témoins ou d'autres reporters. Ils réunissent l'information. Ils ne font pas de vrai reportage original.

Ce que nous faisons ce sont des reportages. Ce que Internet ne fera pas à la station de Don ou de Peggy c'est du reportage. Nous pouvons nous servir d'Internet pour rendre ces reportages disponibles à la demande: ainsi si des gens ont raté le journal télévisé de Peggy à six heures à Barrie et veulent revoir une histoire en particulier, ils peuvent écouter le reportage sur Internet. Mais Internet ne créera pas d'elle-même le contenu. C'est exactement ce que la télévision locale fait et ce que la télévision canadienne fait. Ce que nous faisons de mieux c'est créer le contenu que personne d'autre ne crée.

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons continuer avec M. Angus, s'il vous plaît.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup d'être venu. Nous sommes très heureux de vous avoir avec nous aujourd'hui. Il s'agit là d'une question qui nous importe beaucoup.

Vous avez fait la référence à Sudbury-Timmins. Notre région dépend de la couverture de l'actualité de CTV. Ils couvrent une vaste région et ils font un très bon travail.

Je suis certain, Peggy et Don, que vos gens font la même chose dans votre région, c'est-à-dire dans la région de mon collègue M. Masse, avec A-Channel Windsor.

Nous sommes donc très attachés à nos nouvelles locales. En fait, pour le dire très franchement, le problème qui se pose en ce moment est que je n'ai jamais vu autant d'entreprises si bien nanties venir et tenter de blâmer son voisin. C'est à peu près tout ce que nous entendons ici. Si l'on s'attarde à toutes les pertes que vous avez subies, fort probablement que les gens de la câblodistribution nous diront tout le contraire et nous montreront des chiffres diamétralement opposés.

Si vous permettez que j'utilise une expression propre à la télévision, nous allons devoir faire pression sur les beaux parleurs pour s'assurer que les contribuables en aient pour leur argent. Nous entendons des opinions tellement différentes.

En 2007 vous avez généré 1,7 milliard de dollars, soit 48 p. 100 du revenu total de tout le système télévisuel de langue anglaise. Donc, lorsque l'on entend que la télévision locale est en train d'être évincée à cause des chaînes spécialisées et d'autres réseaux, en fait ce que vous dites c'est que vous êtes évincé par d'autres éléments des entreprises que vous... des stations que vous contrôlez déjà. Est-ce bien cela?

M. Ivan Fecan: Non, je crois que c'est équitable. S'il y a cannibalisation, je crois que nous devons y participer. Cependant, les entreprises doivent être autonomes.

Je crois que ce que M. Péladeau a dit devant le comité il y a quelques jours, c'est que si vous possédez cinq journaux, que trois d'entre eux sont profitables et que deux ne le sont pas, en tant qu'homme d'affaires, si vous pensez que ces deux journaux ne feront jamais jamais d'argent, vous devrez au bout du compte les fermer.

Vous savez, nous sommes un diffuseur privé. Nous tirons profit d'un service, c'est notre raison d'être. Nous ne ressemblons en rien à la CBC et à son crédit d'un milliard de dollars.

Donc, si vous constatez — peu importe la récession ou tout autre événement qui devrait se corriger de lui-même à un certain moment — qu'il existe une tendance au déclin depuis les 30 dernières années et que rien ne s'améliorera, vous devez vous dire, ou bien je développe de nouvelles sources de revenu ou bien je réduis les services. Et si vous réduisez les services, à quoi bon?

M. Charlie Angus: Je comprends très bien. La raison pour laquelle je pose cette question c'est qu'en 2007 votre décision d'acheter le groupe CHUM a été quelque peu controversée. Pour nous c'était une situation problématique parce que nous étions inquiets de la consolidation massive des médias. Le groupe CHUM était manifestement très profitable mais vous avez également acheté les A-Channel dont vous tentez de vous débarrasser maintenant.

M. Ivan Fecan: Je préférerais que Don et Peggy répondent à cela parce qu'ils...

M. Charlie Angus: Je suis désolé mais je n'ai que cinq minutes. C'est pourquoi je dois aller droit au but.

Êtes-vous en train de me dire qu'en 2007, lorsque vous achetiez les A-Channel, vous pensiez réellement qu'elles étaient profitables ou est-ce que votre plan depuis le début était d'acheter le groupe CHUM et ensuite, après un ou deux ans, de vous débarrasser des stations qui étaient déficitaires?

•(1625)

M. Ivan Fecan: Notre plan était d'acheter des chaînes spécialisées et la radio. Cela représentait 98 p. 100 de la valeur de l'entente.

M. Charlie Angus: Et vous vous êtes ramassé avec les A-Channel.

M. Ivan Fecan: Le CRTC nous a demandé de donner une chance aux A-Channel également. Nous voulions garder City, et bien sûr Rogers a payé beaucoup d'argent pour les canaux City.

Je crois sincèrement que vous devriez écouter Don et Peggy. Le fait est que ces stations ont des problèmes financiers depuis au moins 10, 15, 20 ans. Et les choses ne s'améliorent pas.

M. Charlie Angus: Je suis désolé, j'entendrai ce que vous avez à dire un peu plus tard.

Rogers nous a servi les mêmes arguments, ils disent avoir acheté de vous à l'aveuglette. Et puis ils se sont dit, nous ne savions pas que nous achetions à l'aveuglette. Et maintenant c'est vous qui dites avoir acheté à l'aveuglette.

Vous connaissez très bien votre domaine, et malgré cela nous sommes ici deux ans plus tard et on nous dit qu'il y a une crise. Mais vous deviez savoir que ces stations perdaient de l'argent. Alors pourquoi les avez-vous achetées?

M. Ivan Fecan: Le CRTC nous a demandé d'aider ces stations. Et vous savez que nous avons essayé. Nous ne voyons pas d'avenir pour ces stations à moins d'avoir un genre de réaménagement structurel.

M. Charlie Angus: La raison pour laquelle je pose toutes ces questions est qu'on nous demande d'apporter peut-être d'importants changements à nos politiques qui affecteraient en bout de ligne ce que les contribuables doivent payer. Que ce soit un tarif de distribution ou quoi d'autre encore. Nous ne connaissons pas le fond de la chose. Ce que l'on entend, c'est que la télévision locale est rentable, nous entendons aussi qu'elle amène plus de revenus de publicité. Vous nous dites que ce n'est pas vrai. Les gens de la câblodistribution nous disent que...

Serait-il possible pour vous, dans une réunion à huis clos, de nous ouvrir vos livres? Nous ne voudrions pas les diffuser publiquement, mais en tant que parlementaires nous voulons nous assurer que lorsque nous faisons nos recommandations au gouvernement, nous soyons convaincus que la crise se situe au niveau local et que les pertes demeurent au niveau local.

Seriez-vous prêt à partager avec nous vos comptes?

M. Ivan Fecan: Je crois que le CRTC, qui est un de vos organismes, a ces chiffres en sa possession. Laissez-moi réfléchir à la réponse à cette question, mais en tant qu'organisme gouvernemental il possède déjà ces chiffres et pourrait décider.

M. Charlie Angus: Quelquefois nous n'obtenons pas de réponses satisfaisantes du CRTC. C'est pourquoi nous faisons appel à vous. Nous devons être sur le même pied.

M. Ivan Fecan: Monsieur Angus, je dois vous corriger sur quelque chose que vous avez dit. Vous avez dit que cela coûterait des sous aux contribuables. Ce n'est pas ce que nous défendons. Nous croyons que la solution se trouve au sein de l'industrie. Nous ne croyons pas que les factures devraient être augmentées. Il y a amplement d'argent pour payer pour tous ces changements.

M. Charlie Angus: Peut-être, mais en bout de ligne ce sont les consommateurs qui doivent payer. Si nous décidons de prendre cette voie, nous devons être en mesure de leur dire que nous avons vu la crise, et elle nous concerne. Nous ne sommes pas très sûrs encore de

quelle crise nous sommes témoins parce que tout est si contradictoire.

Le président: Monsieur Del Mastro.

M. Dean Del Mastro: J'aimerais remercier le représentant de A-Channel pour être ici aujourd'hui. J'ai beaucoup entendu parler de A-Channel, surtout par nos députés Patrick Brown et Ed Holder qui sont ici aujourd'hui. M. Holder m'a tenu au courant de votre situation. Je sais que M. Masse ici en face a beaucoup soutenu Windsor A-Channel. Je suis certainement au courant de votre situation, mais je ne vous poserais pas de questions, n'en soyez pas offusqué.

Monsieur Fecan, j'aimerais vous poser quelques questions. J'ai ici un communiqué de CTV publié lundi, et j'aimerais avoir quelques clarifications. Le communiqué dit que CTV est heureux de l'appui que Rogers apporte à un tarif de distribution dans un régime américain de retransmission axé sur le consentement. Je suis certain que vous l'avez. Vous en avez d'ailleurs parlé pendant votre exposé. Vous dites que vous êtes heureux à l'idée que Rogers pourrait accepter un tarif de distribution tel qu'il en existe aux États-Unis, mais le système américain ne donne pas aux stations de télévision en direct un droit automatique à la retransmission par câble. Si vous êtes heureux de la position de Rogers, pouvons-nous prétendre que vous acceptez également l'approche des États-Unis, et que vous êtes prêt à abandonner vos droits de distribution pour ensuite négocier et les tarifs et les droits de distribution? Manifestement, il ne s'agit pas que de droits de distribution. Nous parlons également de substitution automatique, de garantie d'attribution prioritaire sur l'emplacement, ainsi que de chiffres d'affaires de 6 p. 100 qui vont dans les coffres du fonds de programmation canadienne. Êtes-vous prêt à tout mettre ça de côté pour un tarif de diffusion?

M. Ivan Fecan: Nous sommes très certainement prêts à en parler. Franchement, j'ai été surpris lundi lorsque j'ai entendu M. Lind dire qu'il accepterait ce genre d'entente.

J'aimerais vous corriger sur quelque chose que vous avez dit. Le régime actuel des États-Unis dit que les attributions sont garanties. Tous les trois ans, chaque station de télévision doit faire ce choix. Si elles choisissent de prendre la garantie alors vous n'avez pas de frais. Si par contre, vous décidez de prendre une chance et de négocier avec les gens de la câblodistribution locale, alors vous devez négocier un tarif. Si pour quelque raison que ce soit vous n'arrivez pas à vous entendre, alors tous les programmes dont vous possédez les droits dans un territoire ne peuvent être retransmis ailleurs. C'est quelque chose sur quoi nous pourrions nous entendre.

•(1630)

M. Dean Del Mastro: Il semble que vous n'êtes pas prêt à admettre tous les autres avantages que vous recevez. Comme je l'ai dit à la réunion de lundi, à la base, on ne peut faire des affaires sans le câble et sans les satellites. C'est impossible surtout pour les chaînes spécialisées. Et elles ne peuvent faire des affaires sans les diffuseurs. Vous êtes pris à jouer ensemble, nous aimerions que vous jouiez gentiment en espérant que tout le monde réussira.

Vous dites aux entreprises de câblodistribution que vous voulez une solution qui reste à l'intérieur de l'industrie, concernant les tarifs de distribution. Vous voulez que les entreprises de câblodistribution se prêtent au jeu mais vous ne voulez pas reconnaître les avantages commerciaux que le CRTC fournit de la part des entreprises de câblodistribution aux diffuseurs. Vous ne pouvez pas les exclure et dire qu'il n'y a aucune valeur là-dedans.

M. Ivan Fecan: Prenons les choses une par une. La substitution simultanée, est-ce là un avantage? Ils n'ont pas cela aux États-Unis. Savez-vous pourquoi? Parce que leurs droits sur les programmes sont protégés et qu'ils n'en ont pas besoin. Si nos droits sur les programmes étaient protégés, comme les stations américaines le font dans leurs marchés, nous n'aurions pas besoin de substitution simultanée parce que nous ne verrions pas de signaux américains traverser au Canada. Ils ne permettent pas que les signaux de Rochester aillent à Buffalo et vice-versa. Nous l'avons permis. La substitution simultanée, si vous voulez, ce n'est que dommages-intérêts. Ce n'est pas un avantage. Si nous ne l'avions pas nous n'aurions tout simplement pas les signaux des États-Unis dans notre pays. Aucun autre pays industrialisé au monde n'a permis l'importation en gros de signaux étrangers.

M. Dean Del Mastro: Mais, monsieur Fecan, est-ce qu'on ne revient pas 30 ans en arrière?

Je sais que vous détenez les droits de *CSI*. Si je manque la diffusion du *CSI* le jeudi soir à 21 heures, je peux le regarder le dimanche. Je peux aller sur le site de CBS, et choisir de le visionner à ce moment-là. Je ne verrais rien qui vient de CTV, même si vous avez payé les droits de diffusion de cette émission.

On peut bien dire que s'ils ne nous donnent pas la substitution simultanée nous n'avons qu'à bloquer les réseaux des États-Unis et que si les gens refusent de payer un tarif de distribution sur leur facture, ce n'est pas grave, ils n'auront pas *CSI*... le problème, c'est que je n'ai qu'à me brancher à CBS.com et à le regarder.

M. Ivan Fecan: Monsieur, vous parlez de revenir en arrière, et moi je parle d'amener les choses vers l'avant. Lorsque vous allez sur leur site, ils ne vous laissent pas regarder si vous êtes au Canada parce que les droits n'ont pas été payés pour vous en tant que Canadien. Si vous allez sur le site de ABC, vous ne pouvez pas visionner *Desperate Housewives*. Si vous allez sur le site de NBC, vous ne pouvez pas regarder d'émissions si vous êtes au Canada. C'est comme ça que ça marche.

Mais, s'il vous plaît, laissez-moi terminer. Ce n'est pas ce que nous défendons, c'est ce que M. Lind défend.

Le président: Merci.

Nous allons passer maintenant à M. D'Amours.

[Français]

M. Jean-Claude D'Amours (Madawaska—Restigouche, Lib.): Merci, monsieur le président.

J'aimerais parler du dossier des Jeux olympiques de 2010. On sait qu'initialement, c'est votre organisation qui a obtenu le contrat pour présenter les Jeux olympiques au Canada. On sait qu'il a été difficile, dans une certaine situation, d'identifier le pourcentage de Canadiens, francophones et anglophones, qui seront en mesure de regarder les Jeux olympiques.

Je dois avouer que vous avez fait des efforts pour trouver des solutions de rechange. À ce chapitre, on ne peut pas nier que vous avez travaillé pour essayer de trouver des solutions. Je ne suis pas convaincu que vous étiez nécessairement obligé de le faire, mais je dois vous remercier des efforts que vous avez faits.

On sait qu'un certain segment de la population se trouve encore dans des régions rurales. On parle ici de l'évolution de l'industrie de la télévision et de son impact sur les communautés. Actuellement, les gens qui pourraient ne pas pouvoir avoir accès à la télédiffusion des Jeux olympiques se trouvent justement dans des communautés rurales.

Poursuivez-vous vos efforts afin d'essayer de trouver des solutions pour que tous les citoyens canadiens aient accès aux Jeux olympiques, ou croyez-vous avoir été le plus loin que vous pouviez aller dans vos démarches?

• (1635)

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Merci pour votre question, et merci du compliment. J'aimerais souligner que des solutions d'industrie à industrie sont possibles. Notre partenaire dans ce dossier est Rogers, et parfois nous sommes d'accord parfois nous ne le sommes pas. Nous avons travaillé très fort pour tenter d'offrir le plus de couverture possible. En fait, je crois que c'est la couverture francophone des Jeux olympiques la plus complète qui ait existée.

J'aimerais passer la parole à M. Sparkes, qui en connaît beaucoup plus sur ce dossier.

J'aimerais également souligner avant qu'il prenne la parole que chaque minute, chaque seconde, sera disponible sur bande large à tous ceux qui auront une liaison commutée, ce qui ne s'est encore jamais vu. Nous continuons de travailler et tentons de rejoindre chaque citoyen canadien peu importe sa langue et l'endroit où il travaille au pays. Ce n'est pas quelque chose que nous pensons avoir terminé et dont on se lave les mains. Nous cherchons toujours de nouvelles opportunités.

Paul.

M. Paul Sparkes (premier vice-président, Affaires publiques, CTVglobemedia inc.): Merci Ivan.

Merci pour votre question.

D'emblée je tiens à dire que nous sommes très heureux de travailler avec Rogers sur les Jeux olympiques. C'est un partenaire extraordinaire et qui travaille très bien. Je peux assurer tous les Canadiens d'un océan à l'autre, dans les deux langues, que nous aurons probablement les meilleurs Jeux qui auront jamais eu lieu au Canada, et c'est avec nos propriétés télévisuelles que nous les partagerons avec eux.

Nous sommes conscients de la question que vous avez mentionnée, et nous avons travaillé très fort pour y trouver des solutions. Nous avons communiqué avec tous les fournisseurs de service de câblodistribution d'un bout à l'autre du pays et nous leur avons offert un accès aux signaux de RDS et de TQS afin qu'ils soient en mesure d'en profiter durant la période de deux semaines gratuite de la tenue des Jeux olympiques.

[Français]

M. Jean-Claude D'Amours: Il restera donc ceux qui n'ont pas encore accès au câble. Ils sont moins nombreux, mais ça reste quand même une réalité. Comme vous l'avez mentionné, vous allez continuer à travailler pour essayer de trouver d'autres solutions pour ces gens-là.

[Traduction]

M. Paul Sparkes: Absolument. Nous travaillerons toujours à trouver de nouvelles solutions pour ces gens.

En termes d'heures que nous diffusons, laissez-moi faire une comparaison avec les derniers Jeux. Notre couverture anglophone des Jeux de Turin comptait 613 heures de diffusion. Pour Vancouver, il y aura 1 125 heures. Évidemment il y a des répétitions. À Turin en 2006, il y avait 408 heures de couverture francophone et à Vancouver 2010 nous en offrirons 822, soit le double de ce qui avait été offert à Turin.

[Français]

M. Jean-Claude D'Amours: Merci. Je cède le temps qu'il me reste à Mme Dhalla.

[Traduction]

Le président: Allez-y, madame Dhalla.

Mme Ruby Dhalla (Brampton—Springdale, Lib.): Merci beaucoup de vous être présenté au comité aujourd'hui.

Le président: Vous n'aurez que très peu de temps par contre.

Mme Ruby Dhalla: Oui. Je vais m'en tenir à un court préambule puis poser ma question.

Quand le président du CRTC s'est présenté devant le comité, il y a quelques semaines, il a affirmé que ni CTV ni Canwest ne s'étaient engagés à fournir quelque type de soutien à la programmation locale si un tarif de distribution était mis en place. En relisant rapidement les transcriptions qui avaient été faites avant les audiences du CRTC, j'ai remarqué que je lui avais demandé à ce moment-là si vous-même et Canwest aviez pris un engagement. Pouvez-vous donner l'heure juste au comité à ce sujet? Il semble y avoir beaucoup de confusion entre ce que dit le président du CRTC au sujet de votre position et la position du CRTC lui-même.

M. Ivan Fecan: Merci, madame Dhalla.

J'ai lu cette transcription avec intérêt. Nous pensions avoir été très clairs quand nous avons affirmé, comme il est indiqué dans notre mémoire conjoint, qu'un tarif serait imposé pour une programmation reflétant la réalité locale au sens donné à cette notion par la commission. Nous n'avons peut-être pas été assez clairs. Il se peut qu'ils ne nous aient pas entendus. Il se peut que nous devions eux et nous faire davantage d'efforts pour nous écouter et nous expliquer les uns les autres, mais nous croyions vraiment avoir été très clairs.

• (1640)

Le président: Merci.

Monsieur Pomerleau.

[Français]

M. Roger Pomerleau (Drummond, BQ): Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup, monsieur Fecan, et merci au groupe qui est venu nous rencontrer ici aujourd'hui.

Premièrement, CTV offre-t-elle des services en français au Québec?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Non, les seuls services en langue française que nous offrons sont sur les chaînes spécialisées, RDS et RIS, les deux chaînes sportives.

[Français]

M. Roger Pomerleau: J'ai posé cette question parce que j'ai l'impression qu'au fur et à mesure que nous progresserons dans notre étude, nous constaterons qu'il y a un problème vraiment différent au Québec de celui qui touche le reste du Canada, et ce, à cause de la barrière linguistique.

