



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 041 • 3^e SESSION • 40^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le lundi 14 février 2011

Président

L'honorable Michael Chong

Comité permanent du patrimoine canadien

Le lundi 14 février 2011

• (1530)

[Français]

Le président (L'hon. Michael Chong (Wellington—Halton Hills, PCC)): Bienvenue à la 41^e séance du Comité permanent du patrimoine canadien, en ce lundi 14 février 2011. Nous sommes ici conformément au paragraphe 108(2) du Règlement pour l'étude du mandat et du financement de la Société Radio-Canada.

Nous avons trois témoins: M. Lacroix, président-directeur général de CBC/Radio-Canada; Mme Stewart, vice-présidente principale des services anglais; et M. Lafrance, vice-président principal pour les services français.

Bienvenue à tous.

[Traduction]

Nous allons commencer par une déclaration préliminaire.

M. Hubert T. Lacroix (président-directeur général, CBC/Radio-Canada): Merci, monsieur le président.

Mesdames et messieurs, bonjour.

Merci de nous avoir invités à vous parler de notre plan stratégique. Je vous remercie également de nous avoir accordé plus de temps pour vous présenter notre plan. Si je comprends bien, c'est un précédent, mais je vous assure que c'est une bonne chose.

Vous avez un peu entendu parler du plan stratégique *Partout, pour tous*. C'est notre feuille de route pour le type de radiodiffuseur que nous croyons devoir être en 2015; un radiodiffuseur plus alerte et véritablement plus en contact avec les canadiens.

[Français]

La dernière fois que je me suis présenté devant vous, en décembre, je vous en ai glissé un mot.

Vous avez déjà reçu des documents d'information par l'entremise du greffier pour nos discussions d'aujourd'hui. Cependant, puisque nous sommes du milieu des médias, j'ai pensé que ce serait utile, approprié et très agréable de commencer mon exposé cet après-midi par cette vidéo.

[Présentation audiovisuelle]

• (1545)

Le président: Monsieur Lacroix, vous avez la parole.

M. Hubert T. Lacroix: Monsieur le président, *Partout, Pour tous* est notre plan et notre engagement envers les Canadiens, dans ce monde de la radiodiffusion qui évolue constamment. Nos quatre principes directeurs vont faire en sorte que CBC/Radio-Canada continue de remplir son mandat envers les Canadiens en vertu de la Loi sur la radiodiffusion.

J'ai hâte d'entendre vos commentaires, mais laissez-moi tout d'abord vous présenter quelques éléments d'information complémentaire.

Tout d'abord, il est important pour moi de vous rappeler que nous ne demandons pas plus d'argent au Parlement pour mettre en oeuvre ce plan. Nous comprenons les défis que doivent relever le gouvernement et les Canadiens sur le plan économique. Nous sommes d'ailleurs très reconnaissants d'obtenir des crédits parlementaires de 1,1 milliard de dollars afin de nous permettre d'assumer nos responsabilités en vertu de la loi. Nous sommes également reconnaissants de l'appui de ce comité qui, en 2008, a recommandé d'augmenter nos crédits de 34 \$ à 40 \$ par Canadien.

[Traduction]

Nous ne demandons pas plus d'argent. Nous demandons la stabilité de notre financement — tant nos crédits parlementaires que les 60 millions que nous recevons depuis 2001 pour la programmation canadienne. Cette stabilité nous est essentielle pour faire les ajustements et les investissements que le plan exige.

Deuxièmement, ce plan s'accompagne d'un bulletin de rendement. Chacun de nos quatre principes directeurs a été décomposé en critères mesurables précis — des mesures qui vont montrer dans quelle mesure nous atteignons rapidement nos objectifs pour 2015. Deux fois l'an, notre conseil d'administration recevra notre bulletin et pourra ainsi surveiller nos progrès. Cette information sera affichée immédiatement sur notre site web, et nous allons faire rapport à votre comité de sorte que tout le monde sache ce que nous faisons.

Enfin, nous voulons savoir ce que les Canadiens pensent de notre vision, de nos principes directeurs et des principaux axes de notre stratégie. Nous avons créé un site web qui facilite la consultation en ligne et donne de l'information supplémentaire sur notre plan. Engager la conversation avec nos auditoires — partout, pour tous —, c'est comme ça que je crois que CBC/Radio-Canada approfondira sa relation avec les personnes qu'elle dessert.

Je vous remercie de m'avoir écouté et je répondrai à vos questions avec plaisir.

• (1550)

[Français]

Le président: Merci, monsieur Lacroix.

Nous avons une heure et demie pour des questions ou des commentaires des membres du comité.

Nous commençons par M. Rodriguez.

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

Monsieur Lacroix, madame Stewart, monsieur Lafrance, je vous souhaite la bienvenue. Je suis content de vous voir.

C'est un excellent vidéo. Vous faites bien cela, monsieur Lacroix. Vous pourriez faire de la télévision.

M. Hubert T. Lacroix: Je ne ferai pas de commentaires.

M. Pablo Rodriguez: Vous avez conclu en disant que vous ne demandez pas plus d'argent. Cependant, il faudrait pas non plus qu'on vous impose des compressions. Je pense que vous avez planifié votre budget avec ce que vous avez. Avez-vous des garanties que votre financement sera à tout le moins stable au cours des prochaines années?

M. Hubert T. Lacroix: Nous n'avons aucune garantie de financement autre que les commentaires faits par notre ministre, depuis plusieurs mois, relatifs au soutien qu'il accorde à CBC/Radio-Canada sur le plan du financement.

M. Pablo Rodriguez: À mon avis, vous avez un très bon plan. J'ai passé beaucoup de temps à l'analyser et l'étudier. Je crois que vous avez besoin d'une garantie que vous aurez de l'argent au cours des cinq prochaines années.

Cette somme de 60 millions de dollars est-elle toujours consacrée à la même chose, la programmation, et doit-elle être renouvelée chaque année?

M. Hubert T. Lacroix: Le montant de 60 millions de dollars doit être renouvelé cette année. C'est à peu près à ce temps-ci chaque année que nous entendons s'il est disponible ou pas.

M. Pablo Rodriguez: Oui, c'est maintenant.

M. Hubert T. Lacroix: Ce montant de 60 millions de dollars est investi directement dans la programmation canadienne.

M. Pablo Rodriguez: Qu'arriverait-il à votre plan si, par exemple, vous subissiez des compressions budgétaires?

M. Hubert T. Lacroix: Si cette somme de 60 millions de dollars n'était pas disponible, ce serait un peu catastrophique pour notre capacité à réaliser ce plan dans les délais fixés. Ce montant nous est alloué depuis 2001. Une fois, seulement, ce financement nous a été donné pour plus d'une année à la fois. Notre objectif est de réaliser le plan. Si jamais l'argent ne nous était pas donné, il faudrait ralentir certaines des initiatives du plan et nous ne serions pas capables de le réaliser dans les délais fixés.

M. Pablo Rodriguez: Avez-vous des discussions? À mon avis, il est clair que cela devrait être intégré dans le financement de base et nous ne devrions pas avoir à en discuter de nouveau. Je comprends que vous n'avez pas nécessairement besoin de plus d'argent, même si nous en souhaiterions tous, mais il faut de la stabilité.

M. Hubert T. Lacroix: C'est absolument certain et c'est d'ailleurs l'objet de mes commentaires.

M. Pablo Rodriguez: Je m'adresse un peu à mes amis de l'autre côté. En intégrant le montant de 60 millions de dollars au financement de base, on assure cette stabilité, puisque vous n'auriez pas à la négocier ce mois-ci, dans un an, etc. Avez-vous des discussions à cet effet avec le gouvernement?

M. Hubert T. Lacroix: Nous n'avons pas eu de discussion à cet effet avec le gouvernement. Chaque année, nous avons des conversations sur le montant de 60 millions de dollars et sur sa disponibilité.

M. Pablo Rodriguez: Quand vous parlez de grands événements, je présume que certains sont en anglais et d'autres en français.

M. Hubert T. Lacroix: En français, on parle de grands événements; en anglais, de *signature events*.

M. Pablo Rodriguez: Il y en a 10 dans chaque langue ou...

M. Hubert T. Lacroix: Il y en aura 10 en français et 10 en anglais.

M. Pablo Rodriguez: Pouvez-vous me donner un exemple d'un grand événement?

M. Hubert T. Lacroix: Les programmes rassembleurs sont des programmes qui auront un impact sur la culture. Cette année, au service français, par exemple, on fait une journée Darwin. C'est quelque chose d'absolument différent. Chez CBC, on a fait le concours *Champions of Change* et le défi *Live Right Now*. Chez Radio-Canada, on a fait également le grand concert de Noël qui avait lieu à la basilique Notre-Dame de Montréal. Ce sont des événements que personne d'autre ne fait, et qui font en sorte que le radiodiffuseur public soit vraiment différent des autres.

M. Pablo Rodriguez: Cela commencerait...

M. Hubert T. Lacroix: Dans le cours normal de nos affaires, certains sont déjà prévus. Ils auront lieu au cours de la saison qui commence.

M. Pablo Rodriguez: Permettez-moi de revenir sur l'aspect financier. Il n'y a pas d'indexation comme telle.

M. Hubert T. Lacroix: Il n'y a pas d'indexation, c'est exact.

M. Pablo Rodriguez: Je présume que vous avez déjà négocié des augmentations avec vos employés.

M. Hubert T. Lacroix: Les conventions collectives ont été signées.

M. Pablo Rodriguez: Par conséquent, vous devez respecter ces conventions.

Puisque ces conventions ont été signées et que vous allez honorer vos engagements, c'est-à-dire payer, il faut que vous réduisiez vos dépenses ailleurs.

• (1555)

M. Hubert T. Lacroix: Nous faisons les ajustements nécessaires avec les dollars qui nous sont donnés pour atteindre les objectifs de nos plans et honorer les engagements qu'on a pris auprès de nos employés.

