



Chambre des communes  
CANADA

## **Comité permanent du patrimoine canadien**

---

CHPC • NUMÉRO 004 • 3<sup>e</sup> SESSION • 40<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

**TÉMOIGNAGES**

**Le mardi 30 mars 2010**

**Président**

**M. Gary Schellenberger**



## Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 30 mars 2010

•(1110)

[Traduction]

**Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)):** Je déclare ouverte cette quatrième séance du Comité permanent du patrimoine canadien. Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, nous entreprenons notre étude sur le Canada et les nouveaux médias.

Nous accueillons comme témoin ce matin M. Jacob Glick, conseiller en matière de politique au Canada pour Google Incorporated.

Bienvenue, monsieur Glick. La parole est à vous.

**M. Jacob Glick (conseiller en matière de politique au Canada, Google inc.):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Merci à tous les membres du comité de bien vouloir m'accueillir ici aujourd'hui.

Je suis vraiment très heureux d'avoir l'occasion de discuter avec vous de l'avenir du contenu canadien et du contenu en ligne.

Je m'appelle Jacob Glick et je suis conseiller en matière de politique au Canada pour Google. Je travaille ici même à Ottawa.

Mon exposé se limite essentiellement à deux points principaux. Alors, si vous sombez dans le sommeil ou dans l'ennui, il faudrait tout de même que vous gardiez à l'esprit ces deux points: premièrement, tout converge désormais sur Internet public; et deuxièmement, en corollaire, cette convergence est bonne pour l'innovation, la variété des choix offerts aux consommateurs et la concurrence.

Examinons tout cela dans une perspective générale.

Avant d'aller plus loin, je dois préciser que la réglementation américaine sur les valeurs mobilières ne m'autorise pas à vous révéler quoi que ce soit au sujet de nos projets futurs. Notre entreprise connaît actuellement une période plutôt tranquille, mais je ne peux rien vous dire des produits que nous comptons commercialiser. Vous n'alliez sans doute pas m'interroger à ce propos de toute manière, mais, peu importe, je ne pourrais pas vous répondre.

Revenons donc aux deux points que j'ai soulevés. Tout converge sur Internet public et c'est bon pour l'innovation, le choix et la concurrence.

On peut se demander à quoi ressemble l'ancien modèle — ceci dit sans connotation péjorative — que nous connaissons depuis 150 ans dans le secteur des communications de masse. Et plus précisément quelle forme a pris cet ancien modèle au cours des cinquante dernières années? Certains l'ont décrit comme un alignement de silos abritant chacun un réseau unique opéré par une entité unique aux fins d'une application pour ainsi dire unique.

On généralise beaucoup, mais le fait demeure. L'entreprise de câblodistribution opère le réseau de câblodistribution et offre la

télévision par câble; la compagnie de téléphone gère le réseau téléphonique et permet les communications sur ce réseau. C'est le monde tel qu'on le connaissait avant Internet.

Ce monde présentait de nombreux désavantages. Je vais m'intéresser surtout aux aspects culturels, mais le modèle actuel est aussi préférable à bien des égards dans le contexte de l'innovation et du développement technologique.

Pour ce qui est de la culture, l'ancien modèle limitait l'espace de diffusion du contenu. Par exemple, la câblodistribution n'offre qu'un nombre limité de chaînes. Il peut bien y en avoir 500, leur nombre demeure limité. Pour la télédiffusion par antenne, le spectre est encore plus restreint. Qui plus est, non seulement le nombre de chaînes est-il limité, mais les heures de syntonisation de ces chaînes — ce qu'on appelle les heures de grande écoute — sont encore moins nombreuses. On se retrouve ainsi avec une offre limitée en raison de cet espace de diffusion restreint et c'est d'ailleurs dans ce contexte, et en s'appuyant sur certaines hypothèses, que notre réglementation en matière de radiodiffusion a dû évoluer.

On est notamment parti de l'hypothèse qu'il n'y a tout simplement pas assez d'heures dans une journée pour diffuser un contenu susceptible de faire valoir la vision que le Canada a de lui-même et permettre aux Canadiens de se raconter à leurs concitoyens. Mais cela s'est traduit en fait — je ne parle pas de la politique de radiodiffusion, mais bien de l'espace restreint de façon plus générale — par un recours accru à des mesures de contrôle de la part des grands réseaux, des entreprises de câblodistribution ou de quiconque décide quelles émissions seront diffusées et quelles personnalités nous verrons au petit écran.

Différents formats de diffusion ont dû évoluer. Nous sommes habitués à la formule des 22 minutes de télévision assorties de huit minutes de publicité. C'est l'un des formats audiovisuels qui nous sont devenus familiers.

Cette intensification des mesures de contrôle fait notamment en sorte que moins de voix peuvent se faire entendre, car la variété de gens pouvant faire de la télévision est limitée simplement par le temps d'antenne disponible et par le nombre de chaînes accessibles. Bien souvent, cela se traduit malheureusement par une présence moindre de la culture canadienne et par la diffusion d'une culture plus banale — et je ne porte pas de jugement sur l'ensemble de la culture — pour plaire au plus vaste auditoire possible dans un souci de maximisation des indices d'écoute.

Il s'agissait donc de l'ancien modèle des communications.

Soi dit en passant, je pourrais vous présenter une analyse semblable dans le cas des journaux. La problématique ne se limite pas à la télévision et à la câblodistribution. Faute de temps, je vais m'en abstenir, mais je vous encourage à parler à quelqu'un comme Mathew Ingram, ancien chroniqueur au *Globe and Mail* qui écrit maintenant ses chroniques à partir de Toronto pour GigaOm, un formidable blogue auquel vous êtes tous abonnés, je l'espère. C'est un penseur remarquable qui s'intéresse à bon nombre de ces questions.

L'avènement d'Internet a transformé le monde des communications de masse; les anciens silos cèdent la place à ce qu'on pourrait appeler le « sablier vertueux », pour reprendre l'expression de mon collègue Rick Whitt, de Washington. Je vous invite à visualiser tous ces silos que l'on fondrait en un même bloc pour qu'ils épousent la forme d'un sablier. Au sommet du sablier, on insère toutes ces applications distinctes auparavant gérées indépendamment dans leurs silos respectifs (télévision, téléphonie mobile, téléphonie résidentielle, câble), avec leurs différentes formes de contenu (musique, etc.) pour les voir toutes converger sur Internet public.

En fait, tous ces services sont maintenant offerts via Internet. Vous pouvez y obtenir vos services téléphoniques; si vous avez un téléphone VoIP sur votre iPod, vous pouvez profiter de services de communications mobiles via Internet à partir d'un point d'accès sans fil. Vous pouvez bien sûr capter des signaux de télévision, sans compter l'accès à un large éventail de contenu audiovisuel, notamment pour les actualités.

C'est la raison pour laquelle je vous dis que tout converge sur Internet. Ainsi, Internet devient la plateforme de prédilection pour toutes ces applications auparavant accessibles à partir de leurs silos respectifs. Le réseau de câblodistribution est devenu par exemple un nouveau canal pour faire entrer Internet haute vitesse dans nos foyers; il en va de même pour le téléphone et les communications sans fil. Les téléphones mobiles offrent un mode d'accès aux services Internet haute vitesse, non seulement dans nos domiciles, mais partout où nous allons.

Ce sablier vertueux fait donc en sorte que toutes ces applications auparavant autonomes et disponibles uniquement à partir de leurs silos respectifs sont désormais accessibles de n'importe quel point de connexion à Internet et auprès de différents fournisseurs en mode de concurrence. Il n'est plus nécessaire d'être propriétaire d'une chaîne de télévision ou d'un journal pour que sa voix puisse être entendue. Si vous avez une bonne idée ou une passion à partager, vous pouvez vous faire entendre, voir ou lire par des milliers, voire des centaines de milliers de personnes de toute la planète.

J'y vois personnellement un pas de géant dans le monde des communications, car cela ouvre la porte à des innovations culturelles de toutes sortes, via de toutes nouvelles formes de contenu qui seront créées, de nouvelles voix qui se feront entendre, exprimant de nouveaux points de vue dans leurs langues respectives. Tout cela est devenu possible du fait que l'on n'est plus limité par l'espace restreint qu'offrait l'ancien modèle de diffusion culturelle. En fait, ce phénomène a donné lieu à une renaissance du discours non commercial.

• (1115)

À l'échelle planétaire, on charge sur Internet pas moins de 22 heures de contenu vidéo à toutes les minutes. C'est beaucoup, on ne peut pas le nier. Si seul le contenu canadien vous intéresse, vous pouvez y avoir accès sur YouTube tous les jours de la semaine, 24 heures par jour, sans jamais voir deux fois la même chose.

Je dois dire que cela ne se limite pas à YouTube. C'est simplement l'exemple que j'utilise, mais c'est vrai pour Internet dans son ensemble. Si vous vous intéressez au contenu canadien ou si vous souhaitez entendre des voix nouvelles ou différentes, toutes ces possibilités vous sont offertes, et ce, précisément en raison de la nature ouverte d'Internet auquel quiconque voulant mettre en commun une idée intéressante peut se connecter pour rejoindre de nouveaux auditoires. Il s'est ainsi créé un écosystème entièrement nouveau offrant un formidable éventail de choix aux consommateurs, aux producteurs de contenu et aux réalisateurs, tout en permettant une innovation rapide au chapitre des plateformes, du contenu culturel et des applications possibles.

Je souligne au passage que tous ces éléments sont positifs. Les consommateurs en sortent gagnants, tout comme les créateurs de contenu. C'est bon pour la culture car, plus que jamais auparavant, on favorise sa création, sa diffusion et son appréciation par des publics tout autant planétaires que canadiens.

Quelles sont les incidences du point de vue réglementaire? Je ne vous apprends certes rien — car c'est ce qui est à l'origine de l'étude que vous avez entreprise — en vous disant que les anciennes hypothèses à la base du processus réglementaire sont remises en question et que nos modèles de réglementation sont en transition. Dans un contexte où la rareté n'est plus une considération, nous devons nous interroger sur la pertinence de plusieurs de nos anciens instruments réglementaires.