Un jour, quelqu'un a dit que le problème des Québécois est qu'ils ne parlent pas l'anglais comme les Américains, alors que le problème des Canadiens anglais est qu'ils parlent la même langue que les Américains. Ce sont effectivement deux problèmes qui mènent approximativement aux mêmes solutions, mais qui émanent de deux sources complètement différentes.

Vous prétendez vouloir, comme c'est le cas pour tous les autres services offerts présentement, conserver dans les communautés locales le maximum de services offerts actuellement, si possible. Je veux savoir si j'ai bien compris ce que vous avez dit. Vous nous avez dit qu'en raison de la crise actuelle, deux choix s'offrent à vous: trouver des sources de revenu supplémentaires pour payer ces services ou couper ces services afin de conserver un profit raisonnable, étant donné que votre compagnie est là d'abord et avant tout pour faire des profits.

Vous prétendez que si vous adoptiez un système comme celui des Américains, cela réglerait une partie de votre problème, à condition que les ondes ne soient pas utilisées d'une autre façon. Ainsi, si vous ne donniez pas à une autre compagnie vos droits d'utiliser un réseau de diffusion, personne ne pourrait établir un contact avec vous autrement que par le truchement de ce système, ce qui ferait en sorte que les gens devraient payer. C'est ce que vous déclarez.

Si vous aviez un système comme celui que possèdent présentement les Américains, cela vous permettrait d'aller chercher des fonds supplémentaires et de maintenir, dans les régions, les services qui y sont déjà offerts?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: D'abord, je pense que vous avez un avantage linguistique, et non pas qu'il y ait une barrière linguistique, parce que c'est ce qui a permis à votre culture de prospérer. Je pense donc que c'est un avantage, à vrai dire.

Pour remettre les pendules à l'heure, nous avons été actionnaire minoritaire de TQS, jusqu'à ce que cette station fasse faillite, évidemment, et depuis, elle a changé de main.

Nous sommes d'avis que la solution passe par l'imposition d'un tarif de distribution, qu'il s'agisse de la formule défendue par M. Lind ou de celle que nous avons défendue il y a environ un an, qui n'exigerait pas la disparition des signaux américains parce qu'il y aurait toujours substitution simultanée.

Sans entrer dans le détail du choix entre A et B ou de la façon d'y parvenir, la mise en oeuvre d'un véhicule, d'une quelconque structure de ce genre contribuerait beaucoup, croyons-nous, à la protection de la télévision locale au Canada.

[Français]

M. Roger Pomerleau: Reste-t-il assez de temps pour poser une autre question, monsieur le président?

Mme Carole Lavallée: Plus tôt, vous avez demandé qu'on vous laisse discuter entre vous, gens de l'industrie de la télévision. D'abord, j'aimerais savoir si j'ai bien compris.

Ensuite, avez-vous eu, récemment, une rencontre au sommet des différents intervenants de l'industrie de la télévision?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: En novembre dernier, je crois, il y a eu une réunion des PDG des entreprises de télédiffusion convoquée par le président du CRTC afin de discuter du passage au numérique. J'ai remarqué qu'il avait glissé un mot à ce sujet dans son témoignage. Je pense que c'est de cela qu'il parlait.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Pensez-vous que ça vous ferait du bien d'avoir une rencontre au sommet, une espèce de grande rencontre réunissant tout le monde de l'industrie de la télévision qui vous permettrait de régler l'adversité que vous avez tous, les uns envers les autres? En effet, les câblodistributeurs en ont contre les généralistes, et les généralistes en ont contre les spécialisées. Croyez-vous que ça pourrait faire partie de la solution?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Je crois aux bienfaits du dialogue en toutes circonstances. Je crois toutefois que le dialogue doit être encadré par certaines balises qui reviendraient à dire essentiellement: « Écoutez, vous pouvez vous entendre sur la façon de procéder, mais ce sera utilisateur payeur. Vous ne pouvez pas simplement vous servir gratis et nous laisser faire tout le travail. » Mais je pense qu'il faut inviter les deux parties à s'asseoir ensemble et à s'entendre. Je ne crois pas que cela doive forcément être répercuté sur le consommateur. Les diffuseurs ont le choix de le faire, mais nous sommes d'avis qu'il n'est pas nécessaire qu'ils le fassent.

• (1645)

Le président: Bien, merci.

Madame Glover.

Mme Shelly Glover (Saint-Boniface, PCC): Bienvenue. Je profite de l'occasion pour vous remercier d'avoir souligné récemment l'excellent travail et le professionnalisme d'une de vos communicatrices. Nous avons fait connaissance très récemment, au gala. Je voulais vous remercier pour ce geste, pour avoir souligné ses réalisations.

M. Ivan Fecan: Vous parlez de Susanne Boyce.

Mme Shelly Glover: Elle est fantastique, oui.

À Winnipeg, d'où je viens, nous avons malheureusement constaté certains changements dans notre station A-Channel ainsi que dans nos nouvelles à CTV et à Citytv. Évidemment, ces changements nous préoccupent beaucoup, puisque nous accordons beaucoup d'importance à nos émissions de nouvelles locales, surtout en ce moment, en raison des inondations, etc. Si ce n'était de la radiodiffusion locale et des nouvelles locales, il serait très difficile d'aider à protéger ces familles.

J'aimerais poser cette question au nom des citoyens canadiens qui veulent plus d'émissions locales et qui veulent avoir accès aux canaux de nouvelles. Qu'obtiendront-ils exactement en retour si le tarif de distribution est imposé? Soyons francs et directs, vous êtes en affaires pour réaliser des profits et pas nécessairement pour le bien commun, même si vous faites beaucoup de choses dans l'intérêt public, et je vous félicite d'ailleurs pour vos dons à Centraide et votre aide à la Société protectrice des animaux.

Quel avantage les citoyens ont-ils à en tirer? Redonnerez-vous leur emploi aux personnes qui l'avaient perdu? Recommencerez-vous à offrir des émissions de nouvelles du matin? Qu'allez-vous exactement redonner au public s'il met son argent sur la table afin que vous puissiez sortir de ce pétrin?

M. Ivan Fecan: Vous le savez peut-être, mais Elaine a dirigé notre station à Winnipeg pendant de nombreuses années, et elle dirige maintenant toutes nos stations locales. J'aimerais faire appel à elle dans un instant, mais je tiens simplement à rappeler à tout le monde que les gens paient déjà pour la télévision locale.

Si notre station de Brandon cesse d'émettre, croyez-vous vraiment que l'entreprise locale de câblodistribution remboursera les frais? Les

gens paient déjà pour cela, mais nous ne recevons pas l'argent. Lorsqu'ils reçoivent leur facture de câble, ils croient qu'ils paient pour la télévision locale. Cette constante ressort dans les innombrables sondages que nous avons effectués.

Mme Shelly Glover: Le tarif de distribution sera un coût supplémentaire, et quelqu'un devra absorber ce coût.

M. Ivan Fecan: C'est juste, quelqu'un l'absorbera.

Mme Shelly Glover: Vous allez dire que ce seront les entreprises de câblodistribution et celles-ci diront que ce seront les téléspectateurs et les consommateurs. C'est ma préoccupation.

Quand Mme Dhalla a posé la question sur le CRTC, vous avez parlé de « programmation reflétant la réalité locale » dans votre réponse, et c'est ce qui me préoccupe un peu. Lorsque vous dites que vous allez investir une partie de l'argent dans cette programmation, qu'y aura-t-il de nouveau? Pas un produit amélioré, mais qu'y aura-t-il de nouveau? Qu'obtiendra le contribuable de nouveau pour les frais énormes qu'il assumera? Je sais que vous ne voulez pas appeler cela un plan de sauvetage, moi non plus. Toutefois, je ne suis pas d'accord avec vous si vous croyez que seules les entreprises de câblodistribution mettront la main dans leur poche.

M. Ivan Fecan: Nous voulons dire que si nous ne pouvons pas trouver un moyen de continuer... Nous ne voulons pas réduire le service. Franchement, je ne vois pas l'intérêt d'avoir une télévision locale sans contenu. Nous nous retirerons bientôt de ce secteur, et je ne crois pas que personne d'autre ne veut prendre la place.

Mme Shelly Glover: Alors, monsieur, qu'y aura-t-il de nouveau? Vous l'avez prévu, évidemment. Qu'y aura-t-il de nouveau? Qu'obtiendrons-nous?

M. Ivan Fecan: Vous continuerez d'avoir ce que vous avez maintenant, ce que vous n'aurez pas si rien ne change.

Mme Shelly Glover: D'accord. C'est malheureux que ce soit votre réponse. Allez-vous réembaucher les gens? Allez-vous recommencer à diffuser les nouvelles du matin? Étant donné ce que vous venez de répondre, je suis un peu...

M. Ivan Fecan: Nous ne diffusons pas de nouvelles du matin à Winnipeg. Selon moi, vous pensez à la station Rogers.

Mme Shelly Glover: Non, non, non, les nouvelles du matin sont à Barrie.

M. Ivan Fecan: Si Peggy croit que c'est une bonne idée, et si elle a les fonds, c'est sa décision.

Peggy.

Mme Shelly Glover: C'est une question à laquelle les contribuables veulent obtenir une réponse avant d'accepter que le gouvernement offre son aide.

Mme Peggy Hebdén (directrice de station, "A" Barrie, CTVglobemedia inc.): À vrai dire, nous avons examiné les chiffres, mais nous ne savons pas l'ordre de grandeur des coûts ni la quantité d'argent à déboursier. À l'heure actuelle, nous perdons beaucoup d'argent et nous avons besoin d'argent pour stopper l'hémorragie afin que nous ne perdions peut-être pas d'argent cette année. Mais si nous adoptons le tarif de distribution, nous croyons pouvoir recommencer à la diffuser. Nous ne le savons pas pour l'instant et nous devons connaître l'ordre de grandeur des coûts, mais nous aimerions croire que c'est la façon dont les choses vont tourner.

•(1650)

Mme Shelly Glover: Notre tâche est difficile, car nous représentons des personnes qui ne paient pas des taxes pour vous permettre de faire des profits. Elles veulent obtenir quelque chose en retour, et c'est pourquoi je vous implore de dresser des plans avant de demander de l'aide. Les contribuables ont besoin d'obtenir des réponses à ces questions. Je vous encourage à lire le *Barrie Examiner* d'aujourd'hui. Je pense que c'est très clair. Il fait vraiment ressortir ce que la plupart des contribuables pensent. Je vous encourage à le lire.

J'ai terminé. Merci.

Le président: Je laisserai Mme Hebden répondre à cette question, et nous aurons ensuite seulement cinq minutes pour de petites questions.

Mme Peggy Hebden: Merci.

L'article paru dans le journal aujourd'hui était très intéressant. Je parle aux téléspectateurs tout le temps, et ce n'est pas ce qu'ils me disent. Ils me disent qu'ils feront tout ce qu'il faut. Ils adorent le service que nous fournissons. Ils sont vraiment déçus que nous ne diffusions plus l'émission du matin, tout comme nous. Nous faisons du bon boulot en ce qui concerne nos nouvelles de six heures et de fin de soirée, et nous avons à coeur de faire un excellent travail. Nous voulons être là pour eux. Nous ne voulons pas continuer de perdre de l'argent. Nous voulons être une entreprise rentable. Nous voulons seulement faire nos frais, pour faire changement. Ce serait merveilleux.

Nos téléspectateurs disent: « Que faudra-t-il faire? Nous ne pouvons pas perdre cette station. »

Mme Shelly Glover: Donc, allez-vous recommencer à transmettre l'émission du matin?

Mme Peggy Hebden: Si nous trouvons l'argent et que nous pouvons nous le permettre, nous le ferons.

Le président: Très bien, je dois vous arrêter.

Je vais permettre à chacun de vous de poser une courte question, et elle doit être vraiment courte parce que nous n'avons environ que quatre minutes.

M. Charlie Angus: Vous êtes bien autoritaire, monsieur le président.

Le président: Je permets à tout le monde de poser une courte question et veuillez donner une réponse courte.

Mme Ruby Dhalla: J'aimerais revenir sur la question que j'ai posée plus tôt concernant la confusion entourant la position de CTV et des télédiffuseurs privés au sujet du tarif de distribution. Je ne fais que citer une transcription. Quand M. von Finckenstein a comparu devant notre comité, il a dit vous avoir demandé: « Si nous adoptons les tarifs de distribution, êtes-vous disposés à prendre des engagements envers les communautés locales et à utiliser ces recettes pour la programmation locale? » Il a dit qu'il y a eu « un silence assourdissant ». Il a dit que cela figurait au procès-verbal et que vous pouviez le relire. Il a dit: « J'ai posé la question mais je n'ai pas obtenu de réponse ». Vérifiez les transcriptions. Vous avez manifestement fait des déclarations très différentes.

La position du CRTC semble différente de ce que vous dites aujourd'hui. Par ailleurs, regardez-vous, regardez Canwest et tous les télédiffuseurs. Vous êtes tous en mode survie. Le CRTC parle d'un fonds pour l'amélioration de la programmation locale de 60 millions de dollars pour 72 stations qui seraient admissibles dans tout le pays. N'est-ce pas une solution temporaire? La question devient alors:

croyez-vous que le CRTC a les outils ou qu'il a agi assez rapidement pour faire face à la crise dans le secteur canadien de la télédiffusion?

M. Ivan Fecan: Nous commencerons une longue audience la semaine prochaine, lundi, et nous espérons énormément qu'on trouvera les solutions au cours de cette audience.

Mme Ruby Dhalla: Pensez-vous qu'on trouvera?

M. Ivan Fecan: Je dois garder espoir.

Le président: Bien, merci.

Madame Lavallée.

Mme Carole Lavallée: C'est une question courte.

Le président: Essayez d'être plus brève que Mme Dhalla.

Des voix: Oh, oh!

Mme Carole Lavallée: Pas de problème.

[Français]

Le propriétaire de TVA/Quebecor Media est venu nous rencontrer lundi pour nous dire qu'une des solutions qu'il propose est que les redevances actuelles des câblodistributeurs soient partagées avec les généralistes, et non seulement avec les chaînes spécialisées.

Que pensez-vous de cette suggestion de Pierre Karl Péladeau?

[Traduction]

M. Ivan Fecan: Je ne suis pas sûr de comprendre la question; j'aimerais lire la transcription avant de répondre.

Mme Carole Lavallée: Puis-je...?

Le président: Non, vous avez posé votre question.

Je crois que M. Masse veut prendre la parole et que vous obtiendrez une réponse.

M. Brian Masse (Windsor-Ouest, NPD): Merci, monsieur le président.

J'ai trouvé intéressante votre réponse concernant le CRTC. Vous semblez vouloir diviser votre entreprise et laisser aller les stations locales de A-Channel, même si vous dites que c'est l'aspect exécutoire à bien des égards.

J'aimerais que ce soit clair. Affirmez-vous que le CRTC avait bien compris que vous abandonneriez ces stations si elles ne faisaient pas de profit? Représentent-elles le véritable problème, parce qu'on a fait en sorte que vous preniez ces stations sachant qu'elles avaient perdu de l'argent et que vous alliez les abandonner si elles ne réalisaient aucun profit et connaissant leur passé — dans vos termes —, 30 années pendant lesquelles aucun revenu n'en a été tiré?

•(1655)

M. Ivan Fecan: Bien, nous sommes à la fin de la période d'application de la licence, monsieur, et nous avons accepté de les prendre pour cette période. Nous avons demandé une prolongation d'un an, parce que nous espérons beaucoup trouver une solution...

M. Brian Masse: Avec tout le respect que je vous dois, j'aimerais que vous répondiez à ma question. Ces conditions ont-elles été établies entre vous et le CRTC lorsque vous vous êtes entendu pour CHUM et que vous avez eu A-Channel? Était-ce clair à ce moment-là, que vous deviez faire des profits, sinon vous les laisseriez tomber? Le CRTC le savait-il à ce moment-là?

M. Ivan Fecan: Personne, monsieur, n'est obligé de redemander une licence lorsqu'elle expire.

Le président: D'accord. Merci pour la réponse.

Monsieur Del Mastro, vous pouvez poser la dernière question. Veuillez être bref.

M. Dean Del Mastro: Merci beaucoup, monsieur le président.

Le CRTC a fait passer le fonds de programmation canadienne de 5 à 6 p. 100. Cela représente 60 millions de dollars supplémentaires. Cet argent n'est pas tombé du ciel. Les entreprises de câblodistribution ne l'ont pas pris dans leurs profits, ni les fournisseurs de services de télévision par satellite. C'est 55 ¢ par abonné, et les gens le paieront. Je soutiens que le tarif de distribution devra être payé par les abonnés.

Si CTV est d'avis que personne n'aurait à payer quoi que ce soit de plus et que nous devrions trouver une manière d'empêcher les fournisseurs de services de télévision par câble et par satellite de faire payer un supplément à leurs abonnés... Quand Rogers était ici l'autre jour, il a déclaré qu'un tel scénario occasionnerait des pertes d'emploi chez eux. Êtes-vous prêt à dire cela, si nous les bloquons et qu'il y a des pertes d'emplois chez les câblodistributeurs ou les fournisseurs de services de télévision par satellite, vous continueriez d'être d'avis que si nous prenons de l'argent dans une poche pour la mettre dans l'autre et que le résultat est la perte d'emplois chez les fournisseurs de services de télévision par câble et par satellite...? Croyez-vous que c'est raisonnable?

M. Ivan Fecan: Il y a un an, Rogers a dit qu'il ne faut jamais augmenter les factures de câble sans augmenter les services, et il vient de le faire. Je ne sais donc pas à quel point il est crédible à ce sujet.

Le président: Merci beaucoup. Cela met un terme à cette partie de la séance.

Je tiens à remercier nos témoins d'avoir été si francs, et merci pour les questions.

Nous arrêterons pendant cinq minutes et, ensuite, nous nous réunirons de nouveau.

•(1655) _____ (Pause) _____

•(1705)

Le président: Nous sommes rendus un peu trop loin. Nous nous étirons un peu aujourd'hui.

Je souhaite la bienvenue aux témoins qui comparaitront pour cette deuxième heure. Étant donné que tout le monde a pris le temps de venir aujourd'hui, nous nous assurerons de prendre une heure. Vous avez une heure complète et nous veillerons à ce qu'elle vous soit accordée.

Monsieur Bissonnette, si vous voulez bien présenter les personnes qui sont avec vous et présenter votre exposé, allez-y.

M. Peter Bissonnette (président, Shaw Communications inc.): Merci beaucoup. Nous sommes très heureux d'être ici aujourd'hui. Voici Ken Stein, notre premier vice-président, Affaires générales et de réglementation; Jean Brazeau, notre premier vice-président, Affaires réglementaires; et Alex Park, vice-président, Services de programmations et éducatifs.

Nous souhaitons engager un dialogue ouvert et constructif sur l'état du système canadien de radiodiffusion, l'importance de desservir les collectivités locales, les contributions de Shaw au système et la priorité accordée à nos 3,4 millions de clients, vos électeurs.

Nous vous félicitons pour l'étude importante que vous réalisez. Nous savons que vous avez lu notre mémoire très attentivement et

que vous l'étudierez à fond dans vos délibérations. Puisque nous avons peu de temps et que nous savons que vous avez hâte de poser des questions, nous traiterons rapidement des principaux points compte tenu des thèmes d'étude suggérés par le comité.

Premièrement, nous ferons partie de la solution, en continuant d'établir et de maintenir un système solide de radiodiffusion au Canada. Nous croyons au système et nous croyons que la télévision a un avenir excitant. Shaw et ses 10 000 employés apportent déjà des contributions considérables et continueront de le faire.

Deuxièmement, les demandes concernant le tarif de distribution doivent être refusées. Les torts causés aux clients, à tout le système de radiodiffusion et à l'économie canadienne l'emportent de loin sur tous les avantages perçus dont seuls les radiodiffuseurs joueraient.

Finalement, nous formulerons des recommandations précises sur la manière dont le gouvernement et le CRTC peuvent contribuer à maintenir la force et la pertinence de la radiodiffusion locale en mettant l'accent sur la clientèle et l'investissement.