M. Pablo Rodriguez: On parle de combien, est-ce à peu près 1,5 p. 100?

M. Hubert T. Lacroix: C'est 1,5 p. 100, en effet.

M. Pablo Rodriguez: Dans un monde idéal — je parle encore une fois à mes amis de l'autre côté —, il faudrait peut-être penser aussi à une indexation pour qu'ils puissent respecter leurs engagements envers les employés sans avoir à imposer des compressions ailleurs.

Je m'écarte un peu, mais devrait-on revoir le mandat de Radio-Canada en fonction de...

M. Hubert T. Lacroix: J'ai toujours dit, depuis le premier jour où j'ai accepté ce poste, qu'une conversation sur notre mandat serait bienvenue. Nous considérons que le mandat est très clair dans la loi: nous devons offrir une programmation très large qui renseigne, qui est claire et qui divertit. Rien de cela n'a changé depuis 20 ans.

Ce que vous voyez devant vous, monsieur Rodriguez, est notre façon d'exprimer ce mandat en fonction de ce que nous sommes en 2011, dans un environnement qui ne cesse de changer.

M. Pablo Rodriguez: Je pense qu'il a été mentionné que vous vouliez étendre vos services aux marchés secondaires mal desservis. En conclusion, pouvez-vous nous en parler un peu?

M. Hubert T. Lacroix: Oui, sûrement, je vais vous donner deux exemples parce que les réalités des services anglais et des services français sont très différents de ce côté.

Parlons de CBC pendant quelques instants. On a réalisé qu'avec la population du Canada qui s'est déplacée dans différents endroits, qui ne vit plus où elle vivait il y a une vingtaine d'années, près de 7,5 millions de Canadiens n'avaient pas accès à nos services sur une base locale. L'objectif de ce plan est de tenter d'en desservir 6 millions de plus au cours des cinq prochaines années — je vous rappelle que c'est un plan de cinq ans — par la création de stations locales. Il s'agira de stations multimédias; ce sera une combinaison peut-être de radio, de sites Web locaux et de sites Web régionaux.

Cependant, il faut que le radiodiffuseur public puisse aller chercher une présence et créer un lien avec les Canadiens qui sont dans ces régions.

Le président: Merci.

Madame Lavallée, c'est à vous.

Mme Carole Lavallée (Saint-Bruno—Saint-Hubert, BQ): Bienvenue à tous.

Le mandat de Radio-Canada a toujours posé problème. Vous avez dit que vous aimeriez avoir une conversation à ce sujet, mais il y a aussi un problème parce qu'on dirait que le mandat de Radio-Canada est hybride. Cela se reflète inévitablement sur son financement, qui est également hybride. Par conséquent, on a une société d'État qui n'est pas tout à fait une société d'État, et qui va souvent jouer dans la cour des revenus publicitaires des véritables télévisions privées.

Je sais que vous êtes suffisamment intelligent pour être très conscient de ce problème. Vos problèmes de financement, si je peux dire, se reflètent sur votre mandat.

Vous écrivez dans vos documents, à la page 2, que vous voulez vous adresser aux Canadiens et que ceux-ci sont des citoyens qui veulent de l'information, des défis et du divertissement. Vous voulez offrir un contenu canadien, mais on voit trop, à la télévision de Radio-Canada, des séries américaines acquises à fort prix. Celle qui me rebute le plus est peut-être *Beautés désespérées*, à cause du site, peut-être. C'est une représentation de toute la culture américaine. Est-ce vraiment votre mandat de diffuser des téléséries américaines? Est-ce vraiment votre mandat de créer des chaînes spécialisées? Est-ce vraiment votre mandat de faire de la télé-réalité? Ne faites-vous pas ces trois choses pour aller chercher des revenus puisque votre financement n'est pas suffisant?

M. Hubert T. Lacroix: Votre question contient beaucoup de choses. Laissez-moi la diviser. Je vais évidemment demander à Sylvain qu'il m'aide pour certaines réponses, surtout en ce qui a trait à sa grille. Dans un instant, il vous parlera de ce que celle-ci était il y a 15 ans, il vous dira à quel point elle est distincte aujourd'hui et pourra confirmer à quel point nous sommes fiers de notre grille et des émissions que vous voyez à la télévision de Radio-Canada.

Parlons d'abord du modèle hybride, le modèle de CBC/Radio-Canada. Vous le savez, je vous l'ai dit plus tôt, nous sommes très reconnaissants de recevoir 1,2 milliard de dollars du gouvernement pour assurer une partie de notre mandat. Cependant, depuis des années, tant le gouvernement que le CRTC nous disent que pour pouvoir faire autre chose, il faut que nous recueillions des fonds par nous-mêmes. C'est pour cela que nous obtenons d'autre financement, soit entre 700 millions et 800 millions de dollars, dont environ 350 millions de dollars en revenus publicitaires. Il est important pour nous de pouvoir réussir à boucler notre budget en diffusant les émissions nécessaires pour attirer suffisamment de personnes, tout

en étant toujours distincts sur le plan de la qualité de notre programmation.

Je vais maintenant demander à Sylvain de vous parler de l'évolution de notre grille et de dire à quel point nous avons une programmation vraiment distincte.

● (1600)

M. Sylvain Lafrance (vice-président principal, Services français, CBC/Radio-Canada): C'est intéressant, parce que si on regarde les choses sur le plan historique, la télévision de Radio-Canada n'a jamais été aussi distincte qu'aujourd'hui, d'une part, et elle n'a jamais été aussi peu dépendante des émissions américaines, d'autre part.

J'ai l'âge de me souvenir qu'à l'époque, on regardait *Docteur Marcus Welby*, *Jimmy*, *Ma sorcière bien aimée* et beaucoup d'autres émissions américaines aux heures de grande écoute. Aujourd'hui, on regarde des dramatiques canadiennes. Il n'y a aucune émission américaine aux heures de grande écoute en saison régulière, il y a certaines émissions américaines dans la grille du samedi soir ou l'été.

Je pense qu'un énorme effort a été fait. Cette année, il y a eu 15 dramatiques canadiennes à l'antenne de la télévision de Radio-Canada, ce qui est énorme. Il faut comprendre que le plan nous amènera à être encore plus indépendant. En même temps, je ne pense pas que l'objectif ultime soit de n'avoir aucune série étrangère. On est au XXI^e siècle, je pense qu'il faut parfois montrer aussi la télévision des autres, mais il est clair que quand on le fera, cela correspondra de plus en plus à notre choix programmatique. Je dirais que, sur le plan historique, il n'y a jamais eu une télévision aussi canadienne que maintenant.

Mme Carole Lavallée: En contrepartie d'un financement gouvernemental prévisible, à long terme, stable et suffisant, seriez-vous prêts à accepter de délaissier la publicité entièrement ou partiellement? Si oui, combien d'argent faudrait-il?

M. Hubert T. Lacroix: On a déjà eu cette conversation. Il n'est pas vrai qu'un dollar de publicité retiré serait compensé par un dollar de subventions gouvernementales additionnelles. En effet, il faut tenir compte des coûts de production et des coûts de programmation. Il faut faire du remplacement. On pense qu'il faudrait multiplier de 1 à 1,5 fois les dollars qu'on nous retirerait. On aurait toujours intérêt à être très près des Canadiens qui nous écoutent. À ce moment, on livrerait une programmation qui serait celle que vous voyez, qui vise à enseigner, éclairer et divertir.

Mme Carole Lavallée: Je voudrais m'assurer d'avoir bien compris. Vous dites que si vous éliminez 300 millions de dollars de revenus publicitaires, il ne faudrait pas 300 millions de dollars pour les remplacer, mais plutôt 450 millions de dollars.

M. Hubert T. Lacroix: Absolument, le multiple est de 1 à 1,5.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): Merci beaucoup d'être venus aujourd'hui et de nous avoir présenté votre plan quinquennal.

Il y a trois ans, le comité, avec l'appui de tous les partis, a présenté une série de recommandations dont le but était de veiller à ce que CBC/Radio-Canada s'acquitte de son mandat envers les Canadiens. L'une de ces recommandations portait sur un engagement entre CBC/Radio-Canada et le gouvernement du Canada qui prendrait la forme d'un plan quinquennal garantissant la stabilité et la planification à long terme. Je ne sais pas ce qui s'est passé dans l'intervalle, mais le gouvernement semble être passé à côté de cet engagement. Vous avez pris les devants, on dirait, pour offrir aux Canadiens un plan, une vision qui nous permet de dire où nous en serons.

Vous avez mentionné la stabilité qu'il faut, en matière de financement. Dans quelle mesure est-ce essentiel, et dans quelle mesure est-il possible de réaliser ce plan moyennant le financement que vous avez actuellement?

M. Hubert T. Lacroix: Nous comprenons la situation difficile que connaît l'ensemble du Canada et c'est pourquoi, dans ma déclaration, tout ce que j'ai dit jusqu'à maintenant, c'est que nous souhaitons un financement stable, sans plus.

Nous avons présumé, pour la réalisation de ce que je vous ai dit et montré aujourd'hui, que nous aurons les mêmes crédits, que les 60 millions de dollars nous serons affectés, et que les divers fonds — comme le Fonds des médias du Canada — nous accorderons la même attention qu'à tous les autres diffuseurs, en fonction des mêmes critères pour tous. Nous présumons aussi que nous ne serons pas exclus ou jugés inadmissibles en raison du financement que nous recevons, car il ne faut pas oublier que ces fonds nous permettent de faire des choses que personne d'autre ne veut faire, étant donné que les modèles économiques des diffuseurs privés ne fonctionnent pas quand il est question d'offrir une programmation canadienne aux heures de grande écoute ou de desservir le Nord. Il n'y a pas de modèle d'entreprise pour cela.

Donc, monsieur Angus, ce que nous souhaitons, c'est un financement stable. L'absence d'un tel financement aura de toute évidence un effet sur le rythme d'exécution de ce plan. Cependant, au cours des années à venir, nous voudrions être un radiodiffuseur plus national, plus régional et plus numérique, comme le dit le plan.