En outre, de nouvelles réalités économiques touchant le contenu ont aussi des répercussions sur le plan de la réglementation. Si l'on s'en tient aux considérations économiques traditionnellement liées au contenu, les coûts des intrants sont ceux de la production, de la promotion et de la distribution. Eh bien, les obstacles à franchir pour ces trois éléments s'écroulent à un rythme accéléré.

Si on pense à la production, il suffit maintenant d'une caméra HD et d'un MacBook pour réaliser une vidéo de qualité professionnelle. En vous appuyant sur le dynamisme de vos réseaux sociaux et en utilisant efficacement la publicité ciblée en ligne, vous pouvez faire la promotion de votre contenu comme jamais auparavant. Quant à la distribution, l'accès à Internet public et à toutes les plateformes disponibles vous permet de diffuser votre contenu, souvent gratuitement, et souvent sous de nouvelles formes à des auditoires non accessibles autrefois.

Compte tenu de toutes ces considérations, quelles seront les principales considérations stratégiques à examiner? Désolé, si c'est un peu long, mais je devrais bientôt conclure.

D'abord et avant tout, je vous encourage à ne pas chercher absolument à « régler des problèmes ». En effet, certains des phénomènes que je viens de vous décrire sont problématiques pour bon nombre des intervenants en place. Il s'agit toutefois, dans l'ensemble, d'éléments favorables aux Canadiens, à leur capacité de choisir, à l'innovation et à la culture.

Je présume malgré tout que l'on vous demandera, et que l'on demandera aux différents gouvernements, de revenir en arrière en raison des difficultés créées par une partie de ces innovations. Je vous inviterais à vous interroger sur le sens de ces requêtes: vous demande-t-on de régler un problème véritable ou bien un problème qui affecte un modèle d'affaires existant dans la nouvelle conjoncture?

En outre, je vous prierais de ne pas tirer sur le messenger, comme le veut l'expression populaire. Les intermédiaires jouent un rôle important dans ce système. Plus on demandera aux intermédiaires — fournisseurs Internet et autres — de policer le contenu accessible en ligne, plus on minera les efforts d'innovation et de diffusion, car ils ne pourront faire autrement que de prendre des mesures qui réfréneront le débit du courant culturel actuel.

• (1120)

En conclusion, c'est peut-être une évidence, mais je vous le dis quand même: résistez à la tentation de réglementer. Bon nombre des problèmes qui se posent actuellement ne pourront être résolus par la voie réglementaire; au contraire, on ne ferait qu'empirer les choses. Lorsqu'on a le mandat de légiférer, toutes les occasions peuvent sembler invitantes. Je comprends bien que vous puissiez être tentés de le faire, mais j'estime qu'il est primordial de protéger et de favoriser cette ouverture même qui est la caractéristique principale d'Internet, cette ouverture qui lui a permis de prendre de l'ampleur et faire progresser la culture en ligne.

Je termine ici mon exposé préliminaire. Je me réjouis maintenant de pouvoir discuter avec vous au cours de l'heure et demie qu'il nous reste. Merci beaucoup.

• (1125)

**Le président:** Merci.

Monsieur Rodriguez, vous serez le premier à poser vos questions.

**M. Pablo Rodriguez (Honoré-Mercier, Lib.):** Merci.

Merci, Monsieur Glick. Je me réjouis de vous voir ici.

Vous avez terminé votre exposé en déclarant que nous devions protéger l'ouverture. Je ne dis pas le contraire, mais j'estime que nous devons aussi protéger notre culture. Cela s'inscrit dans notre rôle de parlementaires et de membres de ce comité.

Je vous laisse le temps de prendre votre oreillette pour l'interprétation.

**M. Jacob Glick:** Oui, merci.

**M. Pablo Rodriguez:** Je peux parler en espagnol. si vous préférez.

Tout va bien, maintenant?

**M. Jacob Glick:** Merci.

[Français]

**M. Pablo Rodriguez:** Vous nous présentez cela comme une série de possibilités pour le milieu culturel, c'est-à-dire pour nos créateurs et nos artistes. C'est comme si Internet ouvrait des frontières, créait des débouchés, et que ça ne représentait que des avantages. Or il y a aussi beaucoup de défis.

Je voudrais que vous nous parliez d'un ou deux grands défis ou dangers que cela représente pour nos créateurs canadiens, et, de façon plus large, pour la culture canadienne.

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Merci beaucoup pour cette question. Je suis désolé de ne pas pouvoir vous répondre dans votre langue...

**M. Pablo Rodriguez:** Pas de problème. Vous maîtrisez très bien la vôtre.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Jacob Glick:** Pas aussi bien que vous, mais...

[Français]

**Mme Carole Lavallée (Saint-Bruno—Saint-Hubert, BQ):** Vous avez raison.

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Vous avez raison. J'ai brossé un tableau un peu idyllique de la situation. L'univers de l'accès en ligne est semé d'embûches dont vous entendrez certes parler dans le courant de votre étude.

La piraterie numérique est l'un des problèmes les plus frustrants, car il n'existe pas de solution facile. C'est assurément un phénomène qui cause des difficultés aux créateurs et les fournisseurs de services en ligne comme Google n'ont pas manqué de chercher des façons d'aider les artistes à composer avec la situation. Par exemple, nous avons pour YouTube l'un des meilleurs programmes de lutte contre la piraterie au monde. Notre système d'identification du contenu nous permet en effet de déceler les infractions aux droits d'auteur afin de retirer le contenu du site ou de commercialiser sa diffusion.

Pour répondre à l'autre partie de votre question, je dirais que les artistes doivent se conditionner à tirer parti de toutes les possibilités que leur offrent les nouveaux médias. Comme ils pensent plutôt en fonction des modes de fonctionnement de l'ancien système de réglementation, que ce soit sous la forme de subventions, de quotas ou d'un autre mode de diffusion, il est particulièrement difficile pour eux d'exploiter à fond les perspectives qu'ouvrent les médias en ligne.

[Français]

**M. Pablo Rodriguez:** Vous parlez de piratage numérique, mais Google n'a-t-il pas été accusé et reconnu coupable d'avoir copié des livres sans autorisation dans son propre site?

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Je peux dire que nous sommes très fiers de notre projet de recherche de livres, entre autres parce que nous avons travaillé en partenariat avec des auteurs et des éditeurs de toute la planète pour rendre le contenu de leurs ouvrages accessible, avec leur permission, aux utilisateurs de Google.

[Français]

**M. Pablo Rodriguez:** Alors pourquoi avez-vous eu ce problème?

[Traduction]

Beaucoup de gens disent que vous copiez les ouvrages sans payer de droits d'auteur. Vous avez été poursuivis en justice à ce sujet et vous avez perdu.

**M. Jacob Glick:** Oui. Il y a en fait deux projets distincts. Il y a le programme Google Édition et le programme Google Bibliothèque. Si on les combine, on parle du programme Google Recherche de livres. Il s'agit de copier des livres disponibles dans les bibliothèques pour permettre des recherches dans ces livres, sans toutefois en afficher le contenu intégral à moins que l'ouvrage ne fasse partie du domaine public.

Certains croient que le simple fait de copier un livre constitue une atteinte aux droits d'auteur, même si on n'affiche pas le texte intégral et on se contente d'en présenter un aperçu. Nous ne sommes pas de cet avis. Nous estimons qu'il s'agit d'une utilisation légitime — aux États-Unis tout au moins.

Mais il y a eu conflit juridique entre les deux parties qui avaient des points de vue contradictoires. Nous en sommes arrivés à un règlement qui, sous réserve de l'approbation des tribunaux étasuniens, créera pour les éditeurs et les auteurs de nouvelles possibilités de trouver toutes sortes de moyens de commercialiser de nombreuses oeuvres pour lesquelles, dans certains cas, le marché est inexistant depuis des décennies.

• (1130)

**M. Pablo Rodriguez:** Ai-je encore le temps de poser une brève question?

**Le président:** Je crois que nous allons devoir passer à quelqu'un d'autre.

**M. Pablo Rodriguez:** J'y reviendrai.

Merci.

**Le président:** Madame Lavallée.

[Français]

**Mme Carole Lavallée:** Merci beaucoup, monsieur le président.

M. Glick, nous sommes ici pour étudier une éventuelle stratégie du numérique, et certains voudraient faire simplement une étude des nouveaux médias. Pour ma part, je pense qu'il faut faire une étude plus large et se pencher sur une politique du numérique. C'est la raison pour laquelle on a commencé à recevoir des témoins.

Je vais vous dire d'emblée que je ressens un petit malaise à l'idée de recevoir d'abord un représentant de Google. Je pense qu'il aurait fallu aller du général au particulier, et pas le contraire. Enfin, vous êtes là et je suis heureuse de vous voir. Si je comprends bien, votre message est de ne rien réglementer.

On a beaucoup entendu un tel message véhiculé par plusieurs entreprises qui témoignent devant plusieurs comités, ici comme ailleurs. La plupart de ces entreprises disent qu'il ne faut pas qu'on adopte de règlements ou de lois et qu'elles s'en occuperont.

Cependant, l'expérience nous démontre que lorsqu'on n'adopte pas de règlements, les entreprises font ce qu'elles veulent. Par exemple, la compagnie Air Canada, qui a été obligée d'offrir des services dans les deux langues officielles, est la seule compagnie d'aviation de qui on peut obtenir un service en français. Il est impossible d'avoir des services en français de n'importe quelle autre compagnie d'aviation.

Le malaise est présent, et vous ne répondez pas tout à fait à nos questions sur les nouveaux médias. Vous vous vantez de plusieurs réalisations. Vous avez raison, je pense que Google est un joueur immensément puissant dans le domaine des nouveaux médias.