La contribution la plus importante des EDR, entreprises de distribution de radiodiffusion, est l'établissement du réseau et de l'infrastructure qui offrent le choix aux Canadiens et permettent la prestation de centaines de services de programmation. Shaw a investi à lui seul plus de 5 milliards de dollars et, grâce à ces investissements, l'entreprise a établi un réseau de très large bande de renommée mondiale dans des petites et grandes collectivités de l'Ouest canadien. Ces réseaux sont passés d'analogiques à numériques. Le nombre d'abonnés à notre service par satellite entièrement numérique, Shaw Direct, est passé de zéro à environ 900 000, ce qui comprend des abonnés dans les régions rurales et éloignées du Canada. Grâce à ses services de radiodiffusion, Shaw fournit des services de programmation par satellite concurrentiels à plus de 2 000 petits systèmes canadiens de télédistribution. Ces systèmes dépendent des services de radiodiffusion de Shaw pour desservir des millions de clients dans de petites collectivités.

Nous augmenterons les investissements dans l'infrastructure à large bande et par satellite. Ces dépenses sont essentielles pour plusieurs raisons. Nous offrons aux Canadiens un choix énorme, notamment un service de base intéressant et abordable, des centaines de services facultatifs numériques, 50 canaux haute-définition par Shaw et par satellite, ainsi que des applications interactives comme la télévision à la carte et la vidéo sur demande. Nous fournissons des services conventionnels et spécialisés transmis par des signaux de haute qualité, ce qui permet d'attirer des milliards de dollars en recettes publicitaires. Nos activités se déroulent sur un marché où la concurrence est très forte dans chacun des secteurs de notre entreprise, soit la distribution de radiodiffusion, Internet et la téléphonie. Dans ce contexte, nous prenons des décisions d'affaires chaque jour et nos clients nous demandent de rendre des comptes. Nous investissons pour remplacer les câbles par des fibres optiques dans les petites collectivités. L'investissement dans la large bande sera un des éléments clés de la relance économique et favorisera l'économie du savoir au Canada.

Shaw a également beaucoup apporté au système et aux collectivités locales grâce à ses canaux communautaires populaires, qui offrent une programmation 100 p. 100 locale et 100 p. 100 canadienne tous les jours de la semaine. Chaque année, nous produisons plus de 9 000 heures d'émissions politiques locales originales, d'activités communautaires spéciales, de sports locaux, de nouvelles locales et de télémagazines.

Parlons de quelques-unes de nos réalisations: nous réunissons environ 4 millions de dollars chaque année pour les associations communautaires locales de l'Ouest canadien et du nord de l'Ontario; tous les ans, nous produisons plus de 1 000 heures d'émissions portant sur des questions politiques fédérales d'un point de vue local; chaque semaine, nous produisons la couverture de plus de 50 réunions locales de conseils municipaux, de commissions scolaires et de comités; nous couvrons en direct, 24 heures par jour, sept jours par semaine, la surveillance des inondations dans les collectivités locales de Winnipeg; nous offrons deux canaux multiculturels à Vancouver et à Calgary en raison de la diversité des communautés ethniques locales; et nous produisons plus de 120 reportages communautaires chaque jour dans l'Ouest canadien et le nord de l'Ontario.

En plus de ces contributions, la câblodistribution a également investi plus de 50 millions de dollars dans la CPAC pour offrir sans frais aux Canadiens une fenêtre sans pause publicitaire sur le Parlement et les affaires publiques nationales. Depuis 1997, nous avons aussi versé une contribution de plus de 400 millions de dollars au Fonds canadien de télévision et à des fonds privés.

• (1710)

Nous sommes convaincus que la création du Fonds des médias du Canada par le ministre Moore permettra enfin d'assurer que le financement reçu soit un investissement qui vise à répondre aux besoins de nos auditoires plutôt que des subventions qui visent à répondre aux besoins des producteurs et des radiodiffuseurs.

Ces investissements montrent que nous sommes dévoués aux clients et que nous sommes très enthousiastes par rapport à l'avenir de la radiodiffusion au Canada.

Les radiodiffuseurs ont aussi démontré qu'ils croyaient en la création d'un service spécialisé pour la télévision canadienne lorsqu'ils ont dépensé un total de 3,7 milliards de dollars pour acquérir plusieurs chaînes spécialisées en vue d'obtenir davantage de parts de marché, d'augmenter leur pouvoir de négociation et de diversifier leur contenu. Nous savons que de nombreux obstacles se dresseront sur notre route, mais nous aurons aussi des occasions exceptionnelles de profiter pleinement des synergies et des nouvelles technologies.

Plusieurs parties prétendent qu'il y a un problème généralisé qui nécessite une solution globale. Ce problème concerne le régime de réglementation actuel, qui est fondé sur des garanties et des subventions. C'est un modèle qui n'est pas viable dans le contexte des communications numériques mondiales où la concurrence varie sans cesse.

La solution ne consiste pas à ajouter des règlements et les taxes, ou encore à entreprendre une opération de sauvetage des radiodiffuseurs. Les radiodiffuseurs décident de dépenser plus de 700 millions de dollars par année pour des émissions américaines. Dans un cas, ils ont contracté une dette de 4 milliards de dollars après avoir acheté des stations de télévision étrangères et des biens relatifs à la publication. Ils doivent assumer la responsabilité de leurs décisions.

Parlons maintenant des fausses hypothèses qui viennent appuyer les demandes des radiodiffuseurs relativement au tarif de distribution. On n'injectera pas plus d'argent dans la radiodiffusion locale ni dans la programmation locale dans l'espoir de la raviver. Pour nous aider à expliquer les véritables motifs des radiodiffuseurs, prenons l'exemple de la proposition du CRTC visant à mettre en place un fonds pour l'amélioration de la programmation locale. Ce fonds a été instauré en octobre dernier seulement et déjà, les radiodiffuseurs

exigent davantage parce que selon eux, 1 p. 100 du chiffre d'affaires n'est pas suffisant; de plus, ils essaient déjà de se soustraire à leurs engagements pour ne pas dépenser ces sommes dans la programmation locale.

Le tarif de distribution ne tient absolument pas compte des avantages des radiodiffuseurs en matière de réglementation ni de la place privilégiée qu'ils occupent dans le système de radiodiffusion. La longue liste de garanties dont jouissent actuellement les radiodiffuseurs se trouve dans notre mémoire. Elle comprend notamment la distribution obligatoire et prioritaire pour le service de base, la distribution gratuite par câble et par satellite des signaux de radiodiffusion locaux, le très utile spectre gratuit et la substitution simultanée.

La distribution gratuite par câble et par satellite deviendra encore plus importante tandis que nous entreprenons la transition au numérique, car les radiodiffuseurs nous disent qu'ils ne construiront pas d'installations de transmission numérique en direct pour la plupart des marchés. Dans toutes les collectivités qui se trouvent à l'extérieur des principaux centres urbains, les Canadiens pourront capter leurs stations locales par câble et par satellite uniquement.

Pour terminer, le tarif de distribution ne constitue pas une solution axée sur le marché. À la différence des États-Unis, où le régime exige des radiodiffuseurs qu'ils choisissent entre l'obligation de diffusion et le consentement de retransmission, les radiodiffuseurs canadiens veulent les deux. Il n'y aurait donc pas de véritable négociation avec les distributeurs de radiodiffusion. Il n'y aurait pas non plus de choix pour les clients. Ils devraient accepter ces services et les payer. Au bout du compte, on aurait un transfert de la richesse: l'argent de la population canadienne passerait aux mains des radiodiffuseurs privés. Autrement dit, il s'agirait d'une taxe perçue sur 10 millions de ménages canadiens qui profiterait à deux ou trois entreprises privées.

Il est clair que le tarif de distribution n'est pas la solution. Cependant, nous aimerions faire les recommandations suivantes, qui permettront un allègement à court terme et, à long terme, qui contribueront au développement d'un système de radiodiffusion canadien fort et concurrentiel.

Pour la transition au numérique, Shaw veillera à ce qu'une solution abordable de diffusion virtuelle par câble et par satellite soit offerte, de façon à ce que les radiodiffuseurs puissent continuer à desservir les collectivités locales tout en économisant des centaines de millions de dollars sur le coût des investissements nécessaires pour la nouvelle technique de transmission numérique.

Comme l'a proposé le président du CRTC, les droits de licence de la partie II devraient être éliminés. L'élimination des restrictions applicables à la publicité et la réduction des obligations découlant de la réglementation devraient entraîner un allègement.

Si les radiodiffuseurs considèrent que la programmation locale est un fardeau sur le plan de la réglementation, ils ont toujours la possibilité de renoncer à leur licence. Le CRTC devrait chercher à obtenir de nouvelles demandes de la part d'entreprises qui croient qu'il est rentable de desservir des collectivités locales.

Le gouvernement et le CRTC doivent accepter pleinement le potentiel des chaînes communautaires, qui permettent de faire entendre des points de vue diversifiés par l'entremise des émissions et des bulletins de nouvelles locaux qui sont diffusés dans diverses communautés géographiques, culturelles et linguistiques.

• (1715)

Pour finir, on devrait confier au CRTC le mandat de mener un examen exhaustif de l'ensemble du système. Un tel examen pourrait donner lieu à des recommandations fondées sur les intérêts des Canadiens en tant que téléspectateurs et consommateurs.

En conclusion, Shaw est très heureux d'avoir l'occasion de comparaître devant votre comité, car nous avons nous aussi comme objectif de bâtir un système de radiodiffusion solide et de desservir la population canadienne et les collectivités locales. Nous sommes une entreprise prospère parce que chaque jour, nous nouons le dialogue avec nos 3,4 millions de clients et nous les écoutons. Nous demandons au comité de faire la même chose en mettant l'accent sur les intérêts des Canadiens. Si on permet que l'innovation, l'investissement et les nouvelles technologies soient le moteur de ce marché, les consommateurs et téléspectateurs canadiens en sortiront gagnants.

Shaw fait déjà partie de la solution. Nous avons établi un lien avec les Canadiens grâce à nos dépenses en capital importantes et continues qui visent à offrir un service de classe mondiale à des collectivités de petite et de grande taille. Nous fournissons des centaines de services de programmation canadienne. Sur le plan financier, nous contribuons de manière significative à des fonds privés et au Fonds des médias du Canada, et nous fournissons des émissions exceptionnelles par le biais de nos chaînes communautaires.

Toutefois, nous ne pouvons pas participer aux solutions qui sont fondées sur de nouvelles subventions, de nouvelles taxes imposées à nos clients ou des opérations de sauvetage des radiodiffuseurs. Nous croyons que la pierre angulaire du système doit être les consommateurs canadiens. Le système doit être au service des besoins et des intérêts des consommateurs, comme il est stipulé dans la Loi sur la radiodiffusion.

Merci. Nous serons heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci pour cet exposé.

C'est Mme Dhalla qui donne le coup d'envoi de cette série de questions.

Mme Ruby Dhalla: Merci beaucoup de comparaître aujourd'hui devant notre comité et de nous donner un aperçu de ce qui se passe au sein de votre organisation.

J'ai deux ou trois questions.

Vous avez parlé du CRTC et de son mandat, du Fonds d'amélioration de la programmation locale et de votre accessibilité à ce fonds. Pendant son intervention, le président a parlé du fait que le fonds avait augmenté de 60 millions de dollars, et que plus de 72 stations sont censées y être admissibles. Croyez-vous que c'est suffisant pour garantir une programmation locale et un contenu canadien important au pays?

• (1720)

M. Ken Stein (premier vice-président, Affaires générales et de réglementation, Shaw Communications inc.): Tout d'abord, nous ne croyons pas aux fonds. Nous sommes d'avis que les fonds ne servent qu'à subventionner un comportement anti-économique. Nous croyons que les obligations assujetties à la réglementation sont la meilleure façon de faire. Nous ne cherchons pas à obtenir des fonds. Quand nous avons investi dans les services par satellite, il me semble que nous avons perdu 350 millions de dollars au cours de la première année.

M. Peter Bissonnette: Oui, nous avons perdu 350 millions. Nous n'avons pas organisé de collecte. Nous savions que nous devions en faire une entreprise rentable et qu'il fallait être créatif pour y arriver. Nous avons examiné la possibilité d'ajouter de nouveaux services et de rendre le service offert beaucoup plus attrayant pour nos clients. En fin de compte, nous avons pu contrebalancer cet état — la perte de 350 millions de dollars — grâce à des investissements visant à obtenir plus de transpondeurs et un nouveau satellite.

M. Ken Stein: Nous croyons que la programmation locale est importante. Nous possédons une station de télévision locale. Elle faisait partie du système de câblodistribution que nous avons acheté à Kenora. Selon nous, cette opération a été couronnée de succès et nous n'avons pas l'intention que ça change. Il y a beaucoup de possibilités de collaboration avec la câblodistribution dans un secteur local afin de garantir que ce secteur soit desservi. À notre avis, des solutions comme celles-là sont de loin supérieures aux mécanismes de financement, qui ne font que fausser la réalité.

Mme Ruby Dhalla: Vous ne croyez pas au Fonds d'amélioration de la programmation locale, et vous êtes contre le tarif de distribution. Quelles idées ou solutions avez-vous à proposer pour faire sortir l'industrie de la radiodiffusion de l'état de crise dans lequel elle se trouve?

M. Ken Stein: Tout d'abord, nous ne croyons pas que l'industrie soit en état de crise. Nous savons que Canwest éprouve de graves problèmes financiers et que CTV a subi une certaine dépréciation, mais comme on vient de le faire remarquer, c'est une entreprise privée et nous ne savons pas vraiment ce que signifient leurs chiffres. Nous croyons qu'il y a un problème dû à la récession et nous en voyons les répercussions, mais elles se font sentir dans chaque ménage, dans chaque entreprise. À notre avis, si on veut s'en sortir, il faut s'assurer que la politique soit adéquate.

Le problème, c'est que lorsqu'on arrive au domaine de compétence du CRTC, on a tendance à voir une seule solution possible sur le plan de la politique, qui prend la forme de règlements, de subventions ou d'autres mécanismes de financement. Nous ne croyons pas que ce soit la direction à prendre. Il faudrait plutôt — par exemple, dans le cas d'un problème généralisé qui se serait produit au cours des dernières années à cause du changement concernant les parts d'écoute — ne pas se concentrer sur les solutions à court terme comme le renouvellement de licence pour un an, mais se demander ce qui se passera au cours des prochaines années.

Le conseil l'a déjà fait par le passé. Au début des années 1990, il a examiné l'ensemble de l'industrie de la radiodiffusion et de la distribution en tenant compte du tarif de distribution, qui a aussi été rejeté à cette époque-là, et il a présenté l'évolution possible de la câblodistribution au cours des années à venir. Selon nous, c'est cette approche qu'il faut adopter.

Mme Ruby Dhalla: Brièvement, j'aimerais poser une dernière question avant que le président me dise que mon temps est écoulé.

Pensez-vous que le CRTC a agi assez rapidement? Je sais que vous croyez qu'il n'y a pas de crise, mais nous avons parlé à différents intervenants et radiodiffuseurs qui ont bel et bien l'impression qu'il y a une crise. Si on parle aux Canadiens qui perdent leurs bulletins de nouvelles locaux et les émissions auxquelles ils sont habitués, on s'aperçoit que dans leur cas, c'est un état de crise.

Alors pensez-vous que le CRTC a agi assez rapidement, ou que le gouvernement aurait dû donner des directives supplémentaires au CRTC?

M. Ken Stein: Tout d'abord, comme vous l'avez fait remarquer, nous ne croyons pas qu'il y a une crise. Pour nous, c'est sans doute l'âge d'or de la télévision qui commence. Nous vivons une période prometteuse. Le développement de la haute définition, le lien avec Internet, la diffusion Web — tous ces choix sont offerts aux Canadiens. Nous pensons que ce n'est que le début; la chose à faire est d'investir aux bons endroits.

Quant au CRTC, nous avons des désaccords, bien entendu. Par exemple, quand le président du CRTC a comparu, il a dit que la radiodiffusion locale était le principal élément du système, que la télévision conventionnelle — c'est le terme qu'il a utilisé — en est le principal élément. Nous n'adhérons pas à cette vision des choses. Nous pensons que le principal élément de la radiodiffusion est donné à l'alinéa 3(1)d) de la Loi sur la radiodiffusion: les intérêts, les besoins et les aspirations des Canadiens. C'est sur ces éléments qu'il faut se pencher, et non pas sur la situation des radiodiffuseurs. Les radiodiffuseurs vivent peut-être une crise financière, mais pas les téléspectateurs canadiens.

• (1725)

Le président: Merci.

Madame Lavallée, je vous en prie.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Merci, monsieur le président.

Bonjour et merci d'être ici.

Sauf erreur, Shaw Communications Inc. n'offre aucun service au Québec. Est-ce exact?

M. Jean Brazeau (premier vice-président, Affaires réglementaires, Shaw Communications Inc.): C'est exact.

Mme Carole Lavallée: Donc, ce n'est pas sans raison que je ne vous connais pas beaucoup.

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: Notre service par satellite est utilisé au Québec. Ce qui s'appelait autrefois Star Choice, qui s'appelle maintenant Shaw Direct, fournit des services à l'ensemble du Québec.

[Français]

Mme Carole Lavallée: D'accord. Alors, j'ai de bonnes raisons de ne pas très bien vous connaître.

Dans un document qui nous a été remis, il est dit que vous êtes « une société de communication canadienne diversifiée qui s'occupe principalement de fournir une télévision par câble à bande large, Internet haute vitesse, le téléphone numérique, des services de télécommunications et des services de radiodiffusion directe à domicile par satellite à 3,2 millions de clients. »

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: Oui.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je n'ai pas compris si vous faites de la télévision que l'on appelle « télévision généraliste ». Faites-vous de la télévision? Faites-vous de la production?

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: Non.

[Français]

Mme Carole Lavallée: D'accord. Alors vous êtes ce qu'on appelle un distributeur. Je comprends maintenant pourquoi vous...

M. Peter Bissonnette: C'est correct.

Mme Carole Lavallée: C'est correct, cela ne me pose pas de problème, mais je comprends maintenant pourquoi vous ne nous avez pas parlé du contenu canadien: ce n'est pas quelque chose qui vous importe.

Je suis assez certaine de votre réponse, mais je vais quand même vous poser la même question qu'à vos prédécesseurs. Pierre Karl Péladeau, de Quebecor Media et de sa filiale TVA, est venu ici lundi et il a suggéré que les redevances de la câblodistribution et de la distribution par satellite soient mieux réparties pour que, dorénavant, elles ne soient pas seulement accordées aux chaînes spécialisées mais également aux chaînes généralistes.

Vous comprenez qu'il ne s'agirait pas d'une augmentation des tarifs accordés aux consommateurs, mais simplement d'une nouvelle distribution. Je voudrais savoir ce que vous en pensez. Ma question est-elle claire?

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: Mon dieu, j'imagine CTV et Canwest... Les propriétaires de chaînes spécialisées sont nombreux. Seraient-ils prêts à partager entre eux les revenus qu'ils perçoivent grâce aux services spécialisés qu'ils offrent?

M. Ken Stein: Ils peuvent déjà le faire.

M. Peter Bissonnette: Ils peuvent le faire à l'heure où on se parle. En fait, notre proposition pour CTV consiste à prendre l'ensemble de CTV, avec sa radiodiffusion conventionnelle, sa radiodiffusion en direct, ses chaînes spécialisées... En tant qu'entreprise, nos divisions ne fonctionnent pas toutes au même niveau, mais elles forment toujours la même entité. Elles sont Shaw. Dans le cas de CTV, nous croyons que leurs chaînes spécialisées... Ils ont été très avisés de les acheter, car il y a eu un changement dans la télévision en direct, une certaine diminution, alors que les services spécialisés ont connu une augmentation; leur décision leur a donc permis de se prémunir, si vous voulez, contre le genre de crise dont vous parlez aujourd'hui. Ça leur a vraiment servi de protection.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je ne veux pas me faire l'avocat du diable, ni celui de Pierre Karl Péladeau, mais il nous sert l'argument que, dans une entreprise, chacun des éléments doit être rentable, et que si certains ne le sont pas, il faut rechercher une distribution équitable.

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: Je n'ai pas entendu la traduction de ce que vous venez de dire. Je suis désolé.

M. Ken Stein: Nous comprenons ce qu'ils disent, et il est indubitablement vrai que si des entités sont subventionnées, il faut les voir comme des entités et corriger le tir si elles ne répondent pas aux attentes.