•(1605)

M. Charlie Angus: Je suis stupéfié par l'affaire des 60 millions de dollars. Dans le monde entier, je ne connais aucun diffuseur public qui doit attendre la fin de l'exercice financier pour savoir s'il a assez d'argent pour amorcer l'exercice suivant. On dirait que, chaque année, vous devez venir quémander de l'argent. Et le ministre vous maintient dans l'incertitude — paiera, ou paiera pas?

Qu'arrive-t-il si le budget ne prévoit pas ces 60 millions? Est-ce que ça va faire un trou dans le plan quinquennal que nous regardons?

M. Hubert T. Lacroix: Si nous n'avons pas accès à ces 60 millions, que nous recevons chaque année depuis 2001, ce sera catastrophique, car cela ralentira nettement l'expansion de nos services dont le but est de rejoindre les 7,5 millions de Canadiens que CBC/Radio-Canada ne dessert pas encore. Cela ralentirait notre numérisation. Et nous sommes à l'avant-garde en ce moment, dans ce domaine. Nous ne pouvons pas ralentir, car il n'y aura pas de ralentissement dans le rythme d'évolution des applications, dans la vitesse qu'exigent les gens pour accéder à nos services, à tout moment et sur toutes les plateformes. Ce serait donc très décevant.

M. Charlie Angus: Je le répète, nous avons l'accord de tous les partis, il y a deux ou trois ans seulement; quelqu'un a certainement mis quelque chose dans l'eau que boivent les conservateurs. Nous entendons des propos hostiles de la part du ministre. Je ne crois pas

avoir entendu une seule question positive à propos de CBC/Radio-Canada de la part des membres conservateurs du comité. J'espère qu'aujourd'hui, ce sera différent.

Est-ce que l'hostilité apparente du gouvernement fédéral vous préoccupe, du point de vue de son engagement envers le diffuseur public et de votre capacité de faire votre travail?

M. Hubert T. Lacroix: Je ne peux que vous parler de mes rapports avec le ministre, avec lequel je travaille régulièrement. J'entretiens de très bons rapports avec lui. Je crois qu'il comprend nos difficultés. Et je dis souvent de lui, en rigolant, qu'il est un crack en technologie. Il comprend bien l'aspect numérique de notre travail. Nous espérons qu'il maintiendra son appui à CBC/Radio-Canada et qu'il continuera de s'y intéresser.

[Français]

M. Charlie Angus: Nous avons reçu un rapport de l'Association canadienne-française de l'Ontario, l'ACFO, de la région du Timiskaming, et son message est très clair. Radio-Canada a joué un rôle essentiel pour les collectivités francophones. Parlez-nous de votre mandat d'appuyer le développement de l'identité de la culture francophone partout au Canada.

Le président: Merci, monsieur Angus.

Monsieur Lafrance, vous avez la parole.

M. Sylvain Lafrance: C'est naturellement un élément clé du mandat et une chose qui distingue le service français. En effet, à titre d'exemple, grosso modo, 12 de nos 20 stations de radio sont à l'extérieur du Québec. Il faut donc comprendre qu'on a un rôle extrêmement important parce qu'on est la seule radio francophone, à l'exception de quelques radios communautaires, à desservir ces communautés. On est donc souvent le lien qui relie tout le monde à la francophonie de façon générale. C'est très important.

C'est pour ça qu'on a beaucoup travaillé depuis quelques années à améliorer ces services en essayant d'être partout, pour créer non seulement des émissions de nouvelles, mais aussi des émissions de variétés.

Aujourd'hui, on travaille beaucoup au plan de développement des services numériques spécifiques. Les francophones de l'extérieur du Québec ont les mêmes besoins médiatiques que tous les Canadiens. M. Lacroix parlait, il y a quelques minutes, du modèle économique. Or, il n'y a pas de modèle économique pour servir les francophones à l'extérieur du Québec. On joue donc un rôle absolument unique et essentiel, et on en est très conscients.

Le président: Merci, monsieur Lafrance.

Monsieur Del Mastro, c'est à vous.

[Traduction]

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

Merci à nos témoins.

Monsieur Lacroix, je vous remercie de votre exposé.

J'aimerais expulser le bonhomme sept-heures du financement. Je sais que certains continuent à vouloir le chasser, mais en réalité, notre parti a promis de maintenir ou d'accroître chaque année le financement de CBC/Radio-Canada. C'est ce que nous avons fait. Les 60 millions semblent susciter des questions; c'était évidemment...

Nous avons tout simplement... nous nous conduisons comme l'ont fait les libéraux. S'ils s'opposent à cela maintenant, ce n'était pas le cas quand ils l'ont fait en 2001.

Nous avons tenu parole et avons maintenu ou accru le financement de CBC/Radio-Canada année après année. Nous nous sommes engagés à long terme à maintenir ou à accroître le financement de CBC/Radio-Canada et, selon notre bilan, c'est bien ce que nous faisons.

J'ai pris des notes pendant que vous parliez, et j'ai quelques questions. Vous avez parlé de partenariats, de chercher à en établir. Vous avez parlé d'une démarche hyperlocale, dans votre plan quinquennal. Vous avez aussi dit que vous savez ne pas pouvoir satisfaire tout le monde en même temps. J'ai tout noté cela, car je crois que c'est important de reconnaître...

Pensons à l'ancien modèle de CBC/Radio-Canada, le réseau de diffusion du Dominion. Vous aviez beaucoup de partenariats avec le secteur privé dans toutes les provinces, dans les villes de tous les coins du Canada, et je crois que vous aviez alors une présence tout à fait hyperlocale à l'époque. Je dirais que vous étiez très vraisemblablement pertinents dans toutes les collectivités et pour tout le monde. Ce n'était pas populaire partout, quand même. Certains des supporteurs de CBC/Radio-Canada n'aimaient pas cette formule car CBC/Radio-Canada n'était pas propriétaire et cela les préoccupait.

Craignez-vous d'avoir des réactions négatives de la part des gens qui, en réalité...? Je pense que vous ne pouvez pas vraiment avoir une discussion ouverte à propos de CBC/Radio-Canada, car vos commentaires seront... vous risquez fort un détournement.

La réalité, c'est que certaines personnes pensent vraiment qu'elles sont propriétaires de CBC/Radio-Canada — elles ne voient pas la société simplement comme un organisme public, mais elles estiment en être propriétaires, ce qui leur donne le droit de vous dire quoi faire.

Craignez-vous un contrecoup de la part de certaines personnes qui...? J'ai quelques groupes en tête.

• (1610)

M. Hubert T. Lacroix: Vos questions ou observations, monsieur Del Mastro, portent sur trois points que j'ai évoqués: les nouveaux partenariats; les nouveaux sites Web « hyperlocaux »; enfin, l'expression « tout pour tous ».

Je commence par le dernier: l'expression « tout pour tous ». Dans les conditions actuelles, nous ne pouvons pas être tout pour tous. Cependant, il est primordial que le diffuseur public soit en mesure aujourd'hui de créer, de concert avec vous et avec toutes les personnes ici présentes, un lien si particulier par son rôle que cela modifiera votre rapport à lui. C'est ainsi que vous devriez interpréter l'expression « tout pour tous ».

Abordons maintenant les partenariats. Certains genres d'émission sont très propices aux partenariats. Je pense notamment aux émissions sportives et jeunesse. Dans les conditions actuelles, il nous en coûterait trop cher de les produire seuls. Voici un exemple que j'ai donné récemment: même aux États-Unis, la NBC, qui détient les droits de diffusion des Jeux olympiques depuis plusieurs années,

a indiqué qu'elle pourrait présenter une soumission conjointe avec la CBS pour les quatre prochains Jeux olympiques. C'est un précédent.

Cette réalité américaine est devenue la nôtre. Vous avez là un exemple de partenariat que, bien sûr, nous sommes disposés à envisager, étant donné que nous ne pouvons pas tout faire seuls.

Quant au dernier point, les sites « hyperlocaux », Sylvain a des projets d'émissions qui s'adresseraient aux personnes qui... Prenons l'exemple la région montréalaise, où un million de personnes vivent sur la rive sud et autant sur la rive nord. Plutôt que de n'avoir qu'une seule station offrant les services habituels à Montréal et ses environs, nous privilégierions des sites Web. Cette solution nous permettrait, selon nous, de mieux servir les Canadiens.

C'est ce que je répondrais à vos questions.

M. Dean Del Mastro: Merci. C'est une solution très valable, car les gens veulent des nouvelles qui les concernent, qui concernent des personnes qu'ils connaissent ou qui concernent leur collectivité. C'est, selon moi, la solution pertinente. Il y a certes un foisonnement d'informations provenant de toutes parts, mais parfois nous voulons savoir ce qui se passe près de nous pour nous tenir au courant. C'est donc une solution très valable.

Il ne me reste pas beaucoup de temps, mais je souhaiterais vous poser quelques questions supplémentaires.

Vous avez évoqué les partenariats. Quelle forme de partenariat avez-vous avec l'organisme Friends of Canadian Broadcasting?

M. Hubert T. Lacroix: Il n'y en a aucune.

En fait, nous avons écrit à cet organisme à quelques occasions pour lui rappeler que, dans ses communiqués ou tout ce qu'il publie, il doit préciser qu'il n'a aucun lien avec nous. Nous voulions établir très clairement que les fonds qu'il collecte ne nous sont pas destinés directement ou indirectement.

Nous n'avons aucun lien avec cet organisme.

M. Dean Del Mastro: Je ne crois pas que les choses soient aussi claires dans les dépliants que cet organisme distribue. En fait, certains de mes électeurs ont l'impression qu'il fait parvenir des fonds à la CBC. Pouvez-vous donc nous affirmer que la CBC ne reçoit rien des montants recueillis par Friends of Canadian Broadcasting?