Par ailleurs, vous mêlez la culture et le loisir. Quand on parle de loisir, on parle, par exemple, des gens qui jouent à Star Wars dans le fond de leur sous-sol, qui se filment et qui diffusent ça par YouTube, avec plus ou moins de succès auprès de leurs amis. La culture, c'est autre chose. On parle d'oeuvres faites par des professionnels, des gens qui tentent d'en vivre ou qui en vivent et produisent les oeuvres artistiques que l'on connaît, que ce soit dans le domaine des arts visuels, de la littérature, des arts de la scène ou de la musique.

Revenons au fait que vous avez copié des millions de livres. Vous dites que vous en êtes très fier, mais, au Québec, l'Association nationale des éditeurs de livres n'est pas très fière de vous.

Il est vrai que vous ne les avez peut-être pas encore tous diffusés par Internet, mais vous en avez la possibilité et vous n'avez payé aucun droit d'auteur. De plus, vous l'avez fait de façon assez cavalière, en disant aux gens que s'ils ne sont pas contents, ils n'ont qu'à se retirer et à vous poursuivre devant les tribunaux — les

tribunaux américains, il va sans dire —, ce qui pose un tout autre problème.

De plus, le gouvernement français vous trouve un peu intrusif. Le rapport Zelnik porte même expressément sur Google et fait état de problèmes avec cette compagnie. Le président Nicolas Sarkozy a accepté les conclusions du rapport.

Il parle plutôt de fuites sur le plan fiscal, mais, au Québec et au Canada, on pourrait davantage parler de fuites sur le plan artistique. Il dit aussi que c'est particulièrement dommageable et que ça altère le jeu de la concurrence. Il a raison dans les domaines économique et fiscal, mais il a aussi raison dans le domaine artistique.

Vous avez copié des millions de livres sans demander la permission des auteurs et en les obligeant à vous poursuivre s'ils ne sont pas contents, s'ils veulent avoir leurs droits d'auteur ou s'ils ne veulent pas tout simplement que vous le fassiez. On a le droit de ne pas vouloir que vous numérisiez les livres.

Vous nous dites de ne pas adopter de réglementation. Pourquoi devrait-on vous écouter et suivre votre suggestion, parce que vous dites que vous offrez un très grand choix aux consommateurs? Vous avez raison. Vous offrez un très grand choix aux consommateurs, sauf qu'il ne faut peut-être pas le voir ainsi. On est ici pour se préoccuper davantage des artistes, de leur oeuvre et du respect de leurs droits d'auteur.

• (1135)

[Traduction]

**M. Pablo Rodriguez:** Y avait-il une question? Dans quelle partie de l'intervention?

**Mme Carole Lavallée:** C'est ce que je veux savoir.

**Le président:** Il ne nous reste qu'une trentaine de secondes pour répondre à cette question — ou ces questions — de quatre minutes et demie.

Si vous pouvez répondre partiellement, tant mieux. Vous pourrez toujours communiquer vos autres réponses à Mme Lavallée ultérieurement.

**M. Jacob Glick:** Certainement.

Merci beaucoup pour ces questions.

**Une voix:** Terminé!

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Jacob Glick:** Pour ce qui est de Google Livres, il serait peut-être préférable que nous en discutons tous les deux pour que je puisse bien vous expliquer la teneur du projet.

[Français]

**Mme Carole Lavallée:** Ce sera fait plus tard.

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Quant à la question plus générale de la forme que devrait prendre notre stratégie du numérique et du rôle des instances réglementaires à cet égard, je crois que le gouvernement a effectivement un rôle à jouer. Je ne voudrais surtout pas prétendre le contraire. Peut-être aurons-nous l'occasion de parler davantage de ce rôle dans la poursuite de nos discussions.

**Le président:** Merci.

Madame Leslie, vous avez la parole.

**Mme Megan Leslie (Halifax, NPD):** Merci, monsieur le président.

Je m'appelle Megan Leslie et je suis la députée de Halifax. Un grand merci pour votre présence aujourd'hui.

J'ai une question au sujet du déroulement de notre étude et une autre à propos des enjeux en cause. J'espère avoir le temps de vous les poser toutes les deux.

Dans le cadre de notre étude, nous nous employons à examiner le rôle qui incombe au ministère du Patrimoine canadien dans le contexte des nouveaux médias. Avez-vous des commentaires généraux, voire des suggestions plus précises, quant aux questions sur lesquelles nous devrions nous pencher? Quel serait pour vous le résultat à viser en procédant à une étude semblable? Quels moyens pourrions-nous prendre pour en arriver à un tel résultat?

**M. Jacob Glick:** Voulez-vous parler des priorités que devrait se donner le ministère?

**Mme Megan Leslie:** Oui, le ministère ou le gouvernement fédéral dans son ensemble.

**M. Jacob Glick:** Je vous dirais notamment qu'il ne faut pas privilégier certaines formes particulières de contenu. Ne pas privilégier la télévision ou le cinéma au détriment du contenu en ligne. Tout le milieu de la création, qu'il soit professionnel ou non — pour en revenir à la question de Mme Lavallée — est une composante précieuse de la vie culturelle canadienne.

Il faut considérer que tous les efforts ainsi déployés s'inscrivent dans notre patrimoine culturel et sont à l'origine d'éléments dont le gouvernement doit faire la promotion. Cela s'applique autant pour le contenu interactif, les produits numériques, les jeux vidéo ainsi que pour certaines formes plus traditionnelles de contenu dont nous avons parlé. Il faut en outre encourager nos créateurs à tirer parti de quelques-uns des nouveaux débouchés commerciaux qui leur sont désormais accessibles en ligne.

**Mme Megan Leslie:** En indiquant que nous devons « encourager » nos créateurs, voulez-vous dire que nous avons besoin d'une stratégie du numérique à l'échelle fédérale? Iriez-vous jusque-là?

**M. Jacob Glick:** Oui, mais j'ai quand même certains doutes au sujet d'une stratégie du numérique. Tout le monde en parle ces jours-ci; c'est le sujet à la mode à Ottawa. Je ne voudrais pas refroidir ce bel enthousiasme, mais la situation évolue si rapidement que si l'on tergiverse en créant une commission royale, par exemple, on se retrouvera dans trois ans d'ici avec une stratégie du numérique qui aura perdu toute sa pertinence. Si nous devons adopter une stratégie semblable, il faut l'établir rapidement en la dotant de la flexibilité suffisante pour qu'elle puisse s'adapter à l'évolution technologique.

**Mme Megan Leslie:** C'est la tension qui oppose toujours les volets stratégique et réglementaire. Et je crois que cette tension est très forte dans ce cas-ci.

Je passe directement à la question des droits d'auteur en vous précisant que je ne suis pas normalement membre de ce comité. Je remplace Charlie Angus, une de vos connaissances, si je ne m'abuse. J'ai une formation juridique, mais je n'ai pas touché aux droits d'auteur ou à la propriété intellectuelle. Les gens du bureau de Charlie m'ont fait part d'une anecdote vraiment intéressante - que vous connaissez sans doute - au sujet de la chanteuse Beyoncé qui plaçait ses propres vidéos sur YouTube avant qu'on ne lui demande de les retirer du site parce qu'elle ne possédait pas les droits d'auteur sur ces vidéos. Est-ce bien...? Je suis persuadée que c'est beaucoup plus compliqué.

Connaissez-vous d'autres exemples de situations aussi invraisemblables? Comment le gouvernement fédéral pourrait-il s'y prendre

pour établir des lois régissant les droits d'auteur en assurant un juste équilibre entre les besoins des consommateurs, la rémunération des créateurs et l'accès équitable? Quel serait notre rôle à ce chapitre?

**M. Jacob Glick:** Il va de soi que le gouvernement fédéral a un grand rôle à jouer et que nous attendons tous au cours des prochains mois la réforme des droits d'auteur proposée par le ministre de l'Industrie et le ministre du Patrimoine. Votre comité et celui de l'industrie allez certes contribuer grandement à ce processus.

Comme en témoigne l'anecdote que vous nous avez racontée — et nous avons vu de nombreux exemples semblables —, il est souvent difficile, surtout pour les intermédiaires, de savoir qui détient les droits d'auteur sur tel et tel contenu. Nous nous retrouvons malheureusement dans l'obligation de jouer à la police.

Par exemple, lors des élections aux États-Unis, nous avons reçu un avis de retrait pour certains documents vidéo diffusés dans le cadre de la campagne de John McCain. On alléguait que ces documents violaient les droits d'auteur. Les responsables de la campagne McCain nous ont alors écrit pour faire valoir que les droits d'auteur étaient respectés, que cela relevait de la liberté d'expression et s'inscrivait dans les limites des lois américaines applicables, et nous demander pour quels motifs nous avions retiré les vidéos. Nous avons répondu que les lois du pays nous obligeaient à le faire.

Cet exemple montre bien à quel point il importe d'insister sur les valeurs et les droits liés à la liberté d'expression et d'essayer de voir clair dans tout cela pour trouver le juste équilibre entre les aspirations des artistes, des créateurs et de tous les autres intervenants au sein de cet écosystème. Je vous dirais d'ailleurs que je ne crois pas que ce soit si difficile. Je sais que cela peut sembler vraiment ardu vu que l'on vous inonde de toutes sortes de messages et d'une rhétorique quasiment religieuse, car il semble y avoir beaucoup de dogmatisme de part et d'autre.

Je ne pense pas qu'il soit si compliqué de mettre en oeuvre le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur en assurant un équilibre véritable entre les intermédiaires, les consommateurs et les créateurs, de manière à faire le bonheur de tout le monde.

• (1140)

**Mme Megan Leslie:** Merci.

**Le président:** Monsieur Del Mastro.

**M. Dean Del Mastro (Peterborough, PCC):** Merci beaucoup.

Merci, monsieur Glick, pour votre présence aujourd'hui. J'ai trouvé votre exposé vraiment fascinant. J'estime que Google est une entreprise qui se trouve à la fine pointe à bien des égards.