Le fait d'avoir ce genre de synergie entre les services permet de soutenir un secteur de l'entreprise qui est en difficulté en le finançant, ce que nous avons fait avec Star Choice. Quand nous avons perdu 350 millions de dollars, il est devenu évident que ça ne pouvait pas continuer ainsi. Nous avons mis en oeuvre plusieurs changements sur le plan de la gestion et nous avons fait plusieurs investissements de façon à le rendre financièrement viable. C'est l'objectif.

Quand M. Asper a annoncé que son acquisition d'Alliance Atlantis avait été approuvée, il a parlé des synergies et de l'énergie qui se créeraient entre le secteur de la télévision et les chaînes spécialisées. Selon nous, c'est l'objectif ultime.

Va-t-on essayer des échecs et rencontrer des obstacles sur la route? Bien entendu, mais c'est le propre de toute entreprise. Il faut savoir composer avec ces obstacles et s'arranger pour arriver au bout en se tenant droit malgré tout. Nous ne le voyons pas comme des subventions, des allocations réciproques ou d'autres éléments de ce genre, mais il est bien certain qu'il faut regarder l'ensemble de l'entreprise pour déterminer comment elle traversera une période de ralentissement.

• (1730)

Le président: Très bien. Merci de votre réponse.

C'est maintenant au tour de M. Masse.

M. Brian Masse: Merci, monsieur le président, et merci, messieurs, de votre présence parmi nous cet après-midi.

Je suis moi-même un client de Star Choice. C'est le service que nous avons dans mon bureau de Windsor.

J'aimerais savoir précisément pourquoi vous avez tant de stations et de créneaux pour la télévision à la carte, la pornographie et la musique numérique, mais qu'il vous est impossible de trouver un créneau pour A-Channel Windsor, que je demande depuis des années. J'aimerais savoir ce qui justifie cette situation. Est-ce simplement parce que vous avez encore adopté un nouveau plan d'affaires et que vous n'avez pas permis l'ajout du A-Channel au système, malgré le fait que je pouvais écouter le bulletin de nouvelles sur cette chaîne si je me trouvais à London et à Ottawa? Mais dans mon propre bureau à Windsor, je ne pouvais pas regarder le A-Channel Windsor, qui se trouvait littéralement à cinq minutes de mon bureau en voiture.

M. Peter Bissonnette: Eh bien, c'est une excellente question. Si nous pouvions répondre à tous les besoins de tout le monde, offrir tous les services et avoir la capacité de le faire, ce serait l'idéal pour nos clients, mais au bout du compte, nous devons trouver un équilibre entre les intérêts.

Parmi toute la gamme de chaînes qu'on trouve sur Star Choice, nous avons essayé d'établir un équilibre entre les intérêts de nos clients et la programmation originale. Si vous faites défiler les chaînes offertes, vous verrez que nous en avons 12 de CBC qui présentent toutes les mêmes émissions, 10 autres de Canwest Global et 4 ou 5 de A-Channel, ce qui montre que nous offrons un choix représentatif dans la mesure de nos capacités.

Notre capacité est limitée. En ce moment, il nous est impossible d'ajouter une chaîne, à moins de lancer un autre satellite qui augmenterait notre capacité. Nous utilisons la technologie du multiplexage pour tenter d'augmenter notre capacité. Nous avons cessé d'offrir certains services pour pouvoir en ajouter des nouveaux. Nous avons ajouté des services haute définition parce que les clients nous disent qu'ils changent de téléviseur ou qu'ils passent à une télévision haute définition et qu'ils aimeraient avoir des émissions en haute définition...

M. Brian Masse: Vous pouvez avoir tout cela. Comme client, j'ai accès à des centaines de postes. Pourquoi ne pourriez-vous pas laisser tomber...?

Vous venez ici et dites qu'au fond, il n'y a pas de problème. J'ai entendu la même chose pour l'industrie automobile. Je soulève depuis 2002 cette question à propos de la crise dans l'industrie automobile et là, vous venez ici et dites qu'il n'y a pas de crise. Si rien ne change, A-Channel va disparaître dans ma communauté, une communauté qui se dresse maintenant dans l'ombre des États-Unis, et nous vous avons demandé de nous fournir cette chaîne par l'entremise d'un de vos services. Dites-moi, pourquoi n'avons-nous

pas été en mesure de trouver un seul créneau dans tout cet assortiment pour une émission de nouvelles locale? Il en va de notre responsabilité à tous.

M. Peter Bissonnette: Je comprends ce que vous dites. Si la capacité ne posait pas problème, nous aurions 400 chaînes de nouvelles dont la programmation se chevauche, issues de chaque communauté du pays. Nous avons tenté de créer un équilibre.

Ken, auriez-vous des commentaires à ce propos?

M. Ken Stein: Il faut faire certains choix. Nous devons également nous conformer aux règlements, en vertu desquels nous devons offrir un certain nombre de services identiques, que nous aimerions...

M. Brian Masse: La programmation issue de Windsor ne représente pas un service identique à celui d'A-Channel London, A-Channel Ottawa et des autres chaînes locales de ce réseau auxquelles nous avons accès, à l'exception de celle de Windsor.

M. Peter Bissonnette: La duplication prend diverses formes. Certaines des émissions sont d'origine locale, mais une grande partie de la programmation diffusée sur le réseau est la même partout.

M. Brian Masse: Je ne pense pas que ce soit le cas. J'ai eu la chance de voir les autres... Certains reportages sont peut-être diffusés d'un bout à l'autre du spectre, mais ce n'est certainement pas chose courante.

Je vais passer à une autre question, que je juge importante. Vous avez dit qu'à l'heure actuelle, le tarif de distribution serait un problème. La délégation que nous avons entendue avant vous nous a essentiellement dit que vous aviez les moyens de l'absorber. De 2002 à 2008, depuis la déréglementation, vos tarifs pour la région de Vancouver ont augmenté de 55,5 p. 100; à Winnipeg et à l'est, ils ont augmenté de 90,2 p. 100 et à Calgary, de 61,5 p. 100, ce qui représente une augmentation globale moyenne de 67,8 p. 100. Cette moyenne est tirée du rapport du CRTC. Maintenant, j'aimerais que vous nous expliquiez, si on veut, où se situe le rapport qualité-prix pour le client qui a vu sa facture augmenter de 68 p. 100 sur six ans. Ensuite, pouvez-vous nous expliquer pourquoi vous n'êtes pas en mesure d'assumer dès aujourd'hui la charge qui vous est demandée?

M. Peter Bissonnette: Laissez-moi vous parler de la réalité, c'est-à-dire de ce que nos clients reçoivent et des tarifs qu'ils paient pour avoir accès aux services.

Nous offrons des services de téléphonie, d'accès Internet et de télévision numérique. Depuis cinq ans, grâce au regroupement de ces trois services, nos clients paient vraiment moins cher qu'avant. Voilà la réalité.

Deuxièmement, pour vous expliquer ce que nous avons fait avec l'argent payé par nos clients, nous avons dépensé, cette année seulement, 750 millions de dollars en immobilisations pour améliorer notre infrastructure, ajouter davantage de services, accroître la fiabilité de nos services et fournir aux petites communautés l'accès au câble à fibres optiques.

Nous venons tout juste d'acquérir le système de la Campbell River TV Association sur l'île de Vancouver. Depuis que ce système nous appartient, nous avons dépensé quelques millions de dollars pour être en mesure d'offrir à ces clients les mêmes services dont bénéficient nos clients de Vancouver ou Nanaimo. Tout ce que nous faisons, nous le faisons par souci de mieux servir notre clientèle. Nos clients nous indiquent, grâce au nombre d'abonnements, qu'ils aiment ce que nous avons à offrir. Ils aiment ce qu'ils obtiennent pour le prix, la rapidité de l'Internet...

•(1735)

M. Brian Masse: J'apprécie tout ça, toutes ces précisions et je vous demanderais, en terminant...

Le président: Monsieur Masse...

M. Brian Masse: Je vous implore, si vous y voyez un moyen, de laisser tomber une de vos chaînes de programmation étrangère ou une autre chaîne afin de la remplacer à Windsor par A-Channel, ce qui permettrait de dénouer cette impasse.

M. Peter Bissonnette: Merci beaucoup.

En passant, afin d'ajouter des services, nous nous sommes désistés de bon nombre des 50 chaînes de télévision à la carte que nous avions avant sur Star Choice. Ainsi, à l'heure actuelle, il en reste moins de cinq.

Le président: D'accord, merci.

Nous passons à M. Del Mastro.

M. Dean Del Mastro: C'est au tour de Mme Glover.

Le président: Oui, en effet. Pardon.

Mme Shelly Glover: Bonjour. Je voulais vous souhaiter la bienvenue ici aujourd'hui.

J'aimerais commencer par vous dire que je suis de Winnipeg, au Manitoba. Je dois dire que Shaw TV a joué à Winnipeg un rôle-clé pendant les récentes inondations et nous a permis de prendre connaissance des situations malheureuses vécues par certains propriétaires de maisons et citoyens de Winnipeg. Je tenais à le souligner.

Je vais vous poser une question très simple. Qu'arrivera-t-il à Shaw si le tarif de distribution est appliqué?

M. Peter Bissonnette: Bien entendu, le tarif de distribution entraîne des coûts pour nous, et ces coûts seraient imposés à nos clients. Et qu'obtiendront nos clients en retour de ce tarif de distribution? Rien. Rien de plus que ce qu'ils ont à l'heure actuelle.

Mme Shelly Glover: Je vous remercie d'avoir donné une réponse simple à une question simple, parce que nous tentons d'établir autant de faits que possible pour pouvoir en arriver à une quelconque conclusion.

Je vais vous poser quelques autres questions très simples.

Bien entendu, les diffuseurs soutiennent que vous utilisez leurs signaux et que vous devriez payer pour le faire. Êtes-vous d'accord?

M. Peter Bissonnette: La réponse est non, nous ne sommes pas d'accord.

Je pense que quelqu'un a déjà demandé si nous allions remonter 40 ans dans le temps, aux toutes premières heures de la diffusion, où il y avait à l'époque deux ou trois diffuseurs par ondes hertziennes et que Shaw, dans sa forme de l'époque, offrait aux diffuseurs une portée dont il n'auraient pu profiter autrement.

J'ai habité à Vancouver. J'ai habité à Rivers, au Manitoba. J'ai habité un peu partout au Canada, et les avantages que retirent les diffuseurs de notre distribution, grâce aux engagements, grâce aux 700 millions de dollars que nous allons dépenser cette année en immobilisations... Bref, ils profitent de tout ça.

Lorsque M. Fecan a parlé d'Internet et du fait que certaines émissions sont maintenant diffusées par ce média, cette diffusion se fait par le truchement de notre réseau. Les diffuseurs retirent un énorme avantage et tirent profit de l'argent que nous investissons dans notre infrastructure. Voilà l'avantage. Nous ne prenons rien. Voilà comment ils en obtiennent pour leur argent. Nous étendons la

portée. Nous allons faire de même, comme nous l'avons dit, grâce à la diffusion virtuelle. Lorsqu'ils ne sont pas prêts à investir dans la technologie numérique du côté de leurs émetteurs, nous avons proposé de les remplacer par l'entremise de notre réseau de distribution, et nous nous sommes engagés à le faire. S'ils arrivent à transmettre leurs signaux à notre système de câblodistribution, nos clients pourront y avoir accès. Nous investirons dans les récepteurs dont les clients ont besoin pour capter ces signaux, et nous le ferons à prix minime, si vous voulez, pour financer l'investissement qui devra être fait pour les rendre accessibles.

C'est une relation qui date d'environ 40 ans. Nous avons fourni aux diffuseurs les moyens d'amener leurs produits chez les clients.

Mme Shelly Glover: Je comprends. Je suis désolée, je n'ai que quelques minutes, mais je voulais vous poser ces deux questions parce que je pense que vous étiez peut-être ici en même temps que les gens de CTV. Bien entendu, ils ont parlé de l'utilisation de leurs signaux et du coût qui, selon eux, ne serait pas imposé à leurs abonnés. Vous venez de dire le contraire.

Vous avez entendu leurs propos. Avez-vous des commentaires à formuler en réaction à ces propos et au fait que ça ne coûterait rien?

M. Peter Bissonnette: Il y aura des coûts. Nous l'avons clairement dit.

Vous savez, ce n'est pas la première fois que nous abordons la question du tarif de distribution. Il y a six mois, je crois, nous étions à Ottawa pour témoigner devant le conseil à propos du tarif de distribution. Un an avant cela, nous témoignions devant le conseil. Quelqu'un a demandé si nous étions prêts à ouvrir nos livres. Nous avons répondu que nous les avions ouverts au conseil, qui relève en quelque sorte de vous. Le conseil dispose de ces renseignements et, compte tenu de ces renseignements, a décidé une fois de plus de ne pas approuver le tarif de distribution, parce qu'il n'arrivait pas à le justifier, si vous voulez, compte tenu des données auxquelles il avait accès, car il savait que les coûts du tarif de distribution seraient alors imposés aux consommateurs. Nous avons été très clairs à ce propos.

•(1740)

M. Jean Brazeau: En terminant, si nous devons absorber les coûts, nous aurons moins d'argent à investir. On parle de décisions d'affaires difficiles à prendre, parce qu'au bout du compte, il faut voir à ce que l'entreprise demeure rentable. Chaque année, nous investissons plus de 700 millions de dollars dans notre réseau, et il serait difficile de continuer de le faire.

Mme Shelly Glover: Une question rapide en terminant: cette diminution des sommes à investir aurait-elle une incidence sur la programmation locale?

M. Peter Bissonnette: Nous tentons d'éviter les scénarios catastrophes. Nous sommes fiers des contributions que nous apportons à toutes nos communautés sous forme de programmation locale. Donc, ça n'aurait pas d'incidence sur notre volet de programmation communautaire. Par contre, cela signifie que nous aurions moins d'argent à investir dans notre infrastructure pour acheter, par exemple, un nouveau satellite qui permettrait d'offrir davantage de services, comme celui de Windsor. Nous n'aurions pas les capacités que nous avons à l'heure actuelle.

Le président: Merci.

Monsieur Rodriguez, la parole est à vous.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Merci, monsieur le président.

Bonjour à tous. Je suis désolé d'avoir raté votre présentation. Nous participions à une émission de télévision justement au sujet de ces audiences. Cela crée beaucoup d'intérêt de la part des différents médias.

Cependant, en vous écoutant, je n'ai pas l'impression d'avoir manqué grand-chose parce que vous calquez votre discours sur celui que Rogers a tenu hier. La difficulté qui se pose à moi, dans le débat actuel, c'est qu'on cherche collectivement, malgré les potentielles différences partisans, une solution pour aider l'ensemble de l'industrie. On ne cherche pas à choisir des gagnants ou des perdants. On veut que ce soit, dans l'ensemble, une industrie rentable où chacun peut tirer son épingle du jeu.

Ce qui est difficile et fatigant à la longue, comme membre du Parlement, c'est d'entendre toujours des gens nous dire que si on donne ceci ou qu'on ne donne pas cela, ils vont couper tel service, ne donneront pas tel autre, fermeront une station ou ne seront plus là. J'ai l'impression qu'il s'agit presque d'un chantage, à savoir que si on cède à la demande de l'un et pas à celle de l'autre, ce dernier va en donner moins.

Comprenez que nous ne sommes ni pour ni contre Shaw, ni pour ni contre CTV. Vous voulez faire de l'argent; nous voulons que vous en fassiez. Il faudra, cependant, que vous trouviez une façon de vous parler. Actuellement, j'ai l'impression de comprendre ce à quoi vous vous opposez. Je sais que vous vous opposez au *fee for carriage*. Mais qu'est-ce que vous appuyez au juste? Quelles solutions prénez-vous?

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: Je vais d'abord parler de la forme que prend notre contribution en matière de programmation locale, en me servant de Winnipeg à titre d'exemple. Nous avons beaucoup à contribuer en matière de programmation locale, et pourrions en faire beaucoup plus. Nous sommes la programmation locale dans de nombreuses petites communautés du Canada où CTV ne se rend pas. Les résidents de Squamish et de Whistler n'ont pas CTV. C'est par l'entremise de notre programmation locale que leurs voix se font entendre.

Alex, pourriez-vous parler de certains éléments de programmation qui représentent à nos yeux une contribution positive?

Honnêtement, nous aimerions avoir moins de contraintes, si vous voulez, parce que nous sommes déterminés à en faire davantage.

M. Alex Park (vice-président, Services de programmations et éducatifs, Shaw Communications inc.): Dans bon nombre des communautés qui ont accès à nos services par câble, grâce à nos chaînes communautaires locales, nous sommes devenus le porte-voix local des associations et des groupes communautaires.

Ce genre de programmation existe en réalité depuis près de 40 ans, et se taille une place de plus en plus viable et importante dans les marchés locaux. Nous cherchons véritablement à faire en sorte que le volet communautaire soit clairement identifié comme partie de la solution chaque fois qu'un quelconque examen est entrepris. Nous croyons que l'expression communautaire jouera un rôle de plus en plus important dans l'avenir, et qu'elle fait partie de la solution.

L'infrastructure existe déjà. Je ne sais pas combien parmi vous le savent, mais nous exploitons plus de 40 chaînes communautaires locales, du nord de l'Ontario jusqu'au nord de la Colombie-Britannique. Trois cent cinquante de nos employés travaillent pour ces chaînes. Nous avons des centaines de bénévoles qui appuient cette activité au niveau local dans les différentes communautés.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Si vous me permettez, car nous n'avons pas...

[Traduction]

Il est difficile de faire partie de la solution si vous ne reconnaissez pas le problème. En gros, vous dites que c'est rattaché aux difficultés économiques actuelles. D'autres disent que le problème existait avant, et qu'il n'est que plus visible maintenant en raison du contexte économique, mais qu'il subsistera.

● (1745)

[Français]

Selon moi, il y a un changement structurel. Je ne crois pas que la crise économique soit uniquement en cause. Je crois que la multiplication des canaux spécialisés, la venue d'Internet avec d'autres plateformes diluent l'assiette publicitaire.

Si vous ne reconnaissez pas ce problème, c'est difficile pour vous de dire que vous allez essayer de trouver une solution, mais si ceux qui disent qu'il y a un problème structurel avaient raison, êtes-vous prêts à faire quelque chose? Êtes-vous prêts à négocier avec CTV et Global et à dire que vous pourriez accepter le *fee for carriage* à certaines conditions?

[Traduction]

M. Peter Bissonnette: J'aimerais dire clairement que nous sommes partenaires. Nous offrons à notre clientèle tous les services spécialisés de CTV, ce qui fait que nous nous réunissons sans cesse avec les gens de CTV. Nous sommes constamment en négociations avec eux en ce qui a trait aux tarifs de ces services spécialisés. Ils nous parlent chaque semaine lorsqu'ils nous fournissent la liste des services qu'ils souhaitent substituer, grâce à la substitution simultanée. Nous entretenons un dialogue avec eux.

Pour ce qui est d'entreprendre une discussion hypothétique à propos des sacrifices que nous serions prêts à faire si nous passions au tarif de distribution, nous avons déjà indiqué ne pas être prêts à faire de sacrifices. Vous avez vu ce qui est arrivé à Phil Lind hier. Je pense qu'on avait demandé à Phil s'il accepterait le modèle américain. Il nous a dit qu'il avait l'intention de dire qu'il n'accepterait pas le modèle américain et que clairement, ni CTV ni Canwest ne le feraient non plus parce qu'ils n'accepteraient jamais le concept de distribution non impérative.

Le président: Merci.

Votre temps est écoulé.

Monsieur Pomerleau.

[Français]

M. Roger Pomerleau: Merci, monsieur le président.

Je vous remercie d'être venus nous rencontrer aujourd'hui. J'ai une seule question, mais un long préambule.

Les producteurs qui ont témoigné nous ont dit, de façon générale, que s'ils ne généraient pas plus de revenus, ils allaient devoir couper certains services offerts présentement à la population. Les distributeurs, dont Rogers et vous-mêmes, nous disent qu'en fin de compte, il n'y a pas de problème, que si l'on considère ces compagnies de façon globale, on constate qu'elles peuvent très bien perdre de l'argent dans des secteurs précis, mais que dans l'ensemble, leurs activités sont extrêmement profitables. Grosso modo, c'est ce qui semble ressortir au fur et à mesure qu'on reçoit des gens ici.