M. Hubert T. Lacroix: Je vous l'affirme, monsieur.

M. Dean Del Mastro: Avez-vous enjoint cet organisme de cesser d'évoquer un lien quelconque avec vous? Avez-vous déjà entamé des poursuites en justice à cette fin?

M. Hubert T. Lacroix: Non.

M. Dean Del Mastro: Très bien.

Cet organisme est-il toujours sur la même longueur d'onde que la SRC? Appuie-t-il les efforts que vous déployez et les objectifs que vous visez?

M. Hubert T. Lacroix: Nous avons eu des désaccords.

M. Dean Del Mastro: Vous avez eu des désaccords avec cet organisme, tout comme moi.

Merci infiniment.

Le président: Merci, monsieur Del Mastro.

Madame Crombie.

Mme Bonnie Crombie (Mississauga—Streetsville, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci, monsieur Lacroix, monsieur Lafrance et madame Stewart de votre présence parmi nous.

Je tiens à vous féliciter de votre plan quinquennal et de la vidéo que vous nous avez présentée. À mon avis, il s'agit d'un plan qui met l'accent sur les émissions régionales et locales. Les nouvelles chaînes spécialisées semblent fort prometteuses. Vous comparez aujourd'hui non pas pour demander des crédits supplémentaires, mais bien pour demander ceux que vous a promis le gouvernement, soit 60 million de dollars.

Le secrétaire parlementaire a indiqué que le gouvernement conservateur a promis de maintenir ou d'augmenter le niveau de financement de la SRC. A-t-il respecté sa promesse?

• (1615)

M. Hubert T. Lacroix: Il a effectivement respecté sa promesse au cours des deux ou trois dernières années. Je suis en poste depuis le 1^{er} janvier 2008. Le montant que nous recevons depuis est presque toujours la même. Il se chiffre à 60 millions de dollars.

Mme Bonnie Crombie: Comme M. Angus la déjà signalé, notre comité a formulé des recommandations dans son rapport paru en février 2008 et intitulé *CBC/Radio-Canada: Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*. La recommandation 4.2 préconisait que ces crédits parlementaires, ces 60 millions de dollars, soient ajoutés de façon permanente au financement de base de la société.

Avez-vous déjà abordé cette question avec le gouvernement?

M. Hubert T. Lacroix: Pas précisément. Nous avons cherché à obtenir l'assurance que ce montant de 60 millions de dollars nous serait accordé pendant plusieurs années. Nos conversations se sont limitées à cela.

Mme Bonnie Crombie: Une telle éventualité vous procurerait, j'en suis convaincue, un certain degré de stabilité et de sécurité financières.

Cela vous inquiète-t-il de ne pas savoir si vous allez obtenir ce montant cette année?

M. Hubert T. Lacroix: L'inquiétude me gagne toujours lorsque j'ignore si nous recevons ce montant, d'autant plus que le 31 mars approche et que le prochain exercice débutera le 1^{er} avril.

Mme Bonnie Crombie: Quel est le délai guillotine? Le 31 mars, soit la fin de...

M. Hubert T. Lacroix: Le 31 mars marque effectivement la fin de notre exercice financier.

Mme Bonnie Crombie: Les libéraux sont d'avis que les attaques lancées contre la SRC par le gouvernement actuel sont sans précédent. Pourtant, votre plan stratégique, je le répète, recèle d'idées merveilleuses. Il y est question de contenu local, d'émissions régionales. Je pense très franchement qu'il conviendrait de vous féliciter de faire davantage avec moins, et ce n'est tout simplement pas réaliste de s'attendre à ce que vous puissiez continuer à faire davantage avec moins.

Je remarque également que vous avez essuyé une perte de 58 millions de dollars en 2010.

M. Hubert T. Lacroix: C'est effectivement le cas.

Mme Bonnie Crombie: Comment pourrez-vous continuer de faire plus avec moins et comment allez-vous compenser cette perte de 58 millions de dollars?

M. Hubert T. Lacroix: L'an dernier, comme vous le savez, nous avons dû vendre certains de nos actifs pour équilibrer notre budget. En fait, nous avons monétisé des comptes clients, ce qui nous a procuré un montant de 153 millions de dollars. C'est pourquoi nous aurons un budget équilibré le 31 mars 2011. Cela fait partie de notre plan de redressement de deux ans. Nous sommes ravis d'y être parvenus, d'avoir redressé la situation. C'est un témoignage éloquent de la compétence des personnes travaillant à la CBC/Radio-Canada.

Mme Bonnie Crombie: Cependant, ce n'est pas viable de continuer à vendre des actifs.

M. Hubert T. Lacroix: Bien sûr! Comme nous l'avons souligné dans notre plan et nos observations, nous cherchons constamment à tabler sur les progrès technologiques. Nous essayons de confier à d'autres davantage de travail manuel. Nous cherchons sans cesse à produire plus efficacement nos émissions ou à améliorer notre infrastructure. C'est une constante. Cela fait partie de notre quotidien. Nous misons constamment sur nos ressources pour mettre en oeuvre ce plan, et c'est ainsi que nous réussissons.

Mme Bonnie Crombie: Avez-vous déjà envisagé de vendre des actifs, notamment vos édifices, vos terrains, vos archives ou vos oeuvres d'art?

M. Hubert T. Lacroix: Tout à fait. L'an dernier, nous avons cherché la meilleure solution qui s'offrait à nous. Nous avons examiné notre parc immobilier, envisageant d'en vendre une partie. Nous avons écarté cette solution pour l'instant, parce que les Canadiens n'en auraient pas eu pour leur argent. Selon nous vendre des actifs dans un marché baissier... En fait, nous aurions vendu des édifices que nous occupons, et il aurait fallu donc payer un prix plus élevé que nous aurions acquitté dans une situation où vous n'êtes pas désespérés. Pour que les Canadiens en obtiennent pour leur argent, nous avons donc décidé de monétiser nos comptes clients.

Mme Bonnie Crombie: Avez-vous dû réduire les services également?

M. Hubert T. Lacroix: Oui. Nous avons pris de très nombreuses mesures l'an dernier, procédant à des réductions dans la programmation ou les services tant au réseau anglais qu'au réseau français.

Mme Bonnie Crombie: Vous avez supprimé des postes, je crois... Est-ce 800 ou... 8 000?

M. Hubert T. Lacroix: Huit cents.

Mme Bonnie Crombie: Huit cents, veuillez m'excuser.

M. Hubert T. Lacroix: Nous avons effectivement supprimé 800 postes à temps plein.

Mme Bonnie Crombie: Songez-vous à poursuivre dans cette voie? Misez-vous sur l'attrition? Que comptez-vous faire?

M. Hubert T. Lacroix: Généralement, une entreprise de notre taille absorbe assez bien un certain nombre de départs. Le diffuseur se définit par les services qu'il offre. Cependant, il n'est pas question de réductions dans notre plan, qui vise plutôt à nous procurer une marge de manoeuvre et un créneau pour l'avenir.

Le président: Merci infiniment, monsieur Lacroix.

Monsieur Pomerleau.

[Français]

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

Je remercie tous les témoins. Les membres du comité commencent à vous connaître presque personnellement. C'est une très bonne chose.

Vous avez de nombreuses clientèles à desservir dans l'un des plus vastes pays du monde, avec tous les problèmes territoriaux que cela implique. Bien sûr, cela comprend les Premières nations. Il n'en demeure pas moins que les deux importantes clientèles, la francophone et l'anglophone, ont également des particularités. Un anglophone de Blanc-Sablon n'est pas un anglophone de Toronto, et un francophone du Yukon n'est pas un francophone de Joliette. Quand vous analysez les clientèles francophone et anglophone, avez-vous l'impression que l'institution de Radio-Canada est perçue de la même façon?

•(1620)

M. Hubert T. Lacroix: Vous me demandez donc si les Canadiens ont la même perception de Radio-Canada que de CBC?

M. Roger Pomerleau: C'est exact.

M. Hubert T. Lacroix: Si je considère la qualité de notre programmation et le nombre de personnes qui regardent les émissions de CBC, qui s'accroît plus que jamais, si j'analyse les cotes d'écoute de la radio française et de la radio anglaise, si je considère les parts de marché que l'équipe de Sylvain a réussi à obtenir pour la télévision de Radio-Canada, si je considère le nombre de personnes qui utilisent nos services Internet, je peux affirmer que tant les Canadiens anglais que les Canadiens français apprécient beaucoup les services de CBC/Radio-Canada.

M. Roger Pomerleau: Pour ma part, j'avais l'impression que ce n'était pas du tout égal, si on retourne 20 ans en arrière. J'ai commencé à regarder la télévision en 1952; j'avais 7 ans à l'époque.

Par ailleurs, votre problème majeur est certainement de savoir comment vous allez financer les opérations que vous voulez réaliser. On tient pour acquis que la part du gouvernement demeurera stable, c'est-à-dire décroissante puisque tous vos coûts vont augmenter, y compris les coûts d'opération. C'est inévitable. En supposant que la part du gouvernement demeure stable et que vous augmentiez votre présence, que vous diversifiez vos opérations et que vous étiez plus présent, vous devrez trouver de nouveaux moyens de financement pour faire fonctionner votre société. Dans vos commentaires, vous avez suggéré d'augmenter les revenus provenant de la publicité. Comment comptez-vous faire?

M. Hubert T. Lacroix: Je vais vous donner quelques exemples. D'abord, grâce à la qualité des émissions que nous diffusons, un plus grand nombre de Canadiens regardent notre télévision française et celle de CBC. Cela nous permet d'avoir des revenus supplémentaires. Lorsque vous regardez ce que nous rapportent nos services sur le Web, notre présence étant de plus en plus grande et nos services de plus en plus utilisés, vous voyez que cela nous permet d'augmenter nos revenus de publicité diffusée sur le Web.