Nous avons parlé de la façon dont certaines normes du passé — nos anciennes perceptions qui guidaient nos interventions réglementaires — sont maintenant remises en question. Mais l'avènement de l'automobile n'a-t-il pas entraîné une remise en question de la voiture à cheval? Le gouvernement canadien de l'époque aurait pu décréter qu'il ne voulait pas d'automobiles, qu'il croyait en la voiture à cheval et qu'il allait prendre des dispositions réglementaires pour que seuls les chevaux et leurs attelages puissent circuler sur nos routes.

Je ne crois pas que notre économie serait très concurrentielle si nous avions pris de telles mesures et je pense que notre comité et notre Parlement se retrouvent aujourd'hui devant une problématique similaire.

J'ai une brève question à laquelle vous pouvez répondre encore plus brièvement. Google permet l'utilisation sans frais de différentes applications: moteur de recherche, cartes, images satellite, panoramas de rues. Vous faites cadeau de tous ces logiciels. Un auteur a indiqué avoir rédigé son ouvrage en utilisant Google docs, l'un de vos logiciels gratuits. Vous offrez aussi sans frais l'accès à YouTube.

Votre entreprise a-t-elle toute sa tête?

**M. Jacob Glick:** Eh bien, peut-être sommes-nous un peu fous, mais le fait est que l'on peut engranger des profits considérables en faisant de tels cadeaux.

**M. Dean Del Mastro:** Vous n'êtes donc pas l'entreprise la plus philanthropique au monde?

**M. Jacob Glick:** Non, pas à ce que je sache du moins. Nous avons toujours des actionnaires et si nous parvenons à bien nous tirer d'affaire, c'est notamment parce que nous utilisons à bon escient la publicité en ligne.

**M. Dean Del Mastro:** D'accord. Je crois que c'est important pour que notre comité puisse bien comprendre la façon dont il peut aider la culture canadienne à aller de l'avant et créer ce nouveau modèle pour l'avenir. Il n'est pas rare que nos discussions sur ce que nous appelons les nouveaux médias portent en fait sur des médias déjà émergents, les médias numériques. Une bonne partie de ces médias existent depuis un bon moment déjà, mais n'ont pas été concrètement pris en compte par le gouvernement. Par exemple, le CRTC utilise des outils conçus il y a 40 ans — et ces gens ont toute ma sympathie — pour essayer de régler des problèmes contemporains. Ce n'est pas chose facile.

Je suis d'accord avec vous à bien des égards. Il ne fait aucun doute que les différentes plateformes convergent. D'après moi, les émissions ne seront plus conçues en prévision d'une programmation à 20 heures le lundi sur un réseau unique. Je crois qu'elles seront lancées simultanément sur plusieurs plateformes où on pourra les visionner au moment qui nous conviendra. J'estime que la facilité d'accès est la considération primordiale. Toute entreprise devra disposer d'une espace de diffusion illimité pour commercialiser ses activités et tirer profit de l'élimination des coûts de marketing. C'est ce que l'avenir nous réserve.

Pourriez-vous nous citer l'exemple d'un artiste qui connaît maintenant beaucoup de succès, au Canada ou sur la scène internationale, après avoir débuté en rendant ses oeuvres accessibles sans frais sur YouTube ou une plateforme semblable? Avez-vous des exemples en ce sens?

• (1145)

**M. Jacob Glick:** Oui, certainement. Je pense notamment à Justin Bieber. Si vous avez des préados à la maison, ils le connaissent sans doute très bien. Il a débuté sur YouTube en présentant des vidéos le mettant en vedette. Alors pour faire suite à ce qui vous disiez tout à l'heure quant à la distinction à faire entre loisirs et culture, il y a en fait convergence de ces deux volets, ce qui permet à des artistes de talent de trouver un marché et d'établir des contacts en offrant leur musique gratuitement — au départ, du moins. Il ne faudrait toutefois pas comprendre que tout cela est entièrement gratuit, bien au contraire.

Je dis simplement que le monde de la diffusion en ligne — et vous en avez fait une description intéressante — ne consiste pas uniquement à offrir, sans frais, l'accès à différents contenus. Tout ce système s'articule autour d'une variété de modèles distincts allant de la gratuité totale jusqu'au téléchargement facturé, en passant par les sites affichant de la publicité et les formules d'abonnement.

Toutes sortes de modèles d'entreprise différents sont actuellement utilisés par les gens sur les réseaux en ligne.

D'une certaine manière, bon nombre de ces modèles sont aussi en pleine transition, car ce ne sont pas tous les annonceurs qui sont passés au mode en ligne. Il y a encore beaucoup d'incertitude pour des intervenants de toute sorte. Mais reste quand même qu'il y a déjà des résultats concrets pour plusieurs artistes canadiens et que la tendance va se confirmer, car les gens vont trouver via Internet des débouchés qui n'auraient pas été envisageables par ailleurs.

**M. Dean Del Mastro:** Pour en revenir à l'essentiel, nous avons parlé de ces silos du passé et je crois que nous nous souvenons tous de cette époque où lorsque nous entendions une chanson qui nous plaisait vraiment, nous sautions dans la voiture pour aller nous procurer l'enregistrement chez notre disquaire. C'était la seule façon de faire...à moins d'être vraiment vite sur la gâchette pour actionner le bouton d'enregistrement du magnétophone et essayer de faire une copie lorsque la chanson était diffusée par la station de radio locale.

Mais les artistes d'aujourd'hui doivent chercher à rendre leurs produits accessibles au plus vaste auditoire possible, c'est-à-dire à des milliards de personnes pour tirer un petit revenu à chaque occasion. N'est-ce pas la théorie adoptée par Google? Ne vise-t-on pas des centaines de millions de visites, des milliards de visites, rapportant chacune une très petite somme, pour accumuler des revenus considérables au gré de l'ensemble de ces visites?

**M. Jacob Glick:** Je vous répondrais que c'est effectivement le cas, mais je ne prétends pas être en mesure de dire aux artistes comment ils devraient s'y prendre pour faire de l'argent. La solution est différente pour chacun.

**Le président:** Merci.

Nous passons maintenant à M. Tonks.

**M. Alan Tonks (York-Sud—Weston, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Monsieur Glick, je vous remercie pour votre comparution. Tout cela demeure assez complexe pour un homme comme moi qui suis un peu déphasé par rapport à l'évolution technologique. Je vous prie donc de m'accorder un peu de temps, et je ne parle pas de temps de diffusion sur Google, pour que j'arrive à y voir un peu plus clair.

J'ai jadis fait de la musique au sein d'un groupe. Nous comptions sur l'industrie du disque et les structures connexes pour nous assurer la protection requise. Le Parlement s'interroge sur la façon dont il doit protéger nos artistes et nos musiciens, ceux qui ont quelque chose à raconter et qui ont toujours été le miroir de l'identité canadienne. Nous sommes le reflet de ce que nous entendons et de ce que nous voyons. Nous pouvons nous enorgueillir de ce que nous avons accompli tant du point de vue culturel que sur le plan des manifestations de notre bilinguisme, de nos qualités biculturelles et de notre multiculturalisme.

Je comprends que Google souhaite faire le bonheur de tout le monde. Mais cette notion de bonheur est assortie de bien des nuances. Je me rappelle ces négociations syndicales dont tout le monde souhaitait ressortir satisfait sans pour autant rechercher le bonheur total.



Que pouvons-nous faire? Nous avons établi des cadres réglementaires pour le contenu canadien. Nous avons traité des dossiers touchant les droits d'auteur. Nous pouvons compter sur le CRTC qui joue en quelque sorte le rôle d'ombudsman. De tout votre témoignage au sujet de cette renaissance, et je pense vraiment qu'il s'agit d'une renaissance... Je crois que M. Del Mastro a parlé d'une transition à partir du modèle des silos. Je dirais plutôt que c'est une transformation radicale.

Que pouvons-nous faire pour assurer la projection de la culture canadienne? Cette culture peut se définir de bien des façons, je ne veux pas être trop normatif, mais j'aimerais bien savoir ce que nous pouvons faire exactement. Qu'en pensez-vous? Vous avez indiqué que toutes ces nouvelles voix et tous ces nouveaux points de vue pourraient désormais se faire entendre, mais qu'il ne s'agit pas de se montrer trop invasif ou intrusif. Que conseillez-vous à notre comité? Devons-nous continuer à intervenir via le CRTC, mais à partir d'un cadre différent qui serait plutôt fondé sur le principe de la main invisible et duquel se dégagerait la nécessité d'établir certaines grandes lignes directrices ou des mesures de la sorte? Que devons-nous faire?

• (1150)

**M. Jacob Glick:** Nous envisageons quelques approches possibles. Jusqu'à maintenant, le contenu canadien a été réglementé sur deux fronts, soit celui de l'offre et celui de la demande.

Du côté de l'offre, nous avons un système de subventions gouvernementales, d'incitatifs fiscaux et différentes mesures favorisant la création de contenu canadien. Je ne suis pas en train de dire que nous devons nous débarrasser de ces formes de soutien; il y a toujours lieu de subventionner le contenu canadien et de maintenir les incitatifs fiscaux pour la création de contenu professionnel. Je ne crois pas que cela pose quelque problème que ce soit. En fait, plus il y a de contenu et mieux les intermédiaires se portent. Du côté de la demande, notre action réglementaire prend la forme de quotas, une solution qui deviendra de moins en moins envisageable à mon avis.

Il faut aussi considérer la réglementation d'Internet ouvert. Le CRTC s'est penché sur cette question l'an dernier lors de ses délibérations sur la gestion du trafic sur Internet. Il a établi un ensemble de règles qui obligent pour ainsi dire les fournisseurs d'accès Internet à traiter sur le même pied toutes les formes de trafic. Cette uniformisation des règles est importante, car elle fait en sorte que les producteurs d'ici peuvent voir leur contenu canadien être transmis aussi rapidement et atteindre les mêmes publics que celui diffusé par les grands producteurs de Hollywood. C'est la raison pour laquelle des groupes comme l'ACPFT et l'ACTRA, par exemple, ont appuyé le principe de la neutralité d'Internet devant le CRTC.