Vous nous avez apporté un livre. Comme l'ont fait les gens de Rogers, vous citez énormément de faits qui tendent à confirmer de façon très rationnelle ce que vous dites. C'est très bien écrit. On y dit que ces gens investissent de moins en moins dans des productions canadiennes et de plus en plus dans des productions étrangères, surtout américaines. Ces gens prétendent perdre de l'argent, mais il s'agit souvent de produits qu'ils ont achetés à l'étranger et qui n'ont rien à voir avec la distribution locale.

J'avoue avoir, à l'égard de votre point de vue, un préjugé favorable, mais ça ne veut pas dire qu'il est immuable. Il me semble logique. Cependant — et c'est à ce propos que j'ai des réserves —, je ne suis pas anglophone; je regarde de temps à autre la télévision en anglais, mais je la regarde davantage en français. Or une chose m'apparaît évidente. La plupart des émissions en anglais que je vois me semblent américaines, d'une façon ou d'une autre, qu'il s'agisse d'importations, de feuilletons ou d'acteurs qui, de toute évidence, sont américains.

En revanche, quand je regarde la télévision en français, je ne vois jamais ou pratiquement jamais ce genre de chose. Les nouvelles sont vraiment conçues au Québec pour les Québécois. Les séries télévisées sont faites de A à Z pour les Québécois par des Québécois. Il y a très peu d'émissions américaines traduites. Les émissions de variétés — et on parle ici de Quebecor — comme *Star Académie* ou d'autres encore sont produites au Québec par des Québécois. C'est même le cas de la publicité. On a essayé pendant longtemps d'utiliser de la publicité conçue à Toronto pour vendre des produits ici, mais on a dû arrêter parce que rien ne se vendait. Il faut que la publicité soit produite au Québec pour que les produits se vendent.

La compagnie de M. Péladeau, Quebecor, semble être aux prises avec des problèmes totalement différents de ceux des autres. Vous dites que la vérité, c'est que les entreprises n'ont rien fait pour favoriser les émissions canadiennes. Or ce n'est pas le cas de M. Péladeau. Toutes ses émissions sont fabriquées au Québec, mais il en paie le prix. Il fait de l'argent, du moins je l'espère, et j'espère aussi qu'il va continuer à en faire comme les autres. Quoi qu'il en soit, ses problèmes sont totalement différents de ceux des autres producteurs d'émissions de télévision. J'en arrive à ma question.

À supposer qu'en tant que parlementaire, j'en arrive à la conclusion que vos observations sont fondées, du côté canadien; que des producteurs comme CTV et Canwest n'ont pas réellement de problèmes parce qu'ils produisent de moins en moins d'émissions canadiennes, mais que ce n'est pas le cas pour Quebecor, aurais-je le droit de dire, selon vous, qu'une solution différente doit être appliquée à Quebecor, peut-être même en ce qui concerne les tarifs de diffusion?

• (1750)

[Traduction]

M. Ken Stein: Nous ne sommes aucunement d'accord avec l'application du tarif de distribution, parce que celui-ci ne se justifie pas. Nous sommes un vecteur, et je suis convaincu que la situation au Québec est la même qu'ailleurs au Canada. La nature des politiques de câblodistribution et la façon dont elles ont été structurées au cours des 40 dernières années font essentiellement en sorte de reconnaître la nécessité d'offrir aux Canadiens un accès à toute une diversité de services. Nous avons donc travaillé fort.

Si vous prenez par exemple les années 1980, lorsque nous avons commencé à offrir des services spécialisés et payants, un certain nombre de services francophones et anglophones ont été voués à l'échec. Donc au cours des années 1990, nous avons élaboré des

solutions afin de garantir essentiellement la distribution, d'offrir des services de différents niveaux, de le faire de la manière la plus conviviale possible pour nos clients — en intégrant certaines chaînes à la programmation de base, en offrant différentes possibilités à d'autres niveaux, en donnant des choix aux gens, en regroupant des services, en tentant de créer un équilibre pour tous. Au bout du compte, nous avons accompli de très grandes choses, qu'il nous faut reconnaître.

La première, c'est d'avoir maintenant des centaines de services canadiens. Si vous voulez du contenu canadien et des histoires intéressantes, vous pouvez en trouver. Ce ne sont peut-être pas *Urgences* ni *CSI* — dont le concept, en passant, a été imaginé au Canada —, mais c'est un fait. On ne peut pas nier l'influence dominante d'Hollywood dans le Canada anglais, au cinéma comme à la télévision.

Donc ce que nous avons fait tout au long des années 1990 et de la présente décennie, c'est de nous demander, compte tenu de la situation, ce que nous pouvons faire pour s'assurer de répondre aux besoins des Canadiens en tant que Canadiens, qu'on parle de nouvelles, de sports... Je deviens fébrile lorsque je me rends aux compétitions de ski au Québec et que RDS en assure la couverture. Cela ne se produisait pas il y a 10 ou 15 ans. Donc les athlètes canadiens professionnels et amateurs profitent d'une plus grande reconnaissance aujourd'hui qu'il y a 10 ou 15 ans. Ce sont de gros avantages.

Deuxièmement, pour ce qui est des services par satellite, peu importe où vivent les gens au Canada — mis à part Windsor, où certains problèmes persistent —, ils peuvent obtenir le même service, ou parfois mieux encore, que s'ils habitaient à Toronto. Aucun autre pays ne peut se permettre une telle affirmation.

M. Peter Bissonnette: Ou Montréal.

M. Ken Stein: Tout à fait. On parle de percées importantes. Le deuxième volet de tout ceci, c'est que la câblodistribution a obtenu un monopole lorsque ces politiques ont été élaborées. Ce monopole n'existe plus. À Winnipeg, vous avez le choix de cinq fournisseurs. Nous devons nous montrer concurrentiels, fixer nos tarifs en conséquence et tenir compte de cette situation lorsque nous assemblons nos offres. Ce sont des percées importantes du système canadien de télédiffusion, et nous devrions en être très fiers.

Les gens disent maintenant qu'il y a un problème systémique auquel il faut trouver une solution à court terme. Voilà tout un paradoxe. Si le système pose problème, il faut voir les choses à plus long terme. Il faut examiner attentivement les faits. Ce qu'il ne faut pas faire, c'est céder à la panique et nous convaincre d'adopter le tarif de distribution parce que c'est ce qui se fait aux États-Unis. Écoutez, nous avons exploité des systèmes aux États-Unis. Le système de télédiffusion des États-Unis ne vise qu'un seul objectif: le profit. Le contenu n'est pas réglementé. Les obligations culturelles sont inexistantes. L'industrie n'est tenue à rien. Vous produisez et voilà l'objectif. Ce genre de système ne fonctionnera pas au Canada. Nous sommes fiers d'offrir des services dans toutes les plus petites collectivités du pays et c'est ce que nous continuerons de faire, et ce pourquoi nous sommes fiers du système canadien de télédiffusion.

Le président: Nous avons un peu dépassé le temps alloué.

M. Uppal, après quoi nous déciderons si nous avons le temps de passer à une autre série de questions.

M. Tim Uppal (Edmonton—Sherwood Park, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vais vous donner l'occasion de parler davantage d'une question que vous avez abordée tout à l'heure dans votre exposé, c'est-à-dire certaines des solutions possibles en vertu de la réglementation. Vous avez parlé des restrictions qui touchent la publicité. Si possible, pouvez-vous partir de là puis étoffer quelques-uns des autres points dont vous avez parlé?

M. Ken Stein: Le problème vient en partie du fait que nous n'avons pas accès à certaines heures d'antenne. Nous avons toujours voulu y avoir accès. Le Conseil examine actuellement la question. Nous disons, très bien, plutôt que d'empêcher les gens d'améliorer leur situation pour ce qui est de la publicité, nous voulons être en mesure d'utiliser une plus grande part des disponibilités locales pour appuyer la radiodiffusion locale et les canaux communautaires locaux.

Par exemple, nous diffusons toutes les parties de hockey de la Western Hockey League il y a quelques années. Alex peut vous en parler. Pour pouvoir le faire, nous diffusons aussi des messages de commandites. Le Conseil nous a tapé sur les doigts et nous a dit non, non, vous ne pouvez pas faire ça; vous êtes allés trop loin. Vous pouvez avoir des commandites d'entreprise, mais pas de publicité d'entreprise.

Nous continuons d'offrir les parties de la Western Hockey League, mais nous pensons que l'intérêt à l'égard des services locaux dans les marchés locaux est énorme. Je ne suis pas tout à fait certain, et je ne vais pas commenter la nature du travail des radiodiffuseurs nationaux, mais nous avons vu au cours des 10 dernières années la radiodiffusion nationale prendre de plus en plus d'importance. BCTV n'existe plus. Canwest est devenue un service national. Tout a été fusionné. C'est, en soi, une bonne chose, mais si on ne tient pas compte des intérêts de l'annonceur local, le radiodiffuseur local ne recevra pas un sou.

Ce que nous disons, c'est que, d'accord, les radiodiffuseurs ont peut-être raison de dire qu'il y a des restrictions à l'égard de ce qu'ils peuvent faire relativement à la publicité, etc. D'autres aussi font peut-être l'objet de restrictions. Ce serait utile d'éliminer ces restrictions et d'essayer essentiellement de développer le marché de la publicité d'une meilleure façon — non pas d'une façon qui soit protectionniste, mais plutôt en tenant compte des possibilités en matière de publicité, que ce soit sur l'Internet, sur les canaux de télévision locaux ou sur les canaux communautaires.

• (1755)

M. Tim Uppal: Donc, on vous impose actuellement, à vous et aux radiodiffuseurs, des restrictions qui limitent les revenus publicitaires. Ils affirment que leur principal obstacle a trait aux revenus publicitaires, mais ils sont visés par d'autres exigences réglementaires.

M. Alex Park: Les restrictions touchent deux aspects. Comme Ken l'a mentionné, le premier concerne évidemment le fait que notre capacité de placer de la publicité par l'entremise de plusieurs services américains est extrêmement limitée pour ce qui est du nombre de messages publicitaires par minute que nous sommes réellement autorisés à vendre de même que pour ce qui est du type de publicité que nous pouvons introduire dans ce marché.

Nous croyons qu'il y a d'énormes possibilités inexplorées à l'intérieur de ces services qui permettraient de générer de plus en plus de revenus pour le système canadien de radiodiffusion. À notre avis, il s'agit de possibilités inutilisées que nous devrions vraiment développer et mettre à profit. Cela serait avantageux non seulement pour nous, mais pour tout le système canadien de radiodiffusion.

M. Tim Uppal: Est-ce que ces règlements ou ces restrictions vous sont imposés par le CRTC?

M. Alex Park: Oui, c'est exact.

M. Tim Uppal: Y a-t-il eu des discussions pour que des changements y soient apportés?

M. Peter Bissonnette: Lors de notre dernière comparution devant le Conseil, nous avons recommandé que ces restrictions soient en fait abolies compte tenu de la situation critique que décrivaient les radiodiffuseurs au CRTC, et que certains des coûts imposés par le Conseil soient aussi éliminés — les droits de la partie II.

Je pense que le président du Conseil a comparu devant votre comité. Il a parlé de supprimer la restriction touchant la publicité des médicaments — ou des produits pharmaceutiques, en fait. Quand je regarde la télévision américaine maintenant, je vois toutes les sortes de médicaments que j'utilise en vieillissant. Aucune de ces annonces publicitaires n'est présentée au Canada. Ce serait une autre source de revenus pour le radiodiffuseur.

M. Ken Stein: Enfin, pour ce qui est par exemple du Fonds canadien de télévision — qui est devenu le Fonds des médias du Canada — les problèmes viennent de l'incapacité du Conseil d'adopter de nouvelles plateformes. Par exemple, il finançait des émissions de télévision traditionnelles, mais il ne finançait pas ou n'appuyait pas d'autres plateformes différentes, comme le service vidéo sur demande. Notre capacité d'utiliser le service vidéo sur demande de façon positive était donc limitée non seulement par le Conseil — qui, en fait, avait été plutôt favorable à ce service — mais aussi en raison de ce qui pouvait être financé dans le cadre du Fonds canadien de télévision tout simplement.

M. Tim Uppal: Bonne question.

Rod.

Le président: Soyez très bref, s'il vous plaît.

M. Rod Bruinooge (Winnipeg-Sud, PCC): Merci, Tim.

J'ai une brève question à poser à M. Bissonnette. Si les sociétés Canwest et CTV fermaient leurs portes, cela aurait-il une incidence sur le nombre de vos abonnés?

M. Peter Bissonnette: Si elles fermaient leurs portes?

M. Rod Bruinooge: Oui, si elles fermaient leurs portes, est-ce que vous perdriez des abonnés?

M. Peter Bissonnette: Eh bien, je ne pense pas. Je pense que d'autres prendraient leurs places. En fait, prenons l'exemple de CHCH à Hamilton. Les membres de la direction locale ont beaucoup plus confiance dans la possibilité de générer des revenus à partir de la collectivité locale que les gens de l'entreprise eux-mêmes. Ils pensent que s'ils achetaient cette station de télévision, ils pourraient réussir.

J'étais à Thunder Bay il y a une dizaine d'années quand CTV a fermé sa station là-bas. Nous avons comblé ce vide grâce à nos canaux communautaires, grâce à toutes nos émissions locales.

M. Rod Bruinooge: Si CTV et Canwest n'existaient plus, ça ne changerait pas grand-chose pour votre entreprise? Cela n'aurait aucune importance?

M. Peter Bissonnette: Quelqu'un comblerait le vide. La plupart des émissions qu'elles diffusent sont américaines.

• (1800)

Le président: Très bien. Je dois mettre fin à cette partie de la réunion.

J'aimerais remercier nos témoins de nous avoir informés et d'avoir répondu franchement à nos questions. Nous allons faire une pause d'à peu près cinq minutes et nous essaierons de reprendre les travaux pour la prochaine heure.

Merci.

• (1800) _____ (Pause) _____

• (1805)

Le président: Nous reprenons nos travaux pour la troisième partie de la séance de cet après-midi.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, nous poursuivons notre étude sur l'évolution de l'industrie de la télévision au Canada et sur son impact sur les communautés locales.

Pour cette partie de la séance, nous recevons Yves Mayrand et Maureen Tilson Dymont de Cogeco Câble inc. De Canwest Media Incorporated, nous recevons Peter Viner, président-directeur général de Canwest Television, et Charlotte Bell, première vice-présidente, Affaires réglementaires. Et de CHTV, nous recevons Donna Kelly, co-présidente.

Bienvenue. Essayez de faire en sorte que vos exposés soient d'environ 10 minutes, parce que je suis convaincu que les membres du comité auront des questions à vous poser.

Monsieur Mayrand, s'il vous plaît, allez-y.

M. Yves Mayrand (vice-président, Affaires corporatives, Cogeco Câble inc.): Bon après-midi, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité. Notre allocution sera brève et précise.

Nous sommes la quatrième entreprise de câblodistribution en importance au Canada. Notre zone de desserte comprend de nombreuses collectivités locales au Québec et en Ontario. Nous offrons une large gamme de services de distribution de radiodiffusion et de télécommunications, ainsi que des services locaux de programmation communautaire, grâce à notre réseau à large bande de fibre optique et câble coaxial qui s'étend de Windsor à l'extrémité de la péninsule gaspésienne.

[Français]

Nous oeuvrons dans l'industrie de la radiodiffusion depuis plus d'un demi-siècle, et dans l'industrie de la câblodistribution, depuis plus de 35 ans. Il va sans dire que nous avons vécu d'incroyables changements sur le plan de nos activités. Nous avons pu réussir en nous adaptant aux changements et en réinvestissant pour l'avenir. Vous pouvez vérifier ce que nous faisons à chaque trimestre, et jusqu'à quel point nous le faisons bien puisque nos titres sont inscrits à la Bourse de Toronto.

[Traduction]

Les thèmes d'étude que vous proposez soulèvent plusieurs questions fondamentales de politique sur la radiodiffusion et les communications électroniques. Il faudrait beaucoup plus qu'une allocution de cinq minutes pour en traiter à fond.

Voici donc nos messages principaux aujourd'hui. Souhaitons qu'ils vous soient utiles dans vos délibérations.

Premièrement, la télédiffusion locale traditionnelle subit manifestement la pression d'une combinaison de changements: croissance des coûts, déclin de la publicité et déclin des auditoires. Ces changements résultent tous en bonne partie du changement technologique. Conséquemment, la manière de faire de la radiodiffusion locale doit également changer. En somme, il faut accueillir les changements technologiques, la structure des coûts doit être

allégée, la publicité doit être plus ciblée et performante, les plateformes multiples doivent être exploitées et la participation de l'auditoire doit être encouragée.

Deuxièmement, le tarif de distribution des signaux de télévision hertzienne n'est pas une panacée. Cela n'amènerait pas les changements que nous venons d'évoquer. Au contraire, cela les retarderait et empirerait la situation en bout de piste. Ce serait comme verser de l'eau dans un baril dont le robinet est grand ouvert, puisque les télédiffuseurs sont libres de dépenser à l'excès sur l'achat d'émissions américaines et de lésiner sur la production d'émissions locales.

Troisièmement, l'expectative que notre système de télédiffusion hertzienne analogique, qui a été bâti sur une période de plus de 60 ans, soit entièrement converti de l'analogique au numérique d'ici le 31 août 2011 est tout simplement un projet qui repose sur de l'air. Notre gouvernement fédéral a décidé de récupérer le spectre de fréquences analogiques pour le vendre à des fins de communications mobiles, comme aux États-Unis, mais il a laissé tous les problèmes techniques et financiers à l'industrie de la radiodiffusion. Mais voilà, il y a un hic: l'industrie de la radiodiffusion n'a ni les ressources techniques ni le capital disponible pour se transformer au tout numérique. Même si elle les avait, il n'y a pas de plan d'affaires viable pour justifier l'investissement requis.

Quatrièmement, quelle aide le gouvernement fédéral peut-il apporter? Soyons francs: un bon point de départ serait de cesser de nuire à l'industrie. Le gouvernement fédéral a prélevé à des fins de recettes fiscales générales près de 800 millions de dollars de 1998 à 2006 à même les revenus de l'industrie, au moyen de droits de licences spéciaux calculés en pourcentage de tous les produits de la radiodiffusion. La question de savoir si ces droits constituent une taxe inappropriée fait présentement l'objet d'un débat devant la Cour suprême du Canada, mais le gouvernement a toute la liberté voulue pour mettre fin à cette taxe spéciale et retourner à l'industrie une partie des prélèvements déjà effectués.

• (1810)

[Français]

Ces droits de licence spéciaux sont en sus des droits de licence de base, de l'impôt sur le revenu des entreprises, de la TPS et des contributions obligatoires au financement de la programmation canadienne, qui comprend maintenant le Fonds pour l'amélioration de la production locale, connu sous le nom de FAPL. Le gouvernement ne perçoit aucun de ces droits ou taxes sur les signaux et services de télévision piratés au Canada, pourtant le gouvernement ne dépense pratiquement rien pour faire respecter ses propres lois sur la radiodiffusion et la radiocommunication.

Le gouvernement fédéral s'apprête maintenant à percevoir des milliards de dollars supplémentaires par la mise aux enchères des fréquences analogiques utilisées par les télédiffuseurs depuis plus de 60 ans, et tout cela, alors que l'environnement actuel pose les plus grands défis de toute l'histoire de l'industrie.

[Traduction]

Cinquièmement, quelle aide peut apporter notre entreprise au plan de la programmation locale? Nous avons développé un modèle il y a sept ans à North Bay. Lorsque l'affilié local du réseau CTV à North Bay a décidé de couper ses nouvelles locales, TV Cogeco a pris les devants et a commencé à fournir la couverture des nouvelles locales sur notre canal communautaire local. Nous avons une émission de nouvelles quotidienne d'une demi-heure du lundi au vendredi à 17 h 30, avec reprises à 18 heures, 23 heures et 23 h 30 de même qu'à 6 h et 6 h 30 le lendemain matin. En tout, TV Cogeco produit en moyenne 8,6 heures d'émissions locales originales par semaine à longueur d'année à North Bay. Nous entendons également faire la diffusion Web de North Bay News dès le début de l'an prochain.

Est-ce bénéfique pour la radiodiffusion locale et la diversité des voix? Nos téléspectateurs, nos groupes communautaires et nos représentants locaux sont bien de cet avis. Nous pourrions faire plus si nous avions accès à cette fin à nos propres ressources locales. Étrangement, notre publicité locale est limitée par règlement. En fait, la réglementation empêche encore la plupart des activités publicitaires sur la programmation communautaire, les émissions sur demande et les occasions publicitaires sur les signaux de programmation par câble ou satellite.