Il existe toutes sortes d'initiatives, que ce soit la location de nos studios, l'utilisation de nos locaux partout au Canada en partenariat avec d'autres sociétés, nos mobiles. Nous avons toutes sortes d'initiatives nécessaires pour boucler notre budget. C'est ainsi que nous allons réussir à augmenter nos revenus.

M. Roger Pomerleau: Vous parlez de nouvelles avenues et façons de procéder, de nouveaux contacts avec les gens, de

partenariats. Est-ce ce que vous voulez dire quand vous parlez de rendre votre gestion des finances plus efficace?

M. Hubert T. Lacroix: Oui, c'est sûrement une des choses. Il faut également revoir tous les modes de production, tant aux services français qu'aux services anglais, pour nous assurer que nous réussissons à en tirer le maximum d'efficacité.

M. Roger Pomerleau: D'accord.

J'ai une autre question. On vient d'apprendre que le Conseil de presse du Québec a rendu une décision, le 4 février 2011, relativement à l'émission *Les chefs!* On a reconnu ceci:

Or, le Conseil estime que le segment sur l'émission « Les Chefs » se rapproche davantage d'une autopublicité que d'un reportage nouvelle. Ainsi, le grief pour indépendance de l'information et de mélange des genres est retenu.

La plainte avait été déposée par M. Norman McConnell.

Que faites-vous quand un tel grief est retenu contre vous par le Conseil de presse du Québec?

M. Sylvain Lafrance: D'abord, on prend cela au sérieux. Il faut dire que *Les chefs!* n'est pas une émission d'information, mais une émission de variétés. Il y a donc une grande distinction à faire. Une remarque équivalente pour une émission d'information aurait vraiment été traitée très rapidement.

Cela dit, le Conseil de presse du Québec est un organisme très crédible. On prend donc très au sérieux ses recommandations. On va regarder ce qu'on peut faire. En effet, on invente des façons de faire. *Les chefs!* est une émission produite en région, et c'est d'ailleurs une émission produite à Québec grâce au Fonds d'amélioration pour la programmation locale créé par le CRTC. C'est sûr qu'on va étudier cela, parce qu'on a un code publicitaire très strict sur l'intrusion de ce type de publicité. On va regarder si, dans ce cas précis, on a respecté notre code. Je peux vous affirmer qu'on prend cela au sérieux, parce qu'une partie du caractère distinct de notre télé vient de notre code publicitaire qui est beaucoup plus restrictif que dans le secteur privé.

•(1625)

M. Roger Pomerleau: S'il me reste du temps, je vais le céder à Mme Lavallée.

Mme Carole Lavallée: Combien de temps reste-t-il?

Le président: Vous avez le temps de poser une question courte.

Mme Carole Lavallée: J'ai vu plusieurs de vos collègues de Radio-Canada au CRTC alors qu'on discutait de la télévision en région, et plus particulièrement de Radio-Canada. On a dit que 45 000 foyers du Saguenay—Lac-Saint-Jean ne pouvaient pas visionner la télévision de Radio-Canada du Saguenay, mais qu'ils pouvaient visionner celle de Montréal, à cause d'un problème de diffusion et de distribution par les deux satellitaires qui distribuaient les réseaux de télé. Évidemment, l'une des raisons pour lesquelles cette situation au Québec est particulièrement criante est que la règle du CRTC prévoit que les satellitaires distribuent une station de Radio-Canada par fuseau horaire. Même si c'était par province, ce ne serait pas suffisant, parce qu'il y en a cinq. Qu'est-ce que vous comptez faire?

M. Sylvain Lafrance: On a témoigné devant le CRTC pour dire à quel point, à notre avis, cette politique dessert mal le diffuseur public, d'autant plus que la francophonie est drôlement répartie au Canada. En effet, elle est concentrée au Québec, mais on ne peut pas décider de ne pas servir les francophones de Vancouver pour servir ceux du Saguenay. On ne peut pas faire un tel truc, on a un mandat national. On est intervenus auprès du CRTC pour essayer de faire changer cette politique et forcer la distribution de tous les signaux régionaux.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Brown.

M. Patrick Brown (Barrie, PCC): Merci, monsieur le président.

J'aurais quelques questions. Premièrement, quelle proportion du budget de la SRC est affectée à la création du contenu canadien?

M. Hubert T. Lacroix: Avons-nous les chiffres exacts, Kirstine?

M. Patrick Brown: Vous pouvez me donner une approximation.

Mme Kirstine Stewart (vice-présidente principale, Services anglais, CBC/Radio-Canada): L'an dernier, nous avons consacré environ 407 millions de dollars à la programmation indépendante.

M. Patrick Brown: Tenez-vous compte des fonds accordés par le FMC?

Mme Kirstine Stewart: Oui, nous en tenons compte.

M. Patrick Brown: Vous avez évoqué la production de 10 grands événements. Pourriez-vous nous donner des précisions?

M. Hubert T. Lacroix: Nous voulons que ces événements aient une incidence culturelle importante, à l'instar notamment de Champions canadiens de l'avenir, émission sans précédent qui met en relief l'importance des bénévoles dans la collectivité.

La campagne Live Right Now est un autre exemple. C'est une noble cause qui vise à faire en sorte que les Canadiens s'occupent de leur santé. Kirstine vous a fait part des résultats de ses recherches: pour la première fois depuis fort longtemps, la génération des nos enfants a une espérance de vie inférieure à la nôtre, ce qui nous en dit long sur nos habitudes.

Voulez-vous poursuivre?

Mme Kirstine Stewart: L'important pour les grands événements, qu'il s'agisse de Champions canadiens de l'avenir ou de Live Right Now, c'est que nous avons l'avantage d'être un diffuseur multi-plateforme qui est en mesure non seulement de diffuser normalement des émissions sur le réseau national de radio ou de télévision, mais également de lancer une campagne en donnant aux gens l'occasion d'interagir avec nous par la voix ou par Internet.

One Million Acts of Green a permis pour la première fois de diffuser en ligne un grand événement au cours duquel des Canadiens, dans le confort de leur foyer, échangeaient entre eux et avec le diffuseur canadien sur un sujet donné. En trois mois, nous en étions déjà rendus à un million de gestes écologiques, alors que nous avions cru qu'il aurait fallu un an pour atteindre ce chiffre.

Par conséquent, les Canadiens participent. Ils utilisent toutes les plates-formes pour bien saisir tous les enjeux d'une situation. Nous diffusons l'information de diverses façons, et les Canadiens interviennent. C'est intéressant. Nous voulons être le catalyseur du dialogue. Nous voulons échanger avec les Canadiens.

M. Patrick Brown: Je suppose que la Journée du hockey au Canada serait un autre exemple.

Mme Kirstine Stewart: Tout à fait, les résultats furent excellents.

M. Patrick Brown: Vous avez remporté beaucoup de succès avec cette initiative.

Si je vous parle de ma propre région, je sais que l'un des objectifs est d'accroître la pertinence de la couverture régionale assurée par la CBC. Je viens de Barrie dans le comté de Simcoe en Ontario, et je pense que les gens syntonisent surtout les stations de radio qui diffusent des nouvelles locales. J'estime que CBC pourrait faire mieux à ce chapitre. Nous avons la chaîne A Channel qui assure une couverture régulière des nouvelles locales dans la région de Simcoe/Muskoka. Il y a aussi les réseaux Global et CTV qui se pointent de temps à autre, mais je ne note pas une présence sentie de CBC. Avez-vous des idées quant à la façon dont on pourrait accroître la présence régionale dans ce secteur de l'Ontario?

• (1630)

M. Hubert T. Lacroix: Avant que Kirstine ne vous donne un aperçu de notre plan d'élargissement des services locaux, je vous dirais que les arguments que vous venez de soulever illustrent on ne peut mieux la nécessité pour nous d'étendre notre portée et de consolider nos liens avec les Canadiens. Ainsi, l'une des applications que nous lancerons la semaine prochaine permet la géolocalisation des services de nouvelles. N'importe où au pays, l'application de nouvelles de CBC vous donnera accès aux actualités locales. L'application pourra repérer l'endroit où vous vous trouvez et vous présentera d'abord les nouvelles locales avant de passer aux actualités nationales.

Parlons maintenant du plan.

Mme Kirstine Stewart: Le plan d'élargissement des services locaux est très prometteur, car il nous permet de prendre en compte les endroits où nous ne sommes pas présents au pays. Comme l'indiquait Hubert, quelque sept millions de Canadiens ne bénéficient pas actuellement du service local de CBC/Radio-Canada. Une fois ce plan en pleine application, nous espérons avoir rejoint six millions et demi d'entre eux. Nous utilisons pour ce faire des critères précis fondés sur le nombre de villes de plus de 50 000 habitants qui ne reçoivent pas actuellement le service, en plus d'essayer de rétablir les choses dans les localités où la programmation locale a pu être réduite au cours des dernières années en raison des compressions qui ont dû être faites.

Au fil des prochaines années, la mise en oeuvre de notre plan nous permettra donc d'évaluer les besoins les plus criants au pays, de déterminer comment nous pouvons y répondre en tenant compte de la présence de concurrents locaux pour cibler les endroits où nos services sont vraiment nécessaires, et de voir comment nous pouvons optimiser nos liens avec les auditoires locaux pour mieux répondre à leurs attentes. Grâce à la technologie, nous pourrions y parvenir non seulement via la télévision et la radio, mais également sur de nouvelles plateformes.

Le président: Merci, madame Stewart.

Monsieur Wilfert.

L'hon. Bryon Wilfert (Richmond Hill, Lib.): Merci, monsieur le président, et merci à nos témoins pour leur présence. Je ne suis pas un membre régulier de ce comité, mais j'appuie sans réserves CBC/Radio-Canada. J'ai quelques questions pour nos témoins concernant les nouvelles chaînes spécialisées.