**M. Alan Tonks:** Merci.

Merci, monsieur le président.

**Le président:** La parole est à vous, monsieur Pomerleau.

[Français]

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

Merci de votre visite, monsieur Glick.

Chaque fois que j'entends des gens du domaine de la finance, du commerce électronique ou autres nous dire qu'il ne faut pas réglementer, mon premier *feeling* est toujours de penser à Adam Smith. J'entends Adam Smith nous dire de laisser la main invisible du marché organiser l'offre et la demande et que tout ira bien. Adam Smith est un beau penseur mais, dans les faits, ce n'est pas tout à fait

comme cela que ça fonctionne, du moins à long terme. C'est pour cela qu'on regardera cela sous cet angle.

Même si vous partez du fait que le gouvernement ne devrait pas régulariser ou établir des règles trop importantes, vous dites qu'il y a quand même quelque chose à faire pour le gouvernement. Spécifiquement, vous avez parlé du *copyright*, par exemple. Pourriez-vous nous parler un peu plus de ce qui, selon vous, pourrait être fait par le gouvernement?

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Merci beaucoup pour votre question.

Je vous prie tout d'abord de m'excuser si mes observations ont pu vous sembler idéologiques. Je crois être demeuré dans les limites du descriptif en cherchant à faire valoir que le contenu canadien connaît actuellement un grand succès en l'absence de réglementation et que l'on devrait peut-être y penser à deux fois avant de risquer de tout gâcher. C'est ce que je voulais dire. Je ne voulais pas laisser entendre que le gouvernement n'avait aucun rôle à jouer, bien au contraire.

Vous avez demandé ce que pourrait faire le gouvernement, particulièrement en ce qui concerne les droits d'auteur.

Voici ce que j'en pense. Premièrement, on pourrait étendre l'utilisation équitable. Deuxièmement, la solution d'avis et avis devrait être implantée comme régime de responsabilité pour les fournisseurs. Troisièmement, on pourrait procéder à une mise en oeuvre limitée d'un ensemble de mesures ou de règles de protection technologique, de manière à établir le lien...

Je ne sais pas dans quelle mesure votre comité a approfondi l'étude de ces questions. Je suis pour ma part plutôt passionné par la problématique des droits d'auteur, alors vous comprendrez mon enthousiasme.

Dans le cadre du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, chaque pays doit mettre en oeuvre des mesures de protection pour les technologies qui empêchent la copie des travaux. Les obligations découlant de ce traité peuvent être satisfaites de bien des manières. Je ne sais pas que les mesures de contrôle d'accès soient primordiales à ce chapitre, mais j'estime par contre importantes les mesures législatives qui assimilent à une violation des droits le fait de contourner la technologie de protection mise en place.

Par exemple, votre téléphone mobile est équipé d'un dispositif de protection technique. Si vous désactivez ce dispositif afin de pouvoir utiliser votre téléphone sur un autre réseau —passer de Rogers à Bell, ou l'inverse—, vous ne vous exposez pas nécessairement à des problèmes avec la justice. Il faudrait pour ce faire que ce geste soit assimilé à une action volontaire à l'encontre des droits établis. J'estime qu'il s'agit là de l'un des éléments importants de la réforme des droits d'auteur. Je vous souligne au passage que j'exprime ici mon point de vue personnel, et non celui de Google.

Je suis persuadé que l'on pourrait grandement contribuer à protéger l'innovation si l'on étendait l'utilisation équitable de manière à suivre l'évolution technologique. C'est aussi important pour vous dans votre rôle de législateurs, et pour le Parlement également, je présume, car les gens vont cesser de vous réclamer des modifications législatives à toutes les fois que des changements technologiques interviennent.

• (1155)

[Français]

**M. Roger Pomerleau:** Ai-je le temps pour une autre question?

[Traduction]

**Le président:** Il vous reste une minute.

[Français]

**M. Roger Pomerleau:** Le comité se penchera sur l'ensemble des problèmes reliés aux nouveaux médias. On entendra différentes personnes en comité. Il y a en certaines qui ne partagent pas nécessairement votre avis et qui se disent probablement aussi perdants, jusqu'à un certain point, avec Google, soit parce qu'ils ont été copiés, soit pour quelque chose d'autre.

Selon vous, d'après les connaissances que vous avez de l'ensemble des nouveaux médias, quel travail un comité comme le nôtre devrait s'acharner à faire dans un premier temps?

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Eh bien, je crois qu'il y a longtemps que l'on aurait dû mener une étude sur les possibilités offertes. J'ai l'impression que vous entendez beaucoup de témoignages au sujet des difficultés éprouvées, mais j'estime important d'écouter aussi les gens qui se prévalent des possibilités et qui en bénéficient.

**Le président:** Merci.

Monsieur Del Mastro.

**M. Dean Del Mastro:** Merci.

Monsieur Glick, nous vivons dans ce que j'appellerais un environnement très stimulant. Nous vivons dans un monde où quiconque peut être diffuseur et où quiconque écrit une chanson peut la diffuser à autant de personnes qu'il le veut.

Pour en revenir à Adam Smith, une de ses citations célèbres est que l'offre génère sa propre demande, et de certaines façons, dans le monde de YouTube, c'est bien vrai. Les gens offrent sur YouTube un contenu pour lequel il y a une demande. Des centaines de millions de personnes le visionnent.

Il n'est pas facile de tenir une discussion au sujet des possibilités que nous offre la technologie numérique sans parler de droits d'auteur. Comme vous, je suis un mordu de droits d'auteur. Il est vrai qu'au cours des dernières années, j'ai eu à apprendre énormément de choses sur un sujet que bien des gens ne considéreraient pas comme une lecture de chevet.

Vous avez parlé d'utilisation équitable. Il y a une chose qui est très difficile et très exigeante. J'ai parlé des défis auxquels est confronté le CRTC pour créer un marché de la radiodiffusion exclusif au Canada, puisque cet organisme a été fondé dans les années 1960. Nous vivons maintenant dans un monde où il est impossible de tracer des frontières autour de la radiodiffusion parce que n'importe qui peut devenir radiodiffuseur, alors cela présente des défis de taille.

Dans le monde des droits d'auteur, vous avez mentionné l'utilisation équitable. Je crois que c'est important, si nous songeons à présenter un projet de loi sur les droits d'auteur, de ne pas avoir à tenter de réexaminer ce dossier. Depuis 1996, année où nous avons signé le Traité de l'OMPI, nous avons essayé de faire adopter un projet de loi mis à jour sur les droits d'auteur.

Je dois vous dire que la question de l'utilisation équitable est très épineuse, car les opinions divergent. Si vous vous penchez sur la question de l'utilisation équitable, dans quelle mesure est-elle importante? Je sais que les États-Unis ont un système d'utilisation équitable dans le cadre duquel il est possible de soulever des questions d'utilisation équitable sur lesquelles un système judiciaire indépendant pourra trancher. Mais selon vous, dans quelle mesure importe-t-il qu'un nouveau projet de loi sur les droits d'auteur aborde réellement la question de l'utilisation équitable et fasse en sorte qu'elle puisse s'adapter, au fil du temps, à la technologie de façon à

ce que nous ne soyons pas toujours obligés de réexaminer le projet de loi?

• (1200)

**M. Jacob Glick:** Je crois que c'est essentiel et je pense que c'est le genre de chose qui fera en sorte qu'un projet de loi sur les droits d'auteur vieillisse bien, comme on dit.

**M. Dean Del Mastro:** J'ai fait allusion au CRTC un certain nombre de fois. J'ai parlé de la façon dont le CRTC a été maître de son carré de sable, n'est-ce pas? Il détermine comment les choses vont fonctionner dans son carré de sable, mais au fil des ans, son carré de sable s'est retrouvé sur la plage; alors les gens peuvent jouer dans le carré, mais il y a du sable partout. C'est un peu ce qui est arrivé avec le marché de la radiodiffusion. La situation est devenue très difficile.

Pour ce qui est de l'objectif fondamental de tout projet de loi sur les droits d'auteur — peut-être que je vais vous donner la chance d'abonder dans le même sens que moi sur ce point — les droits d'auteur doivent se concentrer sur la redistribution illégale. Il doit protéger les détenteurs et leur droit d'être payé pour ce qu'ils ont produit. Si vous partez de ce principe fondamental au sujet des droits d'auteur et vous étudiez les possibilités qu'offre la technologie numérique ou émergente, alors vous pouvez voir que le fait de conjuguer les deux donne vraiment aux artistes de nombreuses occasions de réussir, et pas seulement eux, mais aussi tous les créateurs de contenu, les grands penseurs — les créateurs de pratiquement n'importe quoi. Êtes-vous d'accord avec cela?

**M. Jacob Glick:** Je crois que notre Cour suprême est celle qui a le mieux résumé la situation dans l'affaire *Théberge*. Je crois que comme vous, elle a décrit les droits d'auteur comme un équilibre que l'on doit trouver entre la diffusion des oeuvres et la rémunération des artistes qui les créent. Au bout du compte, ce que vous essayez de faire avec les droits d'auteurs, c'est de trouver un équilibre entre ces intérêts parfois concurrents et parfois contradictoires — et parfois contradictoires de façon vexante — pour les décideurs.

Je suis d'accord pour dire qu'il y a fort à gagner, par contre, à trouver le bon équilibre pour les artistes — et pour tout le monde, pour la société.

**M. Dean Del Mastro:** Vous avez parlé du fait qu'il y a de la convergence et que c'est bon pour l'innovation, pour la productivité et pour la concurrence. Un Canada qui n'accueille pas favorablement ces éléments, qui tente de réglementer, qui tente d'aller à contre-courant: à votre avis, est-ce un Canada qui sera concurrentiel face aux nations étrangères? Ou est-ce un Canada qui, au bout du compte, continuera de...? Nous savons que nous avons des enjeux au plan de la productivité. Nous savons qu'il y a des économies émergentes qui, honnêtement, remettent en question notre façon logique de gérer l'industrie et ainsi de suite.