Nous allons commencer à verser au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, le FAPL, 1 p. 100 de tous nos revenus de radiodiffusion par câble dès l'automne prochain mais nous ne serons pas admissibles pour recevoir des fonds du FAPL à moins que les critères du CRTC ne changent d'ici là. Nous comptons soulever cette question au CRTC dans le cadre des audiences publiques la semaine prochaine.

Compte tenu de notre expérience à North Bay, il existe des solutions bien réelles de programmation locale lorsque les télédiffuseurs estiment qu'ils n'ont plus de plan d'entreprise viable pour la programmation locale faite sur mesure pour répondre aux besoins particuliers des diverses collectivités locales que nous desservons. Il nous faut tout simplement penser et agir en dehors du moule traditionnel. Et il nous faut juste un soupçon de compréhension de la part du gouvernement fédéral et de l'autorité de réglementation pour déployer ces solutions le plus largement possible.

Je serai heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci pour cet exposé.

Monsieur Viner.

M. Peter Viner (président-directeur général, Canwest Television, Canwest Media inc.): Merci beaucoup.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, bon après-midi. Merci de nous avoir invités à présenter notre point de vue sur la situation de la télévision locale au Canada.

Mon nom est Peter Viner, je suis président-directeur général de Canwest Television.

Je suis accompagné aujourd'hui de Charlotte Bell, notre première vice-présidente, Affaires réglementaires.

Nos observations porteront sur la situation financière de la télévision locale, sur les défis que notre industrie doit relever et sur ce que nous croyons être les bonnes solutions.

Vous nous avez demandé de commenter le bien-fondé d'un tarif de distribution pour les stations locales, je vais donc commencer par là.

À notre avis, les télédiffuseurs locaux doivent être rétribués pour l'utilisation de leur signal lorsque celui-ci fait partie d'un forfait de

distribution par câble ou par satellite, de la même façon que sont rétribués les services spécialisés canadiens tels que TSN, Food Network et TÉLÉTOON, et les canaux américains du câble tels que CNN, A&E et Spike TV.

Dans le contexte d'une réforme de la réglementation, beaucoup d'autres choses pourraient et devraient être faites, mais selon nous, un tarif de distribution bien pensé peut donner aux radiodiffuseurs locaux canadiens une assise solide et contribuer d'importante façon à redresser un secteur qui décline.

Je vais parler maintenant de la situation de la télévision locale au Canada. Il y a véritablement crise. Le modèle d'affaires de la télévision traditionnelle ne fonctionne plus et la panne n'est pas d'aujourd'hui. Certains prétendent que le déclin des revenus de publicité est passager et que les revenus vont rebondir en même temps que l'économie. Les faits suggèrent le contraire, et la faiblesse de l'économie n'a fait qu'accélérer une tendance amorcée depuis des années.

Les télédiffuseurs locaux signalent depuis longtemps au CRTC que la crise est inévitable. Dommage qu'il ait fallu une crise économique pour confirmer leurs inquiétudes. Plus d'un millier de personnes ont perdu leur emploi, et nous en sommes au point où l'existence même de plusieurs stations locales de télévision est en péril. Il n'était pas nécessaire d'en arriver là.

À tout point de vue, le déclin était déjà manifeste. Depuis trois ans, nos revenus de publicité stagnaient ou diminuaient. La rentabilité du secteur a baissé en-deçà des deux chiffres jusqu'à ce qu'elle plonge l'année dernière, pour la première fois dans l'histoire, sous la barre du 1 p. 100. Et tout cela au sein d'une économie florissante. L'explication est simple: alors que nous avons commencé à desservir l'ensemble des Canadiens avec quelques stations, ce sont aujourd'hui des centaines de stations qui rejoignent les Canadiens. Autrement dit, le montant d'argent disponible pour la publicité est maintenant distribué à un nombre beaucoup plus grand de stations. Et c'est sans parler de la portion croissante du marché des annonces qui se déplace actuellement vers l'Internet.

D'aucuns suggèrent que la dette entraînée par les fusions chez les radiodiffuseurs serait à blâmer pour la crise. Mais la dette n'explique pas que la télévision locale connaisse depuis trois ans la pire performance de son histoire, et elle n'explique pas non plus la piètre rentabilité qu'elle affichait avant même que l'économie se mette à chuter. Ce n'est pas la dette qui a réduit de 75 p. 100 la valeur d'exploitation de la télévision locale chez CTV l'an dernier, ou qui a amené Canwest à inscrire une dépréciation d'un milliard de dollars pour ses stations locales. La dette n'a pas non plus poussé Rogers à déclarer une perte de 294 millions de dollars pour ses stations locales environ 18 mois après en avoir fait l'acquisition.

Le modèle d'affaires de la télévision traditionnelle ne fonctionne plus. Les fusions étaient nécessaires pour répondre à la fragmentation entraînée par le nombre excessif de licences attribuées et de signaux étrangers autorisés au Canada, pendant des années. Les fusions n'ont pas causé la panne du modèle d'affaires de la télévision locale; en fait, les fusions n'ont fait que retarder la conclusion inévitable.

La crise était prévisible et elle a été bien documentée. Déjà en 1993, les radiodiffuseurs, les économistes et d'autres avaient prévu que la télévision locale courait de grands risques si l'on ne trouvait pas moyen de régler les déséquilibres fondamentaux dans le système. Pour reprendre la formule consacrée, l'heure de vérité a finalement sonné.

Charlotte.

• (1815)

[Français]

Mme Charlotte Bell (première vice-présidente, Affaires réglementaires, Canwest Media inc.): Pour la télévision locale, la concurrence n'est pas équitable. Pendant que les Canadiens jouissent de l'accès à des centaines de chaînes télévisées et à un système de radiodiffusion parmi les plus diversifiés au monde, le marché canadien de la télévision est l'un des plus complexes, des plus compétitifs et des plus réglementés qui existent, mais la diversité a un prix.

La lutte pour s'approprier les auditoires et les revenus de publicité s'intensifie depuis le début des années 1990. Aujourd'hui, pas moins de 170 services canadiens spécialisés se font concurrence auprès des mêmes téléspectateurs et des mêmes annonceurs. Et pour les stations locales, la publicité s'avère l'unique source de revenus. Les Canadiens reçoivent aussi par câble des dizaines de chaînes américaines dans tous les créneaux imaginables.

[Traduction]

Et voici où le bât blesse: les chaînes américaines de télévision par câble, tout comme les chaînes spécialisées canadiennes, perçoivent des centaines de millions de dollars en tarif d'abonnement chaque année. En fait, au cours des neuf dernières années, des chaînes américaines du câble comme CNN, A&E et Spike TV ont récolté près de deux milliards de dollars auprès des entreprises canadiennes de distribution par câble et par satellite. Pendant ce temps, nos stations de télévision locales ne reçoivent pas un sou.

Il est temps de passer à l'action. Le tarif de distribution est une simple question de justice, reconnue comme telle depuis au moins 1971, au moment où le CRTC énonçait sa première politique à l'égard de la câblodistribution. Le Conseil avait alors déclaré qu'il était normal de payer ce que paie une entreprise pour fonctionner. Autrement dit, le tarif de distribution était vu comme une pratique d'affaires justifiée et constituait l'une des mesures recommandées par le CRTC pour faire contrepoids à l'envahissement de la technologie du câble et à l'importation de signaux étrangers additionnels sur le marché. Cependant, il n'a jamais été adopté, comme vous le savez.

Voilà pourquoi aujourd'hui, pendant que de nouveaux venus comme les chaînes spécialisées et les chaînes étrangères du câble ont droit à une portion des factures du câble et du satellite, les stations locales ne perçoivent toujours pas un sou. L'ironie du sort, c'est que les Canadiens ont l'impression qu'une partie de leurs factures du câble ou du satellite est effectivement acheminée à leurs stations locales. Dans deux sondages différents commandés par nous depuis 2006, les abonnés affirment par une écrasante majorité que leur station locale est le service de programmation qu'ils apprécient le plus. Plus de 65 p. 100 des abonnés sont convaincus d'assumer le coût de leurs stations locales en acquittant leurs factures. Après avoir appris qu'en fait, les stations locales ne perçoivent rien sur leur tarif d'abonnement, près de 80 p. 100 des abonnés ont opté pour que les stations locales aient droit à une portion de leur tarif de base. La plupart des répondants se disent prêts à payer jusqu'à 5 \$ de plus par mois pour continuer à recevoir leurs stations locales.

Cela n'empêche pas les entreprises du câble et du satellite de prétendre que les consommateurs vont se révolter si leur facture augmente, et nous savons que c'est aussi l'une de vos préoccupations. Au cours de l'examen de politique du CRTC, les dirigeants de Rogers et de Shaw ont menacé de refiler la facture aux consommateurs advenant l'imposition d'un tarif de distribution pour les stations locales. Un dirigeant de Rogers a même affirmé que la majorité des consommateurs canadiens n'étaient pas prêts à payer un

tarif s'il n'y avait aucune valeur ajoutée liée à ce tarif. Toujours selon ce même dirigeant, le consommateur serait forcé de payer 5 \$ à 10 \$ de plus par mois pour son abonnement au câble ou au satellite, mais n'aurait droit à rien de nouveau pour son argent. Pourtant, au tarif de 50 ¢ par station et par abonné, il n'y a pas de raison pour que l'augmentation dépasse 2,40 \$ dans la plupart des marchés, beaucoup moins ailleurs.

Mais l'ironie de la situation, c'est qu'en mars dernier les abonnés de Rogers ont vu leur facture augmenter de 6 \$ par mois, sans l'ajout du moindre service, et sans aucune révolte. En fait, d'après ce que l'on peut voir, malgré les augmentations successives, le nombre des abonnés du câble et du satellite ne cesse d'augmenter. Les faits ne confirment donc pas leurs arguments.

• (1820)

M. Peter Viner: Monsieur le président, la télévision locale demeure un élément vital du système canadien de radiodiffusion. Au cours des 10 dernières années, les stations locales de Canwest ont dépensé plus de 1,6 milliard de dollars en contenu canadien y compris des informations, des avantages tangibles liés à différentes transactions et des droits de licence de la partie II perçus par le gouvernement. Nous restons en affaires parce que nous croyons que le jeu en vaut la chandelle. Les arguments contre un tarif de distribution ne tiennent pas la route. Compte tenu de la situation actuelle de la télévision locale, un tarif de distribution n'est pas seulement une question de justice, c'est une question de survie. Si l'on songe à l'avenir de la télévision locale, le tarif de distribution pourrait être l'élément déterminant de sa survie.

Nous vous remercions du temps que vous nous avez consacré et de l'intérêt que vous avez porté à notre exposé, et nous serons heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci beaucoup pour cet exposé. Passons maintenant à Mme Skelly, s'il vous plaît.

Mme Donna Skelly (co-présentatrice, CHCH-TV): Le 5 février de cette année, les employés de CHCH-TV d'Hamilton ont été convoqués à une réunion d'urgence où on leur a annoncé que la station et ses stations soeurs du réseau E! étaient en vente. Notre société mère, Canwest Global, nous a avisés qu'il faudrait trouver un acheteur d'ici huit à dix semaines, sinon le pire des scénarios pourrait se réaliser. Après 54 ans, la première station de télévision indépendante au Canada, CHCH-TV, pourrait disparaître.

Je m'appelle Donna Skelly et je représente un groupe d'employés qui tente de sauver CHCH-TV. Peu de temps après cette annonce consternante, nous nous sommes rassemblés pour mettre au point un plan en vue d'empêcher la disparition de CHCH-TV. La priorité de notre groupe d'employés diffère fondamentalement de celle des acteurs actuels de la crise dans le domaine de la radiodiffusion. Nous ne voulons pas avoir à rendre des comptes à des actionnaires qui exigent que leurs investissements aient un rendement élevé. Nous ne cherchons pas à étendre nos activités à d'autres industries ni à acquérir d'autres propriétés. Nous croyons tout simplement que les habitants d'Hamilton, d'Halton et de Niagara ont le droit d'avoir une station de télévision qui répond à leurs besoins et que ce droit est fondamental. Nous voulons prouver à la commission de réglementation du Canada, à vous, nos députés, et aux autres dirigeants des collectivités que la station CHCH-TV est bien plus qu'un moyen de rapporter de l'argent aux actionnaires. Cette station, la seule qui dessert un marché de plus d'un million de personnes, est devenue un service essentiel qui doit être protégé et préservé.

Nous savons que le modèle d'affaires de la télévision traditionnelle ne fonctionne plus. Mais est-ce qu'une autre personne ou un autre groupe vous en a proposé un nouveau pour les nouvelles locales? Voici ce qui se passe: les réseaux demandent maintenant un assouplissement des exigences relatives aux licences et des subventions pour pouvoir poursuivre leurs activités selon le même modèle dépassé.

Nous proposons une approche nouvelle et radicale pour les nouvelles locales. Il s'agit d'un modèle qui non seulement, à notre avis, protégera la télévision locale d'Hamilton, d'Halton et de Niagara, mais qui sera aussi utile à des stations et à des collectivités similaires au pays. Mais aujourd'hui, nous nous concentrons sur CHCH-TV.

Nous proposons que ce soit la collectivité qui détienne cette licence essentielle de radiodiffusion en direct. CHCH-TV serait donc contrôlée par la collectivité et dirigée par un conseil d'administration composé de dirigeants et de gens qui comprennent les collectivités où ils habitent. Le mandat serait axé sur la diffusion de nouvelles et d'informations importantes pour la population de ces collectivités. Le type d'émissions présentées aux heures de grande écoute, que l'on retrouve facilement sur les autres chaînes, ne feraient pas partie de la programmation.

Nous avons ciblé des sources peu communes de revenus qui permettront de financer notre modèle. La publicité habituelle sera cruciale; cependant, contrairement aux réseaux, nous solliciterions activement des fonds en échange de publicité auprès de nos entreprises locales, qui sont une source inexploitée et profitable de revenus. À l'heure actuelle, bien des entreprises locales n'ont tout simplement pas les moyens de faire de la publicité pendant les heures de grande écoute. C'est tout simplement trop cher. À notre avis, les diffuseurs dépendent trop de la publicité de portée nationale et n'offrent pas suffisamment de possibilités aux entreprises locales. J'ai été moi-même approchée par des propriétaires d'entreprises locales qui achèteraient volontiers du temps de diffusion pour faire la promotion de leurs produits si c'était abordable.

Le Fonds d'amélioration de la programmation locale sera aussi essentiel au financement et à l'amélioration d'un service de nouvelles et d'informations locales. Même si nous ne savons pas encore quels groupes pourront bénéficier de ce fonds, nous croyons que nul ne le mérite plus qu'une chaîne de télévision indépendante CHCH dans les collectivités qu'elle a pour mandat de servir. En fait, nous demanderions au CRTC et au comité d'inclure des critères d'admissibilité qui donneraient la priorité aux collectivités desservies par un radiodiffuseur qui offre un service local de télévision traditionnelle.

Le troisième élément de cette démarche de financement consiste à mettre au point une méthode de réglementation des fonds octroyés par la collectivité aux services locaux de télévision. Des résidents nous ont dit qu'ils souhaitaient continuer d'être desservis par une station locale et qu'ils voulaient que CHCH conserve un mandat axé sur le service local. Nous croyons que pour y arriver, il faut imposer par voie réglementaire des tarifs de distribution, qui apporteront un soutien financier à la télévision locale des collectivités visées par la licence de CHCH. Nous proposons que tous les distributeurs d'une zone de couverture donnée qui distribuent CHCH soient obligés d'ajouter un tarif déterminé pour la distribution du signal de la station. Ces distributeurs devraient donc continuer de distribuer CHCH.

● (1825)

Jusqu'à ce jour, les discussions concernant la crise que traverse l'industrie de la radiodiffusion au Canada ont principalement porté sur les moyens d'aider les réseaux en difficulté. Mais on ne s'est pas penché sur les conséquences de cette crise sur les personnes qui sont véritablement concernées, c'est-à-dire les contribuables canadiens. Lorsque Canwest Global a obtenu la licence d'exploitation de CHCH-TV en 2000, l'entreprise avait promis de produire 37,5 heures de programmation locale. Dans quelques semaines, Canwest comparaitra de nouveau devant le CRTC pour lui demander l'autorisation de diffuser cinq heures de nouvelles locales par semaine, ce qui constituerait une réduction de la programmation locale de plus de 80 p. 100.

La programmation définitive n'a pas été dévoilée; toutefois, si cette réduction devait avoir lieu, les téléspectateurs d'Hamilton, d'Halton et de Niagara pourraient perdre leur émission du matin de trois heures, leur émission quotidienne du midi, leurs émissions d'actualités quotidiennes, tous leurs téléjournaux de fin de semaine, leurs nouvelles du sport locales et leurs émissions locales axées sur le mode de vie. Il resterait donc des émissions comme *Snoop Dogg's Father Hood*, *Keeping Up with the Kardashians* et *Dr. 90210*. Demandez aux habitants d'Hamilton, d'Halton et de Niagara les émissions qu'ils auraient retirées; je peux vous assurer qu'ils n'auraient pas choisi les nouvelles locales.

Les téléspectateurs canadiens perdent non seulement leurs nouvelles locales, mais aussi l'accès à des nouvelles de qualité. En raison de la réduction de l'effectif et des ressources, les nouvelles dignes de ce nom ont pour ainsi dire disparu des téléjournaux locaux. Bien des salles de nouvelles locales ne couvrent pas les événements qui nécessitent des ressources spécialisées et des journalistes expérimentés. La couverture des procès criminels locaux, des affaires municipales et des enquêtes demande beaucoup de temps et d'argent, et c'est désormais une denrée rare dans les téléjournaux locaux.

Nous croyons fermement qu'il faut obliger tout bénéficiaire de fonds publics alloués pour la production de nouvelles télévisées à consacrer une bonne partie de ces fonds à des nouvelles sérieuses. L'infodivertissement ne saurait se substituer véritablement aux nouvelles. Les radiodiffuseurs allégeront peut-être que ces fonds ne devraient pas faire l'objet d'une microgestion. Nous sommes d'avis que la santé de l'industrie en dépend.

Le 11 mars 2009, votre comité a consenti à se pencher sur l'avenir de la télévision au pays. Tout au long de votre étude, on vous a dit que l'industrie était en pleine crise. Je ne suis pas d'accord. Nous avons plutôt la chance d'apporter des changements radicaux au modèle d'affaires, de demander avec insistance le renforcement des exigences réglementaires applicables au renouvellement des licences, d'exiger que la diffusion de nouvelles sérieuses soit une priorité, de préciser dans les licences qui visent les marchés comme Hamilton, Halton et Niagara que les nouvelles locales sont des services essentiels, et de protéger ces licences dans l'intérêt des personnes qui sont véritablement concernées, à savoir les Canadiens, qui ont un droit fondamental, celui d'avoir des nouvelles locales.

Merci.

● (1830)

Le président: Merci.

Nous allons modifier quelque peu notre façon d'interroger les témoins. M. Buinooge va partager son temps de parole avec M. Del Mastro. Pourrais-je poser la première question s'il vous plaît?

M. Rod Bruinooge: Merci, monsieur le président.

J'aimerais tout d'abord remercier le porte-parole des libéraux de me donner l'occasion de poser une question, étant donné que je dois partir. Ce geste fait encore une fois ressortir la nature non partisane de notre étude. Je crois que nous souhaitons tous pouvoir trouver une solution à la crise dans le domaine de la radiodiffusion.

Peut-être pourrais-je tout d'abord remercier tous les témoins qui se sont adressés à nous jusqu'à maintenant. J'ai quelques questions à poser. Je viens du Manitoba, et je vais mettre cartes sur table tout de suite. J'aimerais poser quelques questions pour une entreprise très importante qui est restée présente au Manitoba alors que bien d'autres entreprises se réinstallaient à Toronto ou ailleurs. Bien entendu, Canwest a toujours été grandement présente au Manitoba.