La stratégie quinquennale intitulée « 2015: Partout, pour tous » préconise l'accroissement de la présence régionale et l'offre d'une programmation spécialisée, dont la nouvelle chaîne de langue française SENS qui arrivera sur les ondes en 2010-2011, et des sites Web comme TOU.TV. CBC considérera pour sa part la mise en ondes de chaînes spécialisées pour les enfants, les sports ainsi que les arts et spectacles.

J'aimerais d'abord savoir quels facteurs sont pris en compte lorsqu'on lance une nouvelle chaîne de télévision numérique. Comment arrive-t-on à trouver le juste équilibre entre les considérations liées aux coûts, à la portée, à la demande, à la concurrence et aux autres options possibles? Et il convient également de se demander, monsieur le président, compte tenu de la tendance vers une diffusion accrue du contenu spécialisé via Internet, si le lancement d'une nouvelle chaîne de télévision numérique correspond vraiment à une utilisation optimale des fonds de CBC/Radio-Canada. Les intérêts des Canadiens ne seraient-ils pas mieux servis si notre société d'État utilisait les nouvelles chaînes numériques pour offrir du contenu attrayant pour les annonceurs et se servir des revenus ainsi engrangés pour financer une programmation plus spécialisée diffusée sur le Web? Est-il nécessaire de rendre accessible ce contenu spécialisé via la câblodistribution, ou devrait-on plutôt l'offrir sur demande via Internet?

Ensuite, j'aimerais revenir à la question des coûts indirects pouvant affecter les activités de base de CBC/Radio-Canada.

M. Hubert T. Lacroix: Très bien. Parlons d'abord des canaux spécialisés.

D'entrée de jeu, nous croyons pouvoir apporter beaucoup au marché des chaînes spécialisées, car nous avons une excellente image de marque et nous pouvons offrir du contenu de grande qualité. Comme je l'indiquais tout à l'heure, il y a certains types de programmation qu'il serait particulièrement intéressant pour nous de pouvoir produire en partenariat, que ce soit pour les enfants, dans le monde du sport ou via l'utilisation de nos archives, par exemple.

Je vais demander à Sylvain de vous parler de ses plans pour sa nouvelle chaîne spécialisée, après quoi Kirstine pourra vous présenter sa vision des canaux spécialisés à venir pour CBC.

[Français]

M. Sylvain Lafrance: J'aimerais vous dire d'abord qu'on est d'accord sur le fait que nos investissements sont beaucoup plus importants dans le domaine du numérique que dans le domaine des nouvelles chaînes spécialisées, d'autant plus que les chaînes spécialisées, grosso modo, se financent par elles-mêmes. Le modèle de ARTV chez Radio-Canada est un modèle d'autofinancement par la redevance et la publicité. Les investissements principaux sont donc faits dans le domaine du numérique pour des services régionaux, pour des services jeunesse, pour des services culturels. On cherche vraiment à faire entrer le Canada dans l'univers numérique, ce qui est très important pour nous.

Cependant, le modèle économique actuel favorise beaucoup plus la création de chaînes spécialisées. Je crois que d'ici 5 à 10 ans, le vrai modèle économique, celui qui nous permet de créer un équilibre, devra passer par les chaînes spécialisées.

Pour créer ses chaînes spécialisées, Radio-Canada a pris chacune des forces du réseau principal. Par exemple, l'information devient RDI; la culture devient ARTV; la santé, l'environnement, la nature, les sujets de nos émissions scientifiques deviennent S.E.N.S. ou ce que ce sera comme télé. Il y aura aussi, ultérieurement, une télé réservée à d'autres domaines spécifiques. On peut penser que ce seront des modèles extrêmement solides d'ici les 5 à 10 prochaines années parce que ce sont déjà des modèles extrêmement solides.

J'ajouterai simplement que si la mutation se fait vers le numérique, on sera complètement prêts à suivre le mouvement, parce qu'on aura déjà développé des modèles comme TOU.TV qui nous permettent vraiment une mutation rapide vers le numérique.

En terminant, j'aimerais dire que la télévision a un bel avenir; c'est le téléviseur qui a un problème. Or, si une chaîne de télévision est lancée, on la diffusera un jour sur le support approprié. Que ce ne soit pas sur un téléviseur ne nous dérange pas, mais il faut quand même lancer la chaîne.

• (1635)

[Traduction]

M. Hubert T. Lacroix: Si vous voulez bien laisser quelques secondes à notre amie...

Mme Kirstine Stewart: Notre stratégie est très semblable. Les différentes formes de radiodiffusion, que ce soit sur plateforme numérique ou via Internet, sont toujours nécessaires, car il n'y a pas encore eu migration des revenus vers la plateforme Internet dans une mesure suffisante pour assurer le financement d'une programmation destinée uniquement au Web. Mais comme nous savons que cette migration va finir par se faire, il nous faut être présents sur les deux tableaux. CBC TV a pris un peu de retard dans la mise en place d'une plateforme télévisuelle, que bien des Canadiens voient encore d'un oeil plus favorable que les services en ligne, qui lui donnerait la possibilité de diversifier sa programmation, ce que ne permet pas le statisme de la chaîne linéaire actuelle. Un peu sur le modèle de la BBC, nous envisageons donc la création de CBC Two, CBC Three, CBC Four.

L'hon. Bryon Wilfert: C'est là qu'interviendraient donc les effets indirects sur les coûts de votre... Il va de soi que je ne voudrais pas que cela empêche CBC de s'acquitter de son mandat traditionnel.

M. Hubert T. Lacroix: Et c'est la raison pour laquelle Sylvain et Kirstine ont rappelé au comité que ce modèle de chaîne spécialisée donnant accès à des revenus de publicité et d'abonnement est une formule qui s'autofinance pour ainsi dire avec le temps. On veut donc se doter de ces chaînes spécialisées qui peuvent en fait servir de moteur pour le reste de nos activités.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Armstrong.

M. Scott Armstrong (Cumberland—Colchester—Musquodoboit Valley, PCC): Merci beaucoup pour votre exposé. Je pense que vous nous faites faire un pas de géant vers l'avenir.

J'ai quelques questions à vous poser. Vendredi soir dernier se tenait à Halifax la cérémonie d'ouverture des Jeux du Canada dont la couverture était assurée par TSN2. Beaucoup de gens se sont demandés, en Nouvelle-Écosse tout particulièrement, pourquoi ce n'était pas plutôt CBC/Radio-Canada qui diffusait cet événement local. Les gens ne comprenaient pas. C'est un événement qu'ils voulaient voir.

Y a-t-il quelque chose dans ce plan quinquennal — et vous avez parlé du partenariat entre NBC et CBS pour les Olympiques — qui soit susceptible de vous donner accès à davantage de droits de radiodiffusion pour certaines cérémonies comme celle-ci, un véritable événement canadien?

M. Hubert T. Lacroix: C'est exactement pour cette raison que nous souhaitons établir davantage de partenariats pour être présents à ces événements culturels, ce qui inclut les manifestations sportives dans toutes les régions du pays. C'est ce que vous avez lu, et c'est bien ce qui est écrit.

M. Scott Armstrong: Merci.

J'ai une deuxième question. Vous avez indiqué que la reddition de comptes était l'une des orientations prévues dans votre plan quinquennal. Lors de votre dernière comparution, vous nous aviez déjà fait part de mesures prises pour afficher les dépenses en ligne et assurer une meilleure responsabilisation. Vous avez parlé de vos efforts de collaboration avec le Bureau du commissaire à l'information en vue de répondre aux demandes d'accès à l'information. Pourriez-vous nous dire où vous en êtes à ce sujet? Votre dernière comparution remonte à 90 jours. Avez-vous pris depuis d'autres mesures en ce sens?

M. Hubert T. Lacroix: Nous continuons de rendre de plus en plus de documents accessibles sur un site Web spécialement consacré aux demandes d'accès à l'information. Comme vous le savez, nous avons un très rigoureux régime de reddition de comptes. À la fin janvier, nous avons déposé notre plan d'affaires au Parlement. D'ici quelques mois, nous présenterons notre rapport annuel. Nous comparaissons régulièrement devant différents comités parlementaires. Nous rendons des comptes au CRTC. Notre rapport annuel sur les activités réglementaires sera aussi présenté au cours des prochains mois. Nous avons mis en place un système pour assurer la transparence et nous faisons toujours le nécessaire à ce chapitre.

• (1640)

M. Scott Armstrong: Croyez-vous être en mesure de respecter entièrement vos obligations législatives concernant la reddition de comptes et l'accès à l'information? Faudra-t-il attendre plusieurs mois pour ce faire? Où en êtes-vous rendus dans ce dossier?

M. Hubert T. Lacroix: Depuis le 1^{er} avril 2010, nous n'avons reçu aucune plainte quant au délai de traitement des demandes d'accès à l'information. Au départ, nous avons été débordés par le volume de demandes reçues. C'est d'ailleurs pour cette raison que nous avons parlé avec la commissaire à l'information. Nous travaillons maintenant à trouver des solutions. Comme je l'ai indiqué, nous n'avons eu aucune plainte concernant des retards, ce qui est important.

Nous avons encore des problèmes pour ce qui est de l'article 68.1, la disposition d'exclusion dont je vous ai parlé en décembre, et nous travaillons sur cet aspect de la loi. Un tribunal va déterminer la teneur exacte de cet article.

M. Scott Armstrong: D'accord. Lors de votre dernière comparution, vous avez indiqué que si la décision de ce tribunal ne vous

était pas favorable, vous pourriez prendre d'autres mesures, procédurales ou juridiques, pour interjeter appel. Est-ce toujours la position de CBC/Radio-Canada?

M. Hubert T. Lacroix: Nous verrons quelle sera la décision rendue par le tribunal de première instance et nous aviserons en conséquence. Mais il va de soi que nous allons respecter toute décision rendue par un tribunal supérieur quant à l'interprétation de notre loi.

M. Scott Armstrong: Merci.

Le président: Merci, monsieur Armstrong.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Merci.