Un Canada qui s'oppose à cela ou qui ne trouve pas le moyen d'accueillir cette technologie à bras ouverts tout en offrant des possibilités aux artistes: est-ce un Canada qui continuera d'être un chef de file mondial dans l'expression artistique, la culture et l'exportation de la culture? Parce que, en fait, si vous avez regardé les Olympiques, je crois que vous avez vu que les artistes canadiens sont vraiment... c'est une très bonne époque pour le Canada.

**M. Jacob Glick:** Je crois que les possibilités qu'ont les Canadiens de faire des exportations et de tirer des avantages financiers de nos riches traditions et patrimoine culturels sont tellement plus nombreuses dans ce cyberunivers, car ces outils permettent de produire, de promouvoir et de diffuser ces produits à bien plus faible coût qu'avant. Ils nous offrent de multiples avantages.

**Le président:** Merci.

Monsieur Rodriguez, s'il vous plaît.

[Français]

**M. Pablo Rodriguez:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Glick, vous avez dit qu'il ne fallait surtout pas réglementer, que la culture canadienne était en mesure de profiter de cet espace, de ces nouvelles plateformes et nouveaux débouchés, que nos artistes et créateurs canadiens réussissaient bien dans cet environnement. Or comment savez-vous qu'ils réussissent bien?

• (1205)

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Si nous prenons certains des exemples que l'on retrouve sur YouTube, nous pouvons voir qu'il y a toutes sortes d'artistes canadiens qui réussissent — en faisant de la publicité pour leurs vidéoclips, notamment. Il y a des artistes canadiens qui ont commencé sur YouTube, qui leur a ouvert des débouchés beaucoup plus vastes.

Je m'attache ici à des exemples qui se trouvent sur YouTube, mais en fait, dans le monde numérique en général, il y a des artistes canadiens qui vendent beaucoup de musique sur iTunes. Il y a des artistes canadiens dont les fichiers balado figurent parmi les plus écoutés. Il y a des blogueurs canadiens qui font partie des plus populaires au monde. Pour moi, tous ces exemples représentent une forme de réussite canadienne en ligne.

[Français]

**M. Pablo Rodriguez:** Vous avez raison. Il y a en effet des succès qu'on peut nommer, mais je ne suis pas convaincu que des mécanismes ou des mesures nous permettent de déterminer que les Canadiens prennent vraiment leur place. C'est peut-être le cas, mais ça ne l'est peut-être pas. Je ne le sais pas.

Dans un autre ordre d'idées, si on parle de nouveaux médias, c'est qu'il y a des médias plus anciens, plus conventionnels. Je pense, par exemple, à la télévision. Quel est l'avenir de la télévision conventionnelle? Dans un passé qui n'est pas si lointain, des chaînes conventionnelles comme CTV ou d'autres encore avaient beaucoup plus de contrôle. Un auditeur qui voulait regarder CTV à 18 heures savait qu'à cette heure, ce serait les nouvelles, et qu'à 19 heures, ce serait autre chose, et ainsi de suite. Par l'entremise d'Internet, on peut aujourd'hui regarder ce qu'on veut au moment où on le veut. Il y a donc une désaffection de la part de la population en général à l'égard de la télévision. On utilise de plus en plus Internet.

Que réserve l'avenir aux CTV et Global de ce monde?

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Si je le savais, je jouerais à la bourse.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Pablo Rodriguez:** Eh bien, allez-y. Tentez une réponse.

**M. Jacob Glick:** D'accord. Ce ne sont vraiment que mes propres déductions. Ce n'est ni mon point de vue professionnel ni celui de mon entreprise. Je crois certainement en l'avenir de la radiodiffusion, mais un avenir qui ne ressemble probablement pas à la « télé sur rendez-vous » d'aujourd'hui. Elle ressemble à un modèle axé principalement sur le choix du consommateur.

Vous avez parlé un peu du fait que les gens sont maintenant en mesure d'aller en ligne pour regarder ce qu'ils veulent, quand ils le veulent. Ce sera de rigueur. Ce sera, selon moi, l'expérience de la radiodiffusion. Mais encore une fois, c'est un point de vue personnel

et, à franchement parler, je ne sais pas exactement comment cela va se passer à long terme.

**M. Pablo Rodriguez:** D'accord, mais nous ne parlons pas de la fin des CTV et des Global de ce monde. Ils auront encore un avenir d'une certaine façon, mais nous ne savons pas exactement lequel.

**M. Jacob Glick:** Je crois qu'il en va de même pour tous les radiodiffuseurs, pas seulement CTV et Global

**M. Pablo Rodriguez:** Quelle est l'incidence de la télévision 3D?

[Français]

On a lu des études qui disent que l'avènement de la télévision 3D se fera au cours des prochaines années. Au début, comme pour toute chose, ce sera très cher et pas facilement accessible. Des études nous disent qu'un nombre impressionnant de foyers, au cours des prochaines années, auront des téléviseurs 3D et qu'en ce qui a trait aux bandes passantes, en ce qui a trait à l'espace, cela prend beaucoup plus d'espace pour diffuser le signal de la télévision 3D que celui de la télévision conventionnelle, comme on la connaît aujourd'hui.

Selon vous, quel est l'impact pour Google ou pour l'industrie d'Internet?

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** Je crois que la télévision 3D offre des possibilités extraordinaires à toutes sortes de joueurs dans ce domaine, car elle est branchée et elle va plaire aux gens. Ce sera une nouvelle façon de faire l'expérience de contenu audiovisuel.

Elle exigera beaucoup plus de bandes passantes, comme vous l'avez indiqué à juste titre. Pour ce qui est du spectre, je ne sais pas, mais pour les bandes passantes... Alors une des choses dont nous aurons besoin au Canada sera une infrastructure à large bande qui soit meilleure et plus rapide pour pouvoir offrir la télévision 3D dans l'ensemble du pays.

Il ne s'agit pas seulement d'une question de télé 3D, en passant, mais restons-en à l'exemple de la télé 3D. Si vous ne voulez pas creuser de fossé numérique de la télé 3D, c'est-à-dire une situation où les résidents de Toronto, de Montréal et d'Ottawa pourraient syntoniser la télé 3D, mais pas ceux de Rimouski et du Nord du Manitoba, nous devons songer à nous assurer que l'infrastructure des communications est en place.

Encore une fois, au sujet des questions que d'autres membres ont soulevées au sujet du rôle du gouvernement, je crois que le gouvernement doit veiller à ce que nous disposions de la meilleure infrastructure à large bande au monde. Elle servira de réseau sous-jacent pour toutes ces technologies les communications dont nous avons parlé. Une des implications du sablier vertueux est que si tout se retrouve sur le réseau Internet public, nous avons besoin d'un réseau public fiable, ouvert et vraiment, vraiment rapide qui va partout.

• (1210)

**Le président:** Merci beaucoup.

Monsieur Galipeau, s'il vous plaît.

[Français]

**M. Royal Galipeau (Ottawa—Orléans, PCC):** Merci, monsieur le président.

Autrefois, je faisais partie du conseil d'administration de TV Ontario. Je préconisais la mise en oeuvre de redevances pour la vente de bandes magnétiques et de bandes magnétoscopiques dans le but d'établir un fonds pour aider et mousser la culture canadienne et aider les artistes. Pendant ce temps, mes enfants étaient en colère contre moi parce que je faisais augmenter le prix des bandes magnétiques et magnétoscopiques. Ils me disaient que cela n'aiderait jamais les artistes parce que c'étaient eux qui avaient besoin d'acheter ces bandes magnétiques et magnétoscopiques.

À l'heure actuelle, j'ai du mal à comprendre comment fonctionne cet accès. Je ne suis naturellement pas de la même génération que mes enfants. Ils sont beaucoup plus sages que moi. Je commence à peine à visionner un de vos produits qui s'appelle YouTube et je m'aperçois que beaucoup de jeunes artistes, qui n'auraient pas les moyens de commercialiser leurs produits autrement, font valoir leurs oeuvres gratuitement sur YouTube et, tout à coup, ils deviennent prospères parce que vous les aidez à se faire connaître. Quel est le secret?

Il y a une autre chose que j'ai bien du mal à comprendre. Vous êtes une société multimilliardaire et je ne vous donne jamais 5 ¢. Tous les bénéfices que je reçois de votre part sont gratuits. J'aimerais bien que ce soit la même chose au magasin d'en face, mais ce n'est pas le cas. Parlez-moi de cela.

[Traduction]

**M. Jacob Glick:** C'est une question qu'on me pose souvent: comment Google génère-t-il des revenus? La réponse est grâce à la publicité. C'est très simple. Lorsque vous faites une recherche sur Google, il y a des liens commandités sur le côté, et si quelqu'un clique dessus...

**M. Royal Galipeau:** Mais en réalité, je ne les vois même pas. Je ne vois que ce que je veux voir.

**M. Jacob Glick:** Eh bien, je suppose que vous n'êtes pas payant pour nous.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Royal Galipeau:** Je travaille fort pour gagner de l'argent. J'essaie de le garder aussi longtemps que possible.

**M. Jacob Glick:** La réponse est que lorsque les gens cliquent sur ces liens, les annonceurs doivent payer. Il y a des enchères chaque fois que quelqu'un effectue une recherche, et les annonces sont classées en fonction d'enchères et de leur pertinence. Lorsque les gens cliquent sur ces annonces...

**M. Royal Galipeau:** D'accord. C'est seulement si...

**M. Jacob Glick:** C'est seulement si vous cliquez.

**M. Royal Galipeau:** D'accord. Donc, si je clique sur Robert Charlebois et j'écoute une de ses chansons — en passant, la qualité n'est pas très bonne — après coup, j'ai envie d'acheter son CD, qui est, bien sûr, de meilleure qualité.