Certaines personnes qui sont venues témoigner devant notre comité ont laissé entendre que les radiodiffuseurs ne verseraient pas nécessairement de tarifs de distribution et que si vous en perceviez — dans le cas où le CRTC l'ordonnerait —, qu'il se pourrait qu'ils ne soient pas affectés au contenu local. En fait, lorsque le président du CRTC, M. Konrad von Finckenstein, est venu témoigner devant le comité, il a indiqué que les radiodiffuseurs ne lui avaient pas confirmé s'ils comptaient verser ces tarifs. J'aimerais savoir si vous estimez que les tarifs de distribution, ou tout autre revenu perçu, seraient alloués aux nouvelles locales.

M. Peter Viner: Charlotte, allez-y.

Mme Charlotte Bell: Je vais répondre à votre question très brièvement. Je sais que Ruby Dhalla a elle aussi posé la même question quelques fois. En fait, nous avons dit à la commission que nous appliquions des tarifs de distribution à la programmation locale et que nous avions besoin de savoir que le mécanisme serait mis en place, et ce, en échange d'engagements concrets à l'égard de la programmation locale.

C'était à l'époque une audience de révision des politiques. Nous avons des licences, avec des engagements; nous savions que la commission rendrait une décision dans cette affaire en septembre ou en octobre et que nous présenterions nos demandes de renouvellement quelques mois plus tard. Nous lui avons donc demandé d'approuver ce mécanisme; nous nous engagerions, au moment de renouveler nos licences, à atteindre un certain quota de programmation locale.

Nous n'avons pas obtenu de tarifs de distribution. Nous avons fait une proposition, et vous connaissez le reste de l'histoire.

M. Rod Bruinooge: Je vois.

Vous ne semblez pas approuver les propos qu'a tenus le président du CRTC au cours de son dernier témoignage devant notre comité.

Mme Charlotte Bell: Vous savez, comme M. Fecan l'a dit plus tôt, peut-être que cela n'a pas été fait... Selon moi, il était évident que l'engagement viendrait par la suite. C'est probablement ce que le président vous a dit lorsqu'il a témoigné devant vous, à savoir que nous ne nous étions pas concrètement engagés à l'époque à diffuser un certain nombre d'heures. Mais il s'agissait d'une révision des politiques et, en principe, l'objectif est d'en arriver à une structure générale. On prend des engagements concrets lors du renouvellement des licences.

• (1835)

M. Rod Bruinooge: Un certain nombre de témoins, tout particulièrement des gens d'entreprises de câblodistribution, ont laissé entendre que les télédiffuseurs avaient dépensé — je crois qu'ils ont dit « sans compter » ou quelque chose de ce genre — dans

d'autres secteurs, et que c'est l'une des raisons pour lesquelles ils se sont retrouvés dans cette situation.

Avez-vous quelque chose à dire à cet égard, peut-être au sujet de certaines exigences que le CRTC impose à votre entreprise? Y a-t-il des exemples d'éléments d'actif que votre entreprise aurait été forcée d'acquérir alors qu'elle ne le voulait pas?

M. Peter Viner: Oui. Je vais tenter de vous répondre.

L'an dernier, nous avons consacré moins de 2 p. 100 de nos dépenses à la programmation étrangère, et cela s'est fait progressivement; je crois que ce mythe découle en partie de cela. Les radiodiffuseurs BBC, ITC, CBS, NBC, Rogers, CBC, CTV subissent des pressions, et nous aussi. Je ne crois pas qu'il s'agisse d'une crise imaginaire. Nous ne l'avons pas inventée.

Le fait est que nous avons emprunté de l'argent pour acheter des chaînes spécialisées d'Alliance Atlantis dans le but de maintenir en vie toute l'industrie de la télévision parce que manifestement, les téléspectateurs et les annonceurs publicitaires se tournent vers les chaînes spécialisées. Ceux qui n'accèdent pas à ce marché ne prospéreront pas dans l'industrie de la télévision.

Mme Charlotte Bell: J'aimerais ajouter quelque chose: l'un des aspects de cette question est le regroupement, et je crois que c'est là où vous nous amenez.

Je vais clarifier un peu les choses. Au cours des processus de 1994 et de 1996, le CRTC a examiné des demandes de création de chaînes spécialisées. Nous avons soumissionné pour trois services à chacun des processus, donc six au total. Nous avons obtenu seulement une licence.

À l'époque, la commission voulait permettre à de nouvelles entreprises de faire leur entrée sur le marché à des fins de diversification. Mais, ironie du sort, la plupart de ces nouveaux venus ont vendu leur entreprise pour des millions de dollars et ont quitté l'industrie pour de bon. Bien entendu, ce sont des entreprises comme CTV et Canwest qui les ont achetées. Nous avons dû faire notre chemin de cette façon parce que nous n'avons pas obtenu les licences pour lesquelles nous avons soumissionné à l'époque.

Nous avons aussi présenté des demandes de licence en Alberta en 1994 et en 1996, et elles ont été refusées les deux fois. Pour compléter notre réseau de télévision traditionnelle, nous avons dû acheter les chaînes de télévision en direct WIC diffusées par ondes, une autre acquisition qui nous a coûté de l'argent.

M. Rod Bruinooge: J'ai une dernière question.

Donc le CRTC, si je comprends bien, vous a forcés à acheter le réseau WIC au lieu de vous accorder tout simplement une licence en Alberta?

M. Peter Viner: Non, il ne nous a pas forcés à l'acheter, mais nous devons avoir un réseau complet pour respecter notre stratégie d'affaires, et c'est ce que nous avons fait.

Le président: Merci.

Madame Lavallée, c'est à vous.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Merci.

J'ai deux questions pour vous, monsieur Mayrand. J'ai trouvé votre présentation immensément intéressante. J'ai une question plus accessoire, que je poserai rapidement et à laquelle vous répondrez aussi rapidement. Par la suite, on s'amusera lors des deuxième question et réponse, qui m'apparaissent plus fondamentales.

Vous dites que la conversion au numérique est « un projet qui repose sur de l'air ». C'est donc irréalisable, selon mon interprétation. Et vous ajoutez qu'« il n'y a pas de plan d'affaires viable pour justifier l'investissement requis ». Que suggérez-vous à la place de cela?

M. Yves Mayrand: Il faut comprendre qu'on parle ici de convertir, de l'analogique au numérique, tous les émetteurs qui diffusent sur les ondes. Une bonne partie de la conversion est faite dans les équipements de studio, de régie, etc.

Cependant, le gros problème, ce sont les émetteurs. On dit aux radiodiffuseurs, essentiellement par décision de l'autorité de réglementation, que nous devons tout convertir au numérique d'ici au 31 août 2011. Voici le problème: le capital et les ressources techniques ne sont pas là pour qu'on puisse le faire.

En plus, il est question de changer toute cette infrastructure de transmission sur les ondes hertziennes pour une infime partie de la population qui est actuellement desservie uniquement par la voie des airs. Le problème est là.

• (1840)

Mme Carole Lavallée: Suggérez-vous qu'on ne le fasse pas, tout simplement?

M. Yves Mayrand: Le CRTC nous a demandé, ainsi qu'à d'autres personnes de l'industrie, tant chez les radiodiffuseurs que chez les distributeurs, de trouver des solutions de rechange. Nous avons participé à un groupe de travail, et les conclusions de ce dernier ont été déposées officiellement dans le dossier public du CRTC pour les audiences qui auront lieu dans une semaine.

On parle de solutions de rechange qui impliquent une distribution de signaux par câble ou par satellite, ou une combinaison des deux.

Ce qui n'est pas clair encore, c'est combien de stations locales qui diffusent présentement par voie hertzienne vont complètement cesser leur diffusion hertzienne. Ce n'est absolument pas clair, et nous n'avons pas réussi à obtenir des précisions là-dessus.

Vous comprenez qu'il est un peu difficile de présenter un modèle de compromis industriel quand les variables sont incertaines.

Mme Carole Lavallée: Êtes-vous en train de dire que certaines stations locales pourraient fermer parce qu'elles ne feront pas la conversion?

M. Yves Mayrand: Il y aura certainement des stations qui vont fermer, mais il reviendrait aux radiodiffuseurs de vous dire lesquelles ils fermeront.

Mme Carole Lavallée: Ils fermeront des stations parce qu'ils ne pourront pas faire cette conversion d'ici 2011.

M. Yves Mayrand: C'est exact.

Mme Carole Lavallée: C'est intéressant. J'ai une autre question tout aussi intéressante.

Concernant l'évolution de la télévision, qui est le sujet d'étude de notre comité, vous avez dit:

[...] il faut accueillir le changement technologique, la structure des coûts doit être allégée, la publicité doit être plus ciblée et performante, les plateformes multiples doivent être exploitées et la participation de l'auditoire doit être encouragée.

Je trouve ces propos immensément intéressants parce que ce sont là des solutions concrètes que vous proposez à l'évolution de la télévision.

J'aimerais que vous me parliez davantage du changement technologique et de la structure des coûts qui doit être allégée. Vous n'avez qu'une minute pour le faire. Je trouve ça fou, mais je dois vous poser la question.

M. Yves Mayrand: Je ne suis pas ingénieur ni technicien, mais je vais essayer de vous résumer ce que nous pensons.

Un très grand débat a eu lieu au cours de l'audience sur le transfert de propriété du réseau TQS. Un enjeu fondamental de ce débat était la façon dont il fallait ou il ne fallait pas appuyer des changements considérés par certains comme absolument nécessaires et, par d'autres, comme superflus ou contraires à la qualité de l'information.

Je ne veux pas entrer dans le débat de TQS, dans lequel nous avons un intérêt de propriétaire et que nous avons vendu en même temps que CTV, qui était notre coactionnaire dans cette entreprise.

Cependant, je peux dire que, comme actionnaire, on a conclu qu'il n'était plus possible de trouver un modèle d'affaires fonctionnel pour l'avenir avec des structures de production lourdes et traditionnelles en studio, comme c'est le cas présentement.

Pour nous, il est clair que la programmation de nouvelles, et particulièrement la programmation de nouvelles locales, passe par des structures de production, de mise en ondes et de collecte d'information moins lourdes. Certains y verront un recul, mais pour notre part, nous considérons que c'est un changement inévitable.

Mme Carole Lavallée: Quand vous dites « moins lourdes », que voulez-vous dire concrètement?

[Traduction]

Le président: Votre temps est écoulé.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je savais que si j'intervenais, vous me couperiez la parole.

[Traduction]

Le président: Voilà.

Monsieur Christopherson, c'est à votre tour.

M. David Christopherson (Hamilton-Centre, NPD): Merci beaucoup, monsieur le président.

Tout d'abord, je tiens à remercier mon collègue M. Angus de m'avoir donné l'occasion de prendre part à cette réunion du comité du fait qu'il y avait un exposé concernant Hamilton. J'aimerais également remercier Donna Skelly d'avoir pris le temps de venir à Ottawa pour défendre les intérêts d'Hamilton.

À titre indicatif pour mes collègues, Donna est une personnalité extrêmement connue et respectée et elle est une figure de proue à Hamilton. Il lui est arrivé de convoquer des réunions éclairées la fin de semaine ou à d'autres moments, et les gens étaient disposés à y assister parce que CHCH revêt une grande importance pour notre collectivité.

Je ne saurais trop dire à quel point il importe de préserver CHCH pour le tissu social de notre collectivité. Quel que soit le propriétaire ou le dirigeant, nous avons besoin de CHCH. Ce qui est beau dans tout ça, c'est que ce pourrait être la collectivité qui tienne les rênes. Ce serait un changement radical, mais c'est peut-être l'occasion pour nous d'envisager la situation différemment.

Je dispose de seulement cinq minutes et j'ai beaucoup de questions à poser à Donna. Les trois entités sont ici présentes; j'aimerais cependant profiter de l'occasion pour demander à M. Mayrand et à M. Viner s'ils voient, spontanément, quelque chose qui pourrait faire obstacle à cette idée de chaîne de télévision dirigée par la collectivité locale à qui elle appartient. Ce pourrait être un modèle applicable dans presque tout le pays.

J'aimerais vous offrir la possibilité de nous expliquer quels problèmes se présenteront selon vous, et j'espère que je pourrai ensuite donner l'occasion à Donna de réagir à ce que vous avez dit. Soyez brefs s'il vous plaît.

•(1845)

M. Yves Mayrand: Des gens ont tenté de le faire par le passé. Je ne dis pas que cette tentative constitue un précédent et que les choses se dérouleront de la même façon à Hamilton. On a tenté le projet dans la région de la capitale nationale il y a longtemps et au final, on a conclu qu'il n'était pas viable. Nous devons connaître les paramètres et le plan d'affaires de cette proposition. Pour être franc, je ne les connais pas. Je comprends le profond attachement des habitants d'Hamilton à l'égard de la station. Elle fait partie de la vie des gens d'Hamilton; s'il est possible qu'elle survive, tant mieux. Mais il faut tenir compte du plan d'affaires, et je ne sais pas ce qu'il implique.

M. David Christopherson: Merci.

M. Peter Viner: J'ai grandi en écoutant CHCH. Je suis si vieux que je me rappelle de *Tiny Talent Time*, une petite émission amateur que la station diffusait. J'ai bien peur que CHCH illustre les difficultés que connaît actuellement notre système de radiodiffusion. Des engagements et un programme particulier radical, tout cela est louable. Mais la réalité est telle qu'il n'y a pas de revenus. En fait, les cotes d'écoute d'une chaîne qui diffuse uniquement des nouvelles seront largement inférieures au seuil actuel. Pour ce qui est des gens des collectivités qui meurent d'envie de mettre la main sur la station, croyez-moi, nous leur offrons depuis des années des taux très bas et ils n'ont jamais saisi l'occasion. Je souhaite la meilleure des chances au groupe. Nous serions heureux de faciliter la vente de la station en l'offrant à un faible coût ou gratuitement. Nous ne croyons tout simplement pas que ces gens seraient capables d'élaborer un plan d'affaires acceptable aux yeux du CRTC. Encore une fois, nous leur souhaitons bonne chance.

M. David Christopherson: Merci à vous deux.

Madame Skelly.

Mme Donna Skelly: Quand je regarde la manière dont les réunions de ce comité se sont déroulées au cours des dernières semaines, ma principale préoccupation est l'importance accordée à la programmation américaine et à l'argent. On dit que le modèle d'entreprise est désuet. Vous pourriez peut-être en parler, monsieur Viner.

Attardons-nous à CHCH et comparons l'argent dépensé pour la programmation étrangère à l'argent dépensé pour la programmation locale. Le document qui a été soumis au CRTC faisait état d'une somme de 46 millions de dollars pour la programmation américaine et de 6 millions de dollars pour les nouvelles locales. À mon avis, beaucoup trop d'argent est dépensé pour la programmation américaine. Je crois que la décision d'opter pour la programmation de E! est discutable. Si 46 millions de dollars avaient été investis dans la programmation locale, je crois que vous auriez pu avoir une station très florissante.

M. Peter Viner: Je ne veux pas débattre de cette question. En fait, le coût de la programmation étrangère a diminué. La réalité est que nous aurions dû vendre cette station il y a longtemps. Mais, comme tous les optimistes, nous continuons à espérer que les choses allaient rentrer dans l'ordre. Nous sommes heureux de la laisser prendre une nouvelle direction. Il nous fera plaisir d'apporter notre aide, et nous souhaitons la meilleure des chances à tout le monde. C'est tout ce que j'ai à dire.

Mme Donna Skelly: Tout au long de ces audiences, nous avons parlé de deux sources de revenu, et tous les principaux acteurs ont dit qu'ils avaient droit à une part de celles-ci. Voulez-vous utiliser cet argent pour augmenter la programmation américaine ou pour l'investir dans la programmation locale? Si vous voulez l'utiliser pour la programmation locale, commencez à chercher des modèles différents. Le modèle différent est une initiative communautaire. Les contribuables canadiens ne veulent pas avoir à payer pour une programmation américaine disponible sur à peu près tous les canaux.

Si CHCH disparaît de Hamilton, de Halton et de Niagara, ce n'est pas la programmation américaine qui nous manquera. Nous pourrions la visionner sur 10 autres stations offertes dans ce marché, mais nous n'aurons plus nos nouvelles locales. Par conséquent, si vous commencez à distribuer le financement local qui provient des contribuables, donnez-le aux stations locales.

Le président: Merci.

•(1850)

M. David Christopherson: Puis-je tout simplement vous confier ça? Je ne reviendrai pas devant ce comité, je ne le crois pas. Si les modèles actuels ne nous permettent pas de sauver la station CHCH, ne laissez pas ma collectivité sans station de télévision locale. Nous avons besoin d'une certaine méthode, mais nous devons avoir la programmation. Le présent système ne fonctionnera pas et les propriétaires actuels ne font pas preuve de beaucoup d'optimisme. J'espère que vous vous ouvrirez les yeux.

Merci pour votre indulgence.

Le président: Monsieur Rodriguez.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Merci, monsieur le président.

Ma première question s'adresse aux représentants de Canwest. Canwest peut-il survivre dans le contexte actuel et si on n'apporte aucun changement? Je parle des chaînes de télévision.

Mme Charlotte Bell: Est-ce que je peux traduire? Car je crois que le système d'interprétation ne fonctionne pas.

Mme Carole Lavallée: Il fonctionnait pour d'autres. On ne va pas attendre chaque fois qu'elle traduise.

[Traduction]

M. Peter Viner: Si je comprends bien votre question, vous voulez savoir si Canwest survivra...

M. Pablo Rodriguez: Global en particulier, si le défi se présentait.

M. Peter Viner: Oui absolument, il peut survivre. Nous avons des entreprises très solides et lucratives. Nous avons tout simplement trop de dettes. Nous devons reconstituer le capital de l'entreprise. Nous avons besoin de capitaux nouveaux. Nous survivrons. Chacune de nos entreprises, à l'exception d'une ou deux, a un bon rendement. Nous avons tout simplement trop de dettes pour la situation actuelle. Je suis convaincu que nous survivrons, que nos entreprises seront en santé et que nous reviendrons devant vous à de nombreuses reprises.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: On vous fait une critique, on vous dit que vous vous êtes mis dans le pétrin vous-mêmes, on dit que c'est de votre faute. On parle de vos acquisitions, de vos investissements.

[Traduction]

Pouvez-vous comprendre? Est-ce que le système d'interprétation fonctionne?

[Français]

Mme Carole Lavallée: Avez-vous monté le volume?

[Traduction]

M. Peter Viner: Je suis désolé.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Beaucoup de vos critiques disent que vous vous êtes mis dans cette situation vous-mêmes en procédant à des acquisitions, que vous avez eu de trop grandes ambitions.

Aujourd'hui, vous demandez au gouvernement de vous aider à vous sortir d'un pétrin dans lequel vous vous êtes mis. Que répondez-vous à cela?

[Traduction]

M. Peter Viner: Le problème de la télévision conventionnelle est partagé, comme les autres vous l'ont dit. Ce secteur est en déclin depuis un certain temps. Trop de licences se disputent les quelques dollars qui proviennent des publicités. On constate la migration de téléspectateurs vers des canaux spécialisés et l'Internet. Cela n'a rien à voir avec notre structure du capital. Vous voyez ce qui se produit à la CBC. Vous avez entendu des représentants de CTV. Elle est appuyée par certaines des entreprises les plus riches du Canada. Rogers a rayé la moitié de la valeur de l'achat de Citytv après 18 mois. Il est évident qu'il s'agit d'un problème du secteur, et non d'un problème de Canwest.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Si vous obtenez ce qu'on appelle le *fee for carriage* — le tarif de distribution —, qu'allez-vous faire avec cet argent? Que feriez-vous si les règles du jeu étaient changées, si vous aviez accès au tarif de distribution?

[Traduction]

M. Peter Viner: Premièrement, on nous a demandé ce qui nous empêcherait de réduire le service dans les marchés locaux. Nous avons répondu qu'il y avait un certain nombre de choses. Le tarif de distribution en est une. On pense aux frais de la partie II, qui, je crois, ont été abordés par le président du CRTC... Nous croyons qu'un nouveau régime de signaux éloignés améliorés et plus équitables forcerait les entreprises de câblodistribution à payer pour régner sur trois ou quatre de nos signaux dans un marché que nous ne pouvons monnayer... Il pourrait s'agir d'un assouplissement ou d'un examen du type de publicité autorisé à être diffusé à la télévision — par exemple, les publicités des compagnies pharmaceutiques. Nous disons que si nous ne pouvons bénéficier d'un certain type d'assouplissement, s'il n'y a pas d'assouplissement structurel, le service local sera supprimé.