Je veux d'abord poursuivre dans le sens de quelques-unes des questions posées par mon collègue. Serait-il possible que CBC/Radio-Canada mette à profit une partie de son expertise relativement aux demandes d'accès à l'information pour aider le gouvernement conservateur en la matière? J'ai dû attendre deux ans pour recevoir des documents dont on avait masqué 40 pages, et on m'a fait payer pour ce service. Il a fallu deux ans. Comme vous n'avez reçu aucune plainte relativement à des retards, peut-être pourriez-vous conseiller un peu les gens du gouvernement, ce qui ferait notre bonheur à tous.

Je vous laisse y réfléchir en prévision de votre prochain plan quinquennal.

Je m'intéresse à la question des sports, parce que lorsque vous diffusez un match des Canucks de Vancouver à la télévision de Timmins, je reçois des appels de gens qui menacent de mettre mon bureau à sac parce qu'ils veulent voir le Canadien. Les gens comptent sur CBC/Radio-Canada pour la diffusion des grands événements sportifs nationaux. Ils présument simplement que CBC/Radio-Canada va présenter ces événements et qu'ils vont pouvoir les regarder. Mais nous sommes maintenant en présence d'un marché totalement différent, surtout dans le contexte des transformations majeures qu'a subies le paysage médiatique au cours de la dernière année, où vous êtes en concurrence pour les contenus les plus importants avec des conglomérats extrêmement puissants. Si, comme l'indiquait mon collègue, ces événements sont diffusés par TSN ou une autre chaîne, vous ne satisférez pas nécessairement ces citoyens qui présument qu'ils n'ont qu'à ouvrir leur téléviseur pour voir l'événement.

Comment percevez-vous l'évolution des relations entre CBC/Radio-Canada et son auditoire qui s'attend à voir ces émissions? Est-ce que l'établissement de partenariats vous permettra de répondre aux attentes de ces personnes, ou bien deviendra-t-il beaucoup plus difficile pour les Canadiens d'avoir accès à ces grands événements sportifs?

M. Hubert T. Lacroix: Je crois que le secteur des sports se prête très bien à l'établissement de partenariats à différents niveaux, parce que les coûts d'entrée dans ce domaine sont extrêmement élevés. Vous verrez donc de plus en plus de partenariats dans notre contexte et c'est de cette manière que nous comptons continuer à présenter les grands événements sportifs à notre auditoire canadien.

M. Charlie Angus: Merci.

Dans notre rôle de politiciens, nous entendons souvent des gens dire que le ciel va leur tomber sur la tête. On nous demande toujours d'intervenir dans un dossier lorsqu'il y a une crise. Nous devons faire quelque chose. On nous parle sans cesse des temps difficiles que traversent nos industries culturelles, mais j'ai pourtant l'impression que nous vivons actuellement l'âge d'or de notre production cinématographique et télévisuelle. Il m'arrive même de prendre le temps de regarder une dramatique alors que je ne l'aurais jamais fait il y a quelques années. Je crois que notre industrie permet le développement de véritables talents locaux de grande qualité dont nous pouvons faire la promotion.

J'aimerais examiner quelques-unes de vos priorités dans le contexte de votre budget fixe. Les émissions dramatiques sont coûteuses à produire. Nous nous attendons également — ce qui nous ramène à la volonté d'offrir de tout pour tous — à des nouvelles et à du journalisme d'enquête. C'est également plutôt coûteux, tout comme les émissions sportives. Nous voulons du contenu culturel de tous les genres, et nous avons les trois chaînes de radio et la baladodiffusion. Tout cela est très onéreux... Il y a ensuite la couverture locale et régionale et vous avez même parlé de l'hyperlocal.

Vous avez mentionné un réinvestissement, mais quand va-t-il se produire? Notre programmation locale et régionale a certes beaucoup souffert l'an dernier en raison d'un manque criant de fonds. Comment établissez-vous les priorités? Est-ce que les émissions dramatiques vont avoir la cote? Comment allez-vous assurer que nos voix locales puissent à nouveau se faire entendre?

•(1645)

M. Hubert T. Lacroix: Nous vous avons parlé de trois priorités, y compris une programmation canadienne très distinctive. Je vais demander à Kirstine de vous présenter un aperçu des moyens qu'elle compte prendre pour concrétiser cette priorité dans le cadre de notre plan.

L'aspect régional sera pris en compte de différentes manières. La technologie nous permet d'atteindre des endroits que nous n'aurions jamais espéré rejoindre auparavant, en utilisant des médiums différents et beaucoup moins dispendieux. Les applications et tous ces merveilleux dispositifs vous permettant de vous connecter et d'entrer directement en conversation avec nous vont s'inscrire dans le cadre de notre troisième grande priorité.

Toutes les mesures que nous allons mettre en oeuvre vont s'articuler autour de ces trois priorités. Je laisse Kirstine vous expliquer comment elle va s'y prendre pour faire avancer la notion de contenu canadien dans nos émissions dramatiques, ce qui est notre première priorité.

Mme Kirstine Stewart: J'estime important de nous fixer certaines priorités dans notre travail. Nous avons accès à des outils comme le Fonds des médias du Canada (FMC) qui nous incite à investir suffisamment dans la programmation scénarisée. Le FMC est avantageux en ce sens qu'il vise fondamentalement à récompenser les succès passés. Grâce à la croissance de l'auditoire de CBC/Radio-Canada, ce qui le distingue des autres radiodiffuseurs conventionnels, nous avons la possibilité d'investir davantage dans la programmation, que ce soit grâce à nos revenus de publicité ou via l'accès à ces fonds. Pour ce qui est de la programmation locale, les émissions qui semblent remporter le plus de succès auprès des Canadiens sont celles qui sont associées à une région bien précise. Qu'il s'agisse de *Republic of Doyle*, située à St. John's ou de *Heartland*, campée à Calgary, ces émissions résolument et fièrement régionales permettent au lieu lui-même de devenir un personnage de

l'histoire. Les gens peuvent ainsi mieux s'y retrouver ce qui donne des auditoires plus élevés que jamais.

Rick Mercer, qui parcourt le pays pour présenter une ville différente à chaque semaine, a eu un impact sans précédent au cours des neuf dernières saisons. Il rejoint maintenant plus de 1,5 million de téléspectateurs. Il est donc avantageux de miser sur les points forts de notre programmation locale canadienne.

Le président: Merci, monsieur Angus.

Merci, madame Stewart.

Monsieur Del Mastro.

M. Dean Del Mastro: Je veux revenir à la question des Canadiens qui souhaitent se retrouver dans la programmation. Je crois que cela explique en partie la popularité de l'émission *Dragon's Den*, parce que les gens peuvent y voir d'autres Canadiens mettre de l'avant des idées canadiennes, ce qui donne un spectacle fort divertissant. Je dois avouer que je suis un téléspectateur assez assidu de cette émission. Il y a d'ailleurs une de mes électrices qui y a participé récemment. Les journaux en ont parlé. Elle a fait grimper la température à l'intérieur du studio. J'ai peut-être rougi un peu durant sa présentation, mais la présence d'une femme de Peterborough à *Dragon's Den* a tout de même été un événement marquant pour notre ville.

Quand on examine votre programmation, on constate que les émissions de variété sont très populaires. Il y a notamment les concours comme *American Idol* et *Canadian Idol*. Vous avez aussi obtenu beaucoup de succès avec les auditions pour le rôle principal dans *The Sound of Music*, si je ne m'abuse. Beaucoup de téléspectateurs s'y sont intéressés.

Est-il question de mettre en ondes des émissions de la sorte qui offrent une tribune pour les talents canadiens en permettant aux téléspectateurs d'interagir avec CBC/Radio-Canada et même de choisir qui va passer au niveau suivant?

Mme Kirstine Stewart: Les émissions semblables ont pour avantage de permettre un lien direct avec notre auditoire canadien. Au cours de la dernière année, le meilleur exemple en ce sens a sans doute été *Battle of the Blades*. Des clubs de patinage et des groupes locaux des différentes régions ontariennes sont venus assister à l'émission à Toronto, et les gens de tout le pays ont pu voter pour leurs favoris. Il y avait Kelly de la Saskatchewan et des gens des différentes régions du Canada représentant des organisations caritatives de leurs provinces respectives.

Les émissions de télé-réalité nous offrent donc une excellente occasion de nouer un dialogue avec les Canadiens. Nous mettons un grand soin dans la sélection des émissions de variété que nous concevons ou achetons. Il doit s'agir d'émissions de qualité dans un format correspondant à la programmation que nous souhaitons présenter aux Canadiens. Nous nous montrons donc très sélectifs en nous assurant que ces émissions ne constituent pas une forme d'exploitation et créent une réelle possibilité de faire avancer les choses. Par exemple, nous diffusons actuellement dans le cadre de l'initiative Live Right Now l'émission *Village on a Diet* où l'on a mis au régime tout le village de Taylor en Colombie-Britannique.

Il y a donc des possibilités, mais ce ne sont pas nécessairement des solutions. Les émissions semblables apportent une certaine variété dans l'horaire, mais nous devons pouvoir également mettre en onde des dramatiques et des comédies scénarisées. Cela fait appel à des talents différents en permettant à bien des gens au pays d'avoir accès à ce type de contenu qui serait difficilement disponible par ailleurs.

•(1650)

M. Dean Del Mastro: M. Angus a fait référence à l'intégration verticale et à la façon dont tout le paysage s'en trouvait modifié. Mais l'un des éléments qui paraît vouloir garder sa popularité — et je dirais même que cela semble plus fort aujourd'hui qu'il y a quelques années — c'est la radio locale.

Vous avez examiné cet aspect et indiqué que vous envisagez y faire de nouveaux investissements, mais vous adoptez en ce sens une approche plus novatrice. Vous parlez notamment de certains services radio basés sur le Web. Pouvez-vous nous en dire un peu plus long au sujet des perspectives que vous entrevoyez pour CBC/Radio-Canada en matière de radio?