**M. Jacob Glick:** Désolé, mais je ne suis pas certain de comprendre ce que vous décrivez...

**M. Royal Galipeau:** Lorsque je clique sur...

•(1215)

**M. Jacob Glick:** Vous voulez dire sur YouTube?

**M. Royal Galipeau:** Oui. Sur YouTube, lorsque je clique, est-ce quelqu'un en profite financièrement?

**M. Jacob Glick:** Cela dépend...

**M. Royal Galipeau:** Alors ils se font passer un sapin.

**M. Jacob Glick:** Si vous cliquez sur une annonce sur YouTube...

**M. Royal Galipeau:** Oh, je vois.

**M. Jacob Glick:** Si vous cliquez sur une annonce qui se trouve sur YouTube, alors quelqu'un gagne de l'argent — habituellement l'artiste et YouTube.

La monétisation ne se fait pas par magie. Ce que je veux dire, c'est que c'est un modèle de gestion que l'industrie du contenu connaît bien. Il semble nouveau, et nous parlons de « nouveaux médias », mais le contenu financé par la pub est vieux comme le monde, non?

Ce qui est nouveau, c'est qu'il est mesurable et peut être ciblé. Il peut placer des annonces pertinentes devant vous. Par exemple, si je lis un magazine — et les magazines sont grandement financés par la publicité — et qu'il y a une annonce pour les voitures Lexus, eh bien, ce n'est pas pertinent pour moi puisque j'ai une Honda et je ne cherche pas à changer d'automobile.

**M. Royal Galipeau:** Surtout pas pour acheter une Lexus.

**M. Jacob Glick:** Alors pourquoi la place-t-on devant moi? Ils paient cher pour que ce magazine place cette annonce devant quelqu'un qui se fiche vraiment de la voir. Une des possibilités que vous offre Internet est celle de placer des annonces pertinentes devant les gens. C'est ce que vous allez voir, en passant... Je suis certain que vous attendez tous impatientement le lancement de l'iPad le mois prochain...

**M. Royal Galipeau:** Le président va m'interrompre dans une minute...

**M. Jacob Glick:** Je suis désolé...

**Le président:** Vous allez être interrompu immédiatement de toute façon.

Si vous voulez, monsieur Glick, vous pouvez terminer.

**M. Jacob Glick:** Je m'excuse d'avoir parlé avec grand enthousiasme des iPads, mais nul besoin de vous dire que vous allez aussi voir une évolution des modèles de gestion en ligne pour la presse écrite. Alors dans des appareils comme les iPads, vous allez voir des annonces pertinentes qui iront, entre autres, dans les cybermagazines. En passant, au cas où quelqu'un pensait que je n'étais ici que pour faire la promotion des produits Google, je peux aussi faire la promotion des produits d'autres entreprises — c'est une question d'égalité des chances.

**M. Royal Galipeau:** Vous avez maintenant prolongé son temps de parole — ou plutôt le mien.

**Le président:** C'est très bien. Merci.

Madame Leslie, c'est encore à vous.

**Mme Megan Leslie:** Vous avez parlé des possibilités infinies d'accéder à du contenu canadien. Avez-vous une opinion sur la façon dont nous pouvons nous y prendre — quand je dis « nous », je veux dire le gouvernement — pour en faire la promotion? Oui, elles sont infinies, mais comment faire pour nous assurer que les gens les reçoivent et que nos artistes soient reconnus, que nos créateurs et nos innovateurs soient reconnus?

Par ailleurs, vous avez parlé de dogmatisme — les deux côtés dogmatiques de la question. Je me demandais si, après la réunion, vous pourriez transmettre au greffier des suggestions de témoins qui ne sont pas dogmatiques, des gens auxquels nous n'aurions pas normalement pensé ou que nous n'aurions pas envisagé d'inviter et qui pourraient vraiment éclairer le comité à cet égard.

**M. Jacob Glick:** Bien sûr. Avec plaisir.

Quant à votre deuxième point au sujet de la promotion du contenu canadien, je pense que ce qu'il y a, entre autres, de fantastique avec le cyberunivers dans son état actuel est que l'on dispose de nombreux véhicules gratuits ou peu coûteux qui sont aussi efficaces que des campagnes publicitaires de plusieurs millions de dollars.

Par exemple, c'est de cette façon que les vidéos virales deviennent populaires. Les gens les affichent sur Twitter. Ils les affichent dans leurs comptes Facebook. Ils les envoient à leurs amis.

Conjuguées à une campagne publicitaire déterminée et ciblée, et avec un tout petit investissement préalable, vous pouvez faire en sorte que le contenu soit vraiment...

**Mme Megan Leslie:** Vous me donnez plutôt le point de vue d'un entrepreneur. Le gouvernement a-t-il un rôle à jouer dans tout cela?

**M. Jacob Glick:** Je n'y avais pas pensé de cette façon-là, car j'y pense du point de vue de l'utilisateur. Il faudrait que j'y réfléchisse davantage.

Mon instinct serait de recommander au gouvernement de penser comme l'utilisateur. Il s'agit d'un monde adapté à l'utilisateur. Il s'agit de technologies adaptées à l'utilisateur. Si les gouvernements ne pensent pas comme les gens, comme leurs citoyens, ils vont manquer le bateau.

**Mme Megan Leslie:** D'accord.

Je me demandais si vous aviez également des idées sur la façon dont nous — encore une fois, par « nous » je veux dire le gouvernement — pouvons vraiment aider...

**M. Royal Galipeau:** Qui est le gouvernement?

**Mme Megan Leslie:** Nous, qui nous trouvons dans cette pièce pour collaborer, je l'espère.

Comment pouvons-nous aider les industries canadiennes à composer avec les médias émergents ou à en tirer parti?

**M. Jacob Glick:** Je crois qu'il y a déjà un incitatif économique à le faire, c'est-à-dire qu'il peut permettre aux créateurs et aux innovateurs de gagner de l'argent. Vous n'avez pas besoin de pousser les gens bien fort pour qu'ils le fassent. Ils veulent le faire.

Je ne sais pas... est-ce une réponse stupide?

• (1220)

**Mme Megan Leslie:** Non. Nous voulons promouvoir l'entreprise et l'innovation canadiennes. Nous voulons que les sociétés canadiennes soient florissantes. Certaines d'entre elles ne le sont pas naturellement... Je suis issue d'un milieu axé sur l'efficacité énergétique. Les gens n'investissent pas nécessairement dans l'efficacité énergétique en sachant que cela va leur permettre d'économiser à long terme. Il leur arrive parfois d'avoir besoin d'un petit peu d'aide.

**M. Jacob Glick:** Oui. C'est une excellente question, car c'est l'un des paradoxes du paysage internet. Si l'on observe ce que font les Canadiens en ligne, on constate qu'une foule d'entre eux utilisent ces technologies. Les Canadiens sont parmi les plus fervents utilisateurs de la technologie en ligne dans le monde. En revanche, les entreprises canadiennes sont un peu plus réticentes.

Si vous examinez, par exemple, les portails de commerce électronique des détaillants canadiens, vous remarquerez qu'ils ne sont pas aussi fiables que leurs pendants américains. De plus, si vous observez la mesure dans laquelle les entreprises canadiennes ont recours à la publicité en ligne, vous vous rendez compte que c'est beaucoup moins commun qu'aux États-Unis. Mais c'est sur ce marché que tous les yeux sont fixés, et je m'attends à ce que, finalement, les entreprises canadiennes s'engagent logiquement dans

la même voie si elles veulent demeurer compétitives. C'est certainement l'un des plus grands défis qu'il leur faudra relever au fur et à mesure que l'économie et les perceptions évolueront.

Je ne sais pas ce que le gouvernement peut faire, en plus de jouer le rôle de meneur de claque et de veiller à ce que la meilleure infrastructure possible soit disponible et accessible afin que les gens puissent se prévaloir des possibilités qu'elle offre. Je pense que c'est un rôle très important que le gouvernement peut assumer dans ce contexte.

Il y a une autre chose que je pourrais ajouter à propos du rôle du gouvernement, et elle nous ramène à votre question et à celles que les autres membres ont posées précédemment. Le gouvernement devrait s'interroger sur la stratégie numérique à adopter au Canada. Elle doit évidemment prévoir des services à large bande et la protection des droits d'auteur. Elle devrait également englober — et j'ignore si les membres du comité ont déjà envisagé cela — un environnement de données ouvert. En effet, elle devrait veiller à ce que les énormes quantités de données gouvernementales qui reposent sur des étagères quelque part soient mises complètement à la disposition des entrepreneurs et du public afin qu'ils puissent les fusionner et créer... les utiliser comme plate-forme pour introduire leurs propres innovations. Vous avez déjà observé un peu ce phénomène à Vancouver, grâce à...

**Mme Megan Leslie:** [Note de la rédaction: inaudible]...l'a mentionné l'année dernière.

**M. Jacob Glick:** D'accord. Fort bien, alors, ils...

**Mme Megan Leslie:** Non, mais l'exemple de Vancouver...

**M. Jacob Glick:** C'est exact. Les villes de Vancouver, Edmonton, et Toronto le font toutes. Cela se déroule à l'échelle municipale. Où se trouve « data.gc.ca »? C'est ce que je me demande aujourd'hui.

**Mme Megan Leslie:** Merci.

**Le président:** Je vous remercie de votre question.

Nous passons maintenant à M. Garneau.

**M. Marc Garneau (Westmount—Ville-Marie, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Ma question est très vaste, et je m'excuse si elle a déjà été posée sous une forme ou une autre; je suis arrivé en retard à séance.

Bon nombre de gens s'entendent pour dire que les auteurs d'œuvres en tous genres devraient être rémunérés pour leur travail — que leurs droits devraient être respectés. Divers groupes ont proposé diverses solutions pour rémunérer les titulaires de droits d'auteur, mais j'aimerais connaître votre opinion.

Avez-vous trouvé une solution miracle ou pensé à des lois ou d'autres règlements qui résoudre le problème des droits d'auteur et seraient technologiquement neutres?