M. Pablo Rodriguez: Nous entendons encore ça.

[Français]

C'est ce que j'ai dit un peu plus tôt. Ça devient lourd pour nous, les députés, d'entendre chacun faire un peu du chantage, d'une certaine façon. Je ne vous vise pas personnellement, mais tous nous disent que si le gouvernement ne fait pas ceci ou cela, ils vont couper ici ou ils ne feront pas cela, etc. Nous cherchons, en toute bonne foi, de

façon non partisane, à trouver des solutions pour l'ensemble de l'industrie. Le tarif de distribution pourrait en être une, mais les compagnies de télévision par câble y sont opposées.

Monsieur Mayrand, monsieur Viner, le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, qui compte 60 millions de dollars, pourrait-il représenter une solution à long terme?

Madame Bell, qu'en dites-vous?

• (1855)

Mme Charlotte Bell: Tout d'abord, le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale ne représente pas 60 millions de dollars pour le marché anglophone, mais plutôt environ 40 millions de dollars.

Nous allons d'ailleurs participer à une audience publique la semaine prochaine et on va en discuter. Est-ce la solution au problème? Ça ne changera pas l'état des revenus. Les revenus continuent à décliner pour le secteur de la télévision conventionnelle.

Monsieur Rodriguez, ce secteur existe depuis 50 ans. On s'attend à ce qu'il livre la même chose, et plus, que ce qu'il livrait quand il n'y avait que trois stations, alors que maintenant, on a la concurrence de centaines de stations. Ça n'a aucun sens.

Je sais que ce qu'on vous dit est décevant, mais c'est la réalité. On peut seulement être honnêtes, ce n'est pas du chantage, Les gens de CTV vous l'ont dit, ils vont fermer des stations. Nous, on n'a pas le choix, on a absolument tout regardé, on a tout essayé.

M. Pablo Rodriguez: Vous demandez donc le *fee for carriage*. Regardons du côté des compagnies de télévision par câble: elles disent que si on leur donne ce *fee for carriage*, elles vont transmettre directement aux consommateurs. *Right?*

M. Yves Mayrand: Oui, je peux certes vous confirmer que, dans le cas de Cogeco Câble, nous serions dans l'obligation de passer les frais additionnels, les nouvelles redevances, qui devraient être payés aux télédiffuseurs conventionnels.

La raison est très simple. Nous sommes une entreprise à capital ouvert. Nous avons des actionnaires. Nous devons faire en sorte que leurs intérêts soient également représentés dans l'équation. Il ne s'agit pas uniquement des intérêts du système de radiodiffusion, de certains radiodiffuseurs, de nos consommateurs, mais aussi de nos actionnaires.

Pour reprendre l'objet de votre question, monsieur Rodriguez, disons que le problème ne peut être entièrement résolu avec un fonds d'aide pour la programmation locale. Nous sommes d'accord sur ce point.

Nous acceptons, contrairement à d'autres, qu'il y ait ce nouveau fonds. C'est déjà beaucoup mieux que s'il n'y en avait pas, mais ce n'est pas une panacée non plus, tout comme les redevances d'ailleurs.

Pourquoi ces redevances ne sont-elles pas une panacée? Parce que, comme je vous le disais dans ma présentation, les frais d'acquisition d'émissions américaines sont beaucoup trop élevés. On l'a dit au CRTC l'an dernier.

Les chiffres étaient dans le rapport de 2007. Les radiodiffuseurs privés canadiens ont dépensé environ 722 millions de dollars dans la programmation étrangère, soit 4,9 p. 100 de plus qu'en 2006, alors que les dépenses pour leur programmation canadienne ont diminué de 1,2 p. 100, soit à 616 millions.

C'étaient les chiffres du CRTC, monsieur Rodriguez. Cette année, ils varient un peu. Tant mieux si M. Viner a réussi à diminuer un peu l'augmentation des coûts pour la programmation américaine.

Cependant, le problème fondamental, c'est qu'il n'y a pas de règles. Ils peuvent dépenser ce qu'ils veulent pour acheter de la programmation américaine et affecter ce qu'ils veulent à la programmation canadienne.

Je dois confirmer, au soutien de M. Konrad von Finckenstein, que j'étais à l'audience publique du CRTC, à peu près à ce temps-ci en 2008, et j'attendais un engagement clair et précis d'un réinvestissement dollar pour dollar, d'un *fee for carriage*, dans la programmation canadienne, et ce n'est pas arrivé.

On a beau dire que c'était une audience de politique, mais la politique de radiodiffusion s'applique à tous les volets.

[Traduction]

Le président: Le temps est écoulé. Nous ferons un tour de trois minutes.

Je cède la parole à Mme Dhalla.

Mme Ruby Dhalla: Pour être honnête, ça devient un peu frustrant et difficile, parce que tout le monde autour de cette table, tel qu'il a été mentionné auparavant, essaie de trouver une solution et de faire des recommandations non partisans. Il y a quelqu'un qui vient de comparaître devant vous et qui a dit que l'industrie n'est même pas en crise, et nous avons parlé à des Canadiens de partout au pays qui perdent leur programmation locale. Nous connaissons tous des personnes qui évoluent dans cette industrie qui ont perdu leur emploi ou qui sont sur le point de le perdre. Il y a des stations à Hamilton qui ne savent même pas si elles ont un avenir devant elles.

J'aimerais revenir sur ce que M. Mayrand a dit. Vous avez dit clairement que rien n'avait été soulevé aux audiences du CRTC. J'ai la transcription devant moi et, si vous me le permettez, j'aimerais citer une question qui a été posée par le président: « Donc, le tarif de distribution serait appliqué afin de veiller à ce qu'un contenu à saveur locale soit offert? » M. Asper a répondu par l'affirmative. Ils s'entendaient sur ce point. La transcription comprend de nombreux autres éléments. Lorsque le président a comparu devant nous, il a déclaré qu'aucun engagement n'avait été pris. Les personnes impliquées et la transcription indiquent le contraire. Il y a manifestement un manque de cohérence.

Donc, sans m'éterniser sur ce point, j'aimerais simplement vous demander très rapidement si vous croyez que cette situation aurait pu être évitée? C'est-à-dire que le président compare devant nous et nous dise que personne ne l'a vue venir. C'était comme le résultat de l'effondrement de l'industrie automobile.

Je crois que de nombreuses personnes ont vu venir cette situation depuis de nombreuses années. J'espère que nous ne nous présenterons pas ici dans 10 ou 20 ans avec des stations de Hamilton qui ont dû fermer et des milliers d'autres emplois perdus. Croyez-vous que cela aurait pu être évité? Et quelles leçons peuvent être tirées de tout ça? Une enquête publique se mettra en branle avec le CRTC la semaine prochaine. Personnellement, et je crois que plusieurs personnes autour de cette table seront du même avis que moi, il est très tard pour ce faire. Quelles autres leçons ou recommandations donneriez-vous à ce comité pour éviter que ça — les pertes d'emploi et les fermetures — ne se reproduise dans l'avenir?

• (1900)

M. Peter Viner: C'est une bonne question. Je crois que cette situation aurait pu être évitée, mais il est impossible de contrecarrer ou de prévenir une crise sans effort. L'effort pour les stations locales peut être de perdre certains services locaux, pour les entreprises de câblodistribution, ce peut être de payer un tarif de distribution, pour

les diffuseurs, ce peut être de réduire les profits. Dans une telle situation, il n'y a pas de solution miracle.

J'aimerais toutefois soulever certains points. Le système de radiodiffusion canadien est censé être équilibré. À l'heure actuelle, ce n'est pas le cas. Un secteur s'est vu octroyer un monopole gouvernemental: les entreprises de câblodistribution. Elles profitent actuellement de marges de profit d'environ 55 p. 100. Ne confondons pas le sens aigu des affaires avec un monopole gouvernemental. C'est ainsi qu'elles se sont rendues où elles sont.

Un autre secteur s'est vu imposer des obligations en matière d'émissions culturelles et de bulletins de nouvelles dans les marchés locaux, mais il est incapable de les maintenir. Comme je l'ai mentionné, en 2000, année où nous avons fait l'acquisition de CHCH, nos profits étaient de plus de 200 millions de dollars. Cette année, nous aurons un rendement négatif de 10 millions de dollars. Il s'agit d'un changement drastique en huit ou neuf ans.

Nous devons nous réveiller et prendre conscience de la situation. Il s'agit d'un déclin qui dure depuis longtemps. On ne peut accorder 170 nouvelles licences à des stations et s'attendre que les cotes d'écoute demeurent les mêmes ou que les annonceurs continuent à appuyer CHCH, Global Television ou CTV si l'auditoire est passé à TSN et à Home and Garden. Je suis désolé, mais c'est ainsi que ça fonctionne.

Pour répondre à votre question sans faire une grande sortie, nous devons prendre des décisions difficiles. Il est impossible de faire plaisir à tout le monde.

Le président: Merci pour votre commentaire.

Je cède maintenant la parole à Mme Lavallée.

M. Yves Mayrand: Puis-je dire quelque chose rapidement?

Le président: Oui, mais soyez bref.

M. Yves Mayrand: Tout d'abord, le câble n'est pas un monopole. En fait, vous l'avez entendu. Nous sommes en compétition avec plusieurs, je dis bien plusieurs, modes de livraison non conventionnels dans chacun de nos marchés. Nous avons de la concurrence. Ce n'est pas vrai que nous sommes un service jouissant d'un monopole. C'était peut-être le cas il y a 20 ans, mais pas aujourd'hui. Je voulais simplement clarifier ce point.

Le président: Merci.

C'est à votre tour, madame Lavallée.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je dois dire que je trouve cela particulièrement intéressant d'avoir, côte à côte, un distributeur et un télédiffuseur. Ça nous éclaire beaucoup. Continuez à argumenter car, pour nous, c'est très éclairant.

Je m'en tiendrai à des demandes spéciales.

Madame Bell, vous avez dit que « les abonnés de Rogers ont vu leur facture augmenter de 6 \$ par mois sans l'addition du moindre service, et sans aucune révolte ». Je ne vous demande pas une réponse maintenant, car on a à peine trois minutes. Cependant, j'aimerais que vous fournissiez par écrit, à M. le président, d'où vous tenez cette information et ce qui peut confirmer cette information.

Mme Charlotte Bell: Je peux vous le confirmer, car c'est sur ma facture d'abonnement au câble, mais on peut vous envoyer cette information.

Mme Carole Lavallée: Oui, puisque vous dites: « sans aucune révolte et sans aucune l'addition du moindre service », j'aimerais que vous me disiez d'où vous tenez cette information et que vous le disiez au président.

Il y a autre chose. En ce qui concerne CNN, qui reçoit des redevances, et d'autres chaînes spécialisées, existe-t-il quelque part un tableau du total des redevances — du *pot* des redevances — et de leur redistribution aux chaînes spécialisées. Ce document existe-t-il?

Mme Charlotte Bell: Le problème, c'est qu'on ne connaît évidemment pas les chiffres spécifiques en ce qui concerne les chaînes américaines. On n'a qu'un total.

Je sais, cependant, que le montant total des redevances a augmenté d'environ 25 p. 100 l'année passée.

•(1905)

Mme Carole Lavallée: Le tableau existe-t-il?

Mme Charlotte Bell: Je vais voir ce qu'on peut vous donner, mais je crois que ça ne vous donnera pas exactement une idée de ce qu'elles reçoivent par service. Cependant, on a tout de même le total.

Mme Carole Lavallée: Comme mes trois minutes tirent à leur fin, je tiens à m'entretenir avec M. Mayrand.

Un peu plus tôt, monsieur Mayrand, je vous ai lu la partie de votre présentation qui m'apparaissait la plus intéressante quant à l'évolution de la télévision. Je voudrais savoir si, quelque part dans un discours ou dans un document quelconque, vous avez détaillé cette réflexion.

M. Yves Mayrand: Non, nous ne l'avons pas détaillée tout simplement parce que nous ne sommes plus dans la télédiffusion. Comme nous l'avons dit dans notre présentation, nous faisons de la programmation locale en grande quantité. Nous avons au total, pour notre entreprise en Ontario et au Québec, 12 000 heures d'émissions originales par année.

Ce n'est pas rien. Et on le fait avec des moyens beaucoup plus modestes, évidemment, que ceux des télédiffuseurs conventionnels.

Mme Carole Lavallée: C'est vous qui détenez la télévision communautaire?

M. Yves Mayrand: Tout à fait.

Mme Carole Lavallée: Ce sont des bénévoles qui y travaillent.

M. Yves Mayrand: En partie, mais pas uniquement. Nous avons également des gens qui sont sur place pour contribuer, avec les bénévoles, à la confection de cette programmation originale.

Mme Carole Lavallée: D'accord.

M. Yves Mayrand: Dans le cas des nouvelles à North Bay — Mme Tilson Dymont pourrait vous en parler —, nous avons des ressources spécifiques à cette fin.

Mme Carole Lavallée: Vous pouvez nous garantir que la qualité de l'information offerte à North Bay équivaut à la qualité de l'information offerte par n'importe quelle autre entreprise privée ou station locale?

[Traduction]

Mme Maureen Tilson Dymont (directrice principale, Communications et programmation, Cogeco Câble inc.): Elle est sans nul doute unique. Ça a été une courbe d'apprentissage pour le groupe en ce qui a trait à la capacité de présenter des nouvelles. Et puisque nous mettons également à profit des partenariats communautaires pour les présenter, c'est sans doute davantage comparable à une station UHF locale. Nous n'avons pas les chiffres concernant les installations et l'effectif. Quatre personnes travaillent aux nouvelles.

Mais je dis que 95 p. 100 des auditeurs qui regardent les nouvelles se sont dit très satisfaits ou satisfaits du contenu diffusé. Le contenu c'est la pertinence, l'instantanéité, le choix du moment, etc.

Je dois souligner que nous savons comment produire du contenu d'une manière très efficace. Nous l'avons toujours su. En ce qui a trait au contenu additionnel, nous faisons également une foule d'autres choses. Nous couvrons tous les sports et les événements communautaires. Nous avons des programmes en ligne, etc. Donc, là où il y a un besoin, nous le prenons en charge et nous y répondons. Mais nous ne sommes pas là pour faire concurrence aux radiodiffuseurs locaux. Si un radiodiffuseur local présente les nouvelles de la région, nous offrirons un autre type de programmation afin de soutenir et de fournir une compréhension plus approfondie d'autres événements communautaires, etc., qui ne sont pas couverts par nos collègues de notre milieu de radiodiffusion.

Le président: Merci.

Je cède la parole à M. Del Mastro pour la dernière question.

M. Dean Del Mastro: Merci, monsieur le président, et merci encore aux témoins qui ont comparu aujourd'hui.

Pour commencer, j'aimerais simplement dire quelque chose à Canwest. Mon collègue, M. Bruinooge, a posé plus tôt à un témoin une question concernant les pertes qui découleraient de la fermeture de Canwest. Je tiens à ce qu'il soit clair que je ne suis pas d'accord avec la réponse donnée. Je crois franchement que les pertes seraient importantes. J'ai eu l'occasion de rencontrer David Asper et sa famille qui ont franchement fait des contributions considérables au Canada. Je voulais simplement que cela soit consigné.

J'ai d'autres questions à poser. J'aimerais vous poser une question, monsieur Viner, qui porte principalement sur le tarif de distribution. Nous avons entendu une foule de choses sur celui-ci. Je voudrais savoir pourquoi l'argent provenant du tarif de distribution ne pourrait-il simplement pas être utilisé pour alimenter les enchères pour la programmation américaine. Si vous avez plus d'argent, et s'il y a de très bonnes émissions américaines et que celles-ci sont les seules sources de revenu découlant de la programmation américaine de CTV et de Global, pourquoi le tarif de distribution ne serait-il pas simplement pris et utilisé pour alimenter les enchères lorsque, au bout du compte, l'argent se retrouverait à Hollywood?

M. Peter Viner: C'est une bonne question. Votre question démontre une connaissance des affaires.

La raison pour laquelle nous diffusons une programmation américaine est qu'elle permet de subventionner la programmation canadienne. Nous connaissons des difficultés dans les marchés locaux, et particulièrement dans les plus petits, parce que la programmation américaine que nous avons déjà achetée, qui avait une importante marge de profit et permettait de subventionner les nouvelles, n'attire plus l'auditoire qu'elle attirait auparavant. Les gens regardent des émissions en ligne ou sur le câble.

Je crois que c'est l'organisme de réglementation qui devrait demander comment nous avons l'intention d'utiliser notre tarif de distribution. Comme cela a été mentionné plus tôt, notre directeur général a clairement dit que nous utiliserions le tarif de distribution pour soutenir les stations locales et la programmation locale.

•(1910)

M. Dean Del Mastro: Pour enchaîner, lorsque les représentants de Quebecor se sont présentés devant ce comité et qu'ils ont parlé de leur gestion de TVA, ils ont dit que le CRTC les empêchait de moderniser leur plate-forme. TVA leur serait plus rentable avec quelques modifications, s'ils étaient prêts à faire quelques changements pour les aider.

Outre le tarif de distribution, existe-t-il actuellement des règlements ou des modifications qui pourraient être effectuées afin que Canwest soit plus solide et que vos opérations soient plus rentables?

M. Peter Viner: Le problème avec le régime actuel, et tous les autres régimes, est que la plupart des licences sont accordées à long terme et qu'il est difficile de réagir rapidement aux changements qui surviennent dans le marché.

Par exemple, le tarif de distribution est un aspect dont on parle depuis longtemps. Les signaux éloignés en sont un autre. Les entreprises de câblodistribution ont reçu l'autorisation d'inonder les marchés avec trois ou quatre signaux, les mêmes signaux mais dans un fuseau horaire différent. Les frais de la partie II seraient très utiles, comme d'autres vous l'ont dit, mais, selon nous, ces frais n'ont pas été perçus légitimement. Il pourrait y avoir un assouplissement pour certains types de publicité.

La réalité est que nous devons nous réunir avec la commission plus régulièrement. Nous devons entretenir une relation honnête et être en mesure de réagir plus rapidement.

M. Dean Del Mastro: Tout d'abord, Maureen, j'ai eu l'occasion de vous rencontrer il y a de cela quelques semaines à Burlington lors de la cérémonie d'inauguration des travaux du nouveau centre des arts d'interprétation. Cogeco était présent et a filmé la cérémonie afin de la présenter à l'auditoire local et, je crois, pour la repasser encore et encore, comme je connais Cogeco. Encore une fois, merci d'y être allé et d'avoir couvert cet événement.

Monsieur Mayrand, vous avez parlé de certaines choses qui, à mon avis, étaient très intéressantes. Une de celles-ci est le fait que

vous avez récupéré la couverture des nouvelles de North Bay. Je crois que cela est intéressant à noter. Vous avez parlé du transfert de la radiodiffusion, et du transfert vers le format numérique et du fait que cela pose certaines difficultés. En ce qui a trait au transfert de radiodiffusion, est-il possible, pour les réseaux de câble, que les gens retournent à une antenne numérique et n'utilisent plus autant le câble? S'il est possible d'obtenir des images numériques d'une très grande clarté gratuitement à partir de vos antennes, est-ce que cela constitue un risque pour Cogeco? Nous dépensons beaucoup d'argent pour ce 8 ou 9 p. 100 d'auditoire.

M. Yves Mayrand: J'essaierai de répondre brièvement. Les personnes qui se trouvent dans la zone de couverture des émetteurs numériques déployés par les radiodiffuseurs pourront obtenir un signal numérique HD clair directement au moyen de leur propre appareil. Pour ces signaux, ils pourront être dispensés de tout autre vecteur.

La question qui se pose est donc de savoir à quel endroit les radiodiffuseurs déploieront ces nouveaux émetteurs. Chacun d'entre eux devra répondre à cette question pour chaque marché.

M. Dean Del Mastro: Pour m'aider à comprendre, il y a environ 8 ou 9 p. 100 des gens qui captent leurs signaux de télévision directement...

Le président: Excusez-moi, monsieur Del Mastro...

M. Dean Del Mastro: Est-ce que cela changera avec le déploiement?

M. Yves Mayrand: Probablement pas d'une manière significative.

Le président: Merci pour la courte question et la réponse brève.

Encore une fois, je tiens à remercier nos témoins qui ont fait preuve d'une grande candeur en répondant aux questions qui leur ont été posées.

Merci à vous tous qui êtes présents à cette table.

La séance est levée.

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.