**M. Jacob Glick:** En un mot, la réponse est non, et je me méfierais de toute personne qui vous dit le contraire. En vérité, tous les pays qui ont tenté de protéger les droits d'auteurs, même en adoptant certains des règlements les plus draconiens qui soient ou des règlements légèrement moins stricts, ont échoué. Finalement, je pense qu'il nous faut trouver toutes sortes de débouchés en ligne pour les créateurs. En combinant ces perspectives commerciales, les auteurs auront amplement l'occasion d'être rémunérés.

En passant, j'approuve le principe selon lequel les gens qui créent des œuvres devraient être récompensés de leurs efforts. C'est ainsi qu'une économie culturelle prospère. Je suis d'accord avec cela. C'est pourquoi nous avons parlé un peu du modèle publicitaire, mais il y a aussi des modèles reposant sur des abonnements ou des téléchargements payants. À mon avis, tous ces modèles fonctionneront, mais certains d'entre eux conviendront mieux dans certaines situations, alors que d'autres... Je n'ai pas encore entendu parler d'une solution miracle qui mettra un terme au piratage — tant en ligne que hors ligne, soit dit en passant.

**M. Marc Garneau:** Merci. Je m'attendais un peu à l'absence d'une solution miracle.

Vous avez mentionné que certains pays avaient tenté d'adopter diverses approches. À votre avis, y en a-t-il qui sont prometteuses, ou qui règlent en partie le problème? Y en a-t-il dont vous aimeriez discuter?

• (1225)

**M. Jacob Glick:** Eh bien, plus tôt, nous avons parlé un peu du système canadien d'avis et avis. Je pense qu'il protège les droits des utilisateurs et la libre expression tout en luttant contre la violation des droits d'auteur. On pourrait également étudier le système judiciaire d'avis et suppression du Chili qui se différencie du système d'avis et retrait des États-Unis.

Je devrais mentionner que lorsque je discute de l'avis et du retrait, je fais habituellement une mise en garde, ce qui veut dire.... Non, oubliez cela. Je ne vais pas ajouter ma mise en garde. Je vous dirai seulement que le système judiciaire chilien d'avis et retrait ajoute un degré de supervision judiciaire au régime d'avis et retrait. Cela garantit un processus plus équitable, car une lettre d'avocat ou une allégation ne suffit pas à entraîner la suppression des documents. Quant au système d'avis et suppression, il fonctionne en fait comme une injonction, une mesure judiciaire plutôt extrême si l'on tient compte tenu du fait qu'elle repose uniquement sur une lettre. Dans le système chilien, des autorités judiciaires supervisent ce processus.

Vous pourriez envisager un modèle hybride mais, à mon avis, bon nombre de raisons nous portent à croire que le régime d'avis et avis est efficace et jouit d'un large appui auprès des divers intervenants canadiens.

**M. Marc Garneau:** Merci.

**Le président:** Merci.

Madame Gordon.

**Mme Tilly O'Neill-Gordon (Miramichi, PCC):** Merci, monsieur le président.

Bienvenue. Je suis ici cet après-midi pour remplacer quelqu'un. Ce n'est pas le comité auquel je participe habituellement, mais je me considère très chanceuse d'être présente pendant votre exposé.

Comme vous pourrez probablement le constater, je ne suis pas au fait de tous ces changements technologiques, mais je sais que nous vivons en ce moment une période difficile et changeante. En consultant certaines des statistiques qui se trouvent devant moi, j'ai remarqué que les nouvelles données indiquaient que les jeunes d'aujourd'hui passaient 18,5 heures en ligne, comparativement à 16 heures devant la télévision.

**M. Royal Galipeau:** Hebdomadairement.

**Mme Tilly O'Neill-Gordon:** Oui. Hebdomadairement.

Selon vous, comment les choses ont-elles évolué et quelles répercussions auront-elles sur la programmation et la télédiffusion

traditionnelle? Croyez-vous qu'en conséquence, nous avons des raisons d'être prudents?

**M. Jacob Glick:** Eh bien, en un sens, Internet a réussi là où des générations de parents et d'enseignants avaient échoué. Grâce à lui, les enfants regardent moins la télévision.

**Des voix:** Oh, oh!

**Mme Tilly O'Neill-Gordon:** Oui, nous avons réussi à accomplir cela, mais...

**M. Royal Galipeau:** Les choses vont de mal en pis.

**Mme Carole Lavallée:** De Charybde en Scylla.

**M. Jacob Glick:** Je pense qu'une grande partie de ce qui se passe en ligne est très excitant. Internet permet aux enfants de participer à des activités communautaires à l'aide d'un média qui les incite à se pencher en avant, comme on le dit parfois, et non en arrière; c'est un outil interactif, coopératif et communautaire. Bien entendu, rien ne peut remplacer les sorties et le temps passé à fréquenter des amis et à jouer avec eux. Par conséquent, je ne dis pas que les gens devraient consacrer tout leur temps à Internet ou à la télévision.

**Mme Tilly O'Neill-Gordon:** Étant donné que j'ai déjà été enseignante, je sais qu'il est probablement bon que les enfants ne regardent pas la télévision, mais la remplacer par Internet n'est pas beaucoup mieux, alors que jouer dehors, respirer de l'air pur et rencontrer des amis est bénéfique, comme vous l'avez fait remarquer. Toutefois, c'est ce qui se produit en ce moment, et j'imagine que cela nous transforme et nous pousse à nous désintéresser de la télévision.

Mon autre question est la suivante: croyez-vous que nous devrions élaborer des politiques par rapport au contenu Internet?

**M. Jacob Glick:** À quoi pensez-vous exactement?

**Mme Tilly O'Neill-Gordon:** Croyez-vous qu'il y a autre chose dont nous devrions nous préoccuper bien que nous ne le fassions pas en ce moment, ou avons-nous assez bien cerné toutes les facettes du problème?

**M. Jacob Glick:** Je pense qu'il est important de prohiber en ligne les mêmes choses qui sont illégales et répréhensibles hors ligne. Nous devons nous assurer de prendre des mesures énergiques pour interdire le piratage, la pornographie juvénile, les discours haineux et la diffamation sur Internet, c'est-à-dire tout contenu que la société canadienne en général juge inapproprié et illégal. Nous devons trouver des mécanismes juridiques qui nous permettront également de nous attaquer à ces questions sur Internet.

Les mécanismes juridiques précis varieront en fonction des problèmes à régler, et une discussion à ce sujet exigerait beaucoup plus de temps. Mais d'un point de vue général, je ne pense pas que la loi de la jungle devrait régir Internet.

**Mme Tilly O'Neill-Gordon:** Oh, non, car, selon moi, il y a des éléments sur Internet que nous devons également approcher avec prudence...

**M. Jacob Glick:** Tout à fait.

J'ai quelque chose d'autre à ajouter qui reprend votre argument. Vous avez mentionné que vous étiez enseignante avant de devenir députée. Je pense qu'il est très important de faire valoir auprès des parlementaires et des enseignants l'importance de la culture numérique dans ce milieu. Ce que je veux dire, c'est que, pendant de nombreuses années, nous avons enseigné aux enfants comment regarder judicieusement la télévision et comment lire intelligemment les journaux dans le cadre de leur programme scolaire, n'est-ce pas? Du moins, nous espérons l'avoir fait.

Nous devons maintenant les aider à acquérir ces mêmes compétences pour le cyberspace. Nous devons leur montrer comment différencier un site qui offre des renseignements valides d'un site qui contient des bêtises et comment naviguer sur Internet en toute sécurité. Pour avoir une bonne expérience en ligne, ils doivent posséder ces mêmes compétences. Donc, en ce qui concerne la question à propos des composantes d'une stratégie numérique nationale, je pense qu'il est essentiel que la culture numérique en fasse partie.

• (1230)

**Mme Tilly O'Neill-Gordon:** Merci.

**Le président:** Merci.

Sur ce, en ma qualité de président, j'aimerais vous remercier infiniment de l'exposé que vous nous avez donné aujourd'hui.

À titre de renseignement, je tiens à préciser que vous avez mentionné le nom d'un de mes électeurs dans une de vos réponses, un type appelé Justin Bieber. Je dois avouer que je suis membre de la Stratford Agricultural Society depuis bon nombre d'années et, il y a un certain temps, ce jeune garçon donnait le coup d'envoi à notre foire. Il était là à jouer de la musique, entouré de jeunes filles et des autres jeunes gens. Puis, tout d'un coup, à peine quelques années

après l'avoir vu ouvrir notre foire, le monde entier connaît Justin Bieber. Cela s'est fait presque du jour au lendemain.

**Une voix:** [*Note de la rédaction: inaudible*]

**Le président:** Je vous demande pardon?

**M. Dean Del Mastro:** Exactement comme vous, monsieur le président, entouré de femmes et connu partout dans le monde...

**Des voix:** Oh, oh!

**Le président:** J'essaie d'associer mon nom à celui de M. Bieber afin de me faire connaître davantage.

Mais je peux dire, encore une fois, que cela a à voir avec la façon dont le réseau fonctionne. Comme bon nombre des gens assis à cette table qui ne sont pas vraiment... Je fais des efforts. J'ai des petits-enfants qui peuvent m'expliquer comment mieux faire les choses, mais j'apprends et, un jour, je serai aussi compétent qu'eux.

Merci beaucoup d'être venu aujourd'hui.

**M. Jacob Glick:** Merci, monsieur le président.

**Le président:** Je vous remercie de vos excellentes questions.

La séance est levée.

---







**POSTE  MAIL**

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

**Poste-lettre**

**Lettermail**

**1782711  
Ottawa**

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :  
Les Éditions et Services de dépôt  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5*

*If undelivered, return COVER ONLY to:  
Publishing and Depository Services  
Public Works and Government Services Canada  
Ottawa, Ontario K1A 0S5*

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

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

---

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5  
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943  
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757  
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca  
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

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

### SPEAKER'S PERMISSION

---

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

---

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services  
Public Works and Government Services Canada  
Ottawa, Ontario K1A 0S5  
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943  
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757  
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca  
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>