M. Hubert T. Lacroix: J'estime que la radio est essentielle à l'élargissement de notre présence dans les régions. Voilà pourquoi, lorsque nous parlons d'élargir nos services, il ne s'agit pas simplement d'accroître la portée d'une station de radio. Il est question de stations locales dotées d'une plateforme multimédia et d'un site Web régional, à quoi s'ajouteront une station de radiodiffusion ou un nouveau site Internet permettant la radiodiffusion.

Il y a là une question qui se pose relativement aux ondes disponibles et à l'environnement dans lequel nous évoluons. Il y a un coût rattaché à cela, car pour nous, établir une station de radio et être présent sur place est une autre paire de manches que d'avoir des gens sur le terrain qui alimentent un site Internet pour les Canadiens d'une région, pour ensuite les mettre en lien avec notre réseau principal. Donc, le réseau radiophonique sera le principal canal de transmission qui assurera notre présence dans ces régions.

M. Dean Del Mastro: Merci.

Je me rappelle que, lorsque vous êtes venu ici la dernière fois, je vous ai interrogé au sujet de *Hockey Night in Canada*. Pour moi, il est évident que c'est un programme phare majeur pour la CBC. Bien des gens diraient que c'est l'un des éléments qui définissent la CBC.

Lorsque vous parlez de partenariats, est-ce vraiment une chose que...? Vous l'avez déjà fait par le passé, dans le cas des Jeux olympiques; vous avez cherché des partenaires du secteur privé. À mes yeux, ce serait pour vous une bonne occasion d'élargir l'émission *Hockey Night in Canada* tout en la gardant dans votre giron. Est-ce une éventualité que vous pourriez considérer, ou que vous êtes déjà en train de considérer?

M. Hubert T. Lacroix: *Hockey Night in Canada* est une partie de nous et du hockey qui compte énormément. C'est un élément majeur de la CBC. Nous en sommes très fiers, et c'est pour nous une marque distinctive importante.

Dans le plan, vous verrez qu'au cours des prochaines années, nous nous sommes engagés à solidifier encore plus qu'actuellement le lien qu'entretiennent les Canadiens avec ce programme.

Vous avez pu voir samedi la *Journée du hockey* diffusée à partir de Yellowknife. C'est un exemple qui illustre la façon dont nous promenons notre marque distinctive un peu partout: le hockey est diffusé partout au pays, et 3 000 jeunes de sept différentes collectivités du Canada peuvent être branchés sur le hockey grâce à *Hockey Night in Canada*. Oui, ce programme me tient fortement à coeur.

En effet, des partenariats sont une chose que nous pourrions envisager à un moment donné, mais nous voulons nous assurer de garder *Hockey Night in Canada* au sein de la CBC, car c'est important pour nous.

M. Dean Del Mastro: Eh bien, vous en avez assumé la responsabilité pendant si longtemps que je ne voudrais pas que vous cédiez votre place, pour ensuite voir les Leafs gagner la coupe Stanley.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Merci beaucoup, monsieur Del Mastro.

Monsieur Rodriguez.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Merci, monsieur le président.

Dans le plan stratégique, on parle d'augmenter le contenu canadien, d'assurer une plus grande présence en région et d'adopter une stratégie relative aux nouvelles plateformes. On peut dire que vous avez appuyé sur tous les bons boutons. Quoi qu'il en soit, j'espère sincèrement que ça va fonctionner pour vous. Évidemment, il y a des critères de réussite. Il faut que tout s'imbrique, d'une certaine façon, et que le financement soit assuré. On en a parlé plus tôt. Il ne faudrait pas que vous ayez à surmonter trop d'embûches ou qu'on vous mette trop de bâtons dans les roues.

Le CRTC a-t-il déjà indiqué qu'il allait amorcer le processus visant à renouveler votre licence?

M. Hubert T. Lacroix: Je pense que ce sera du 13 au 25 septembre prochain.

M. Pablo Rodriguez: À quel point est-ce que ça pourrait modifier ou faire dérailler votre plan stratégique pour les cinq prochaines années?

M. Hubert T. Lacroix: Nous espérons que, comme vous, le CRTC verra dans notre plan stratégique les éléments qui sont importants pour les Canadiens et que les conditions de licence qui nous seront suggérées nous permettront de mettre en oeuvre notre plan tel que vous l'avez lu ou entendu par l'entremise de la vidéo aujourd'hui.

M. Pablo Rodriguez: C'est ce que j'espère aussi, mais j'ai certaines inquiétudes en voyant que le gouvernement du jour essaie de prendre le contrôle du CRTC. Je le vois un peu comme une prise de contrôle idéologique, c'est-à-dire que le gouvernement veut mettre en place des gens qui pensent comme lui, d'où mon inquiétude à votre égard. Je ne veux cependant pas vous entraîner dans un débat partisan.

Je m'inquiète à l'idée qu'une prise de contrôle permette de faire indirectement ce qu'il est impossible de faire directement et qu'on intègre des amis du régime. Je crains que ça n'ait un jour ou l'autre des conséquences sur le renouvellement de votre licence ou une incidence sur ce que vous serez amenés à changer. Je veux que les conditions fassent en sorte que ça fonctionne pour vous.

Voulez-vous émettre des commentaires à ce sujet ou préférez-vous vous en abstenir?

•(1655)

M. Hubert T. Lacroix: Le processus de renouvellement de licence commence au mois de septembre. Nous allons faire tout ce qui est nécessaire pour expliquer au CRTC l'importance qu'a pour nous le plan stratégique que vous avez vu. Nous avons annoncé le plan stratégique le 1^{er} février dernier, de façon à permettre au Canada dans son entier de comprendre ce que le radiodiffuseur public veut faire. Vous allez voir les personnes qui sont devant vous faire un grand nombre de discours et de conférences d'un bout à l'autre du Canada pour expliquer aux Canadiens ce qui est important.

M. Pablo Rodriguez: Mais le CRTC pourrait quand même se servir du processus de renouvellement de licence pour vous mettre des bâtons dans les roues.

M. Hubert T. Lacroix: Les gens du CRTC vont discuter avec nous du contenu, monsieur Rodriguez. N'oubliez pas que les conditions de licence doivent être acceptées de part et d'autre. En effet, on ne peut pas nous imposer des conditions de licence sur lesquelles nous ne sommes pas d'accord.

M. Pablo Rodriguez: S'ils essayaient, vous pourriez faire appel au ministre, n'est-ce pas?

M. Hubert T. Lacroix: Il y a un processus en vertu duquel il faut s'entendre sur les conditions de licence qui nous sont imposées.

M. Pablo Rodriguez: J'espère que vous ne vous rendrez pas là.

Dites-moi, le 31 août va arriver rapidement. Où en est rendu votre processus de transition vers le numérique?

M. Hubert T. Lacroix: Nous travaillons toujours à la mise en oeuvre du plan que nous avons annoncé en juin dernier. Nous tentons d'établir 27 émetteurs numériques dans tous les endroits où nous faisons de la programmation originale et d'être prêts pour le 31 août 2011.

M. Pablo Rodriguez: Allez-vous y arriver?

M. Hubert T. Lacroix: Pour le moment, c'est notre objectif.

M. Pablo Rodriguez: Vous respectez les échéances. C'est parfait.

Pouvez-vous me parler davantage de ce que vous avez en tête au sujet des médias sociaux?

M. Hubert T. Lacroix: Oui. Vous avez vu que le troisième élément de notre stratégie consistait à assurer une connexion personnelle entre les gens et le radiodiffuseur public. Ça va se faire dans un espace que nous voulons créer, où les gens vont pouvoir échanger avec des personnes qui, ce jour-là, aborderont avec eux le sujet du jour, que ce soit ce qui vient de se passer en Égypte ou toute autre nouvelle canadienne, régionale ou locale. Ce lien crée des espaces. On comprend très bien que les réseaux sociaux vont nous permettre d'accélérer grandement la mise en place de ces espaces et influencer de façon significative sur le nombre de personnes qui vont participer aux conversations.

Qu'il s'agisse de Radio-Canada ou de CBC, nous sommes très présents à l'égard des réseaux sociaux. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous multiplions par deux nos engagements en matière de numérique. Nous voulons comprendre jusqu'où ça va aller. Cependant, je pense que ni vous ni moi ne sommes en mesure d'imaginer ce que seront ces réseaux dans deux ou trois ans.

Le président: Merci, monsieur Lacroix.

Madame Crombie, c'est à vous.

[Traduction]

Mme Bonnie Crombie: Monsieur Lacroix, tout comme d'autres organismes, CBC/Radio-Canada reçoit du financement du gouvernement afin de couvrir les augmentations salariales correspondant à l'inflation. Nous savons qu'il y a environ un an, dans le Budget des dépenses, vous aviez obtenu un tel financement, mais qu'ensuite, lors du dépôt du budget, le gouvernement avait gelé toutes les augmentations salariales des organismes et des ministères. Puis, au moment de la présentation du Budget supplémentaire des dépenses (B), 13,7 millions de dollars avaient été déduits des 60 millions que vous aviez reçus. N'est-ce pas?

M. Hubert T. Lacroix: Oui.

Mme Bonnie Crombie: Dans ce cas, comment avez-vous pu composer avec cette récupération? Avez-vous réduit les salaires? Qu'avez-vous dû faire pour absorber cette récupération de 13,7 millions de dollars en vertu du budget?

• (1700)

M. Hubert T. Lacroix: En ce qui a trait à la récupération, ces 13 millions de dollars étaient, en fait, un montant qui nous avait été accordé à l'avance. Donc — et c'est important —, ce n'est pas comme si le gouvernement nous avait enlevé de l'argent. Le budget indiquait clairement que le gouvernement effectuerait ces coupures, et tous les organismes et sociétés de la Couronne ont été traités de la même façon.

Le problème que cela crée pour nous — et c'est la question que vous soulevez, je crois —, c'est que nous devons financer, au moyen de notre budget de fonctionnement, les augmentations salariales que nous n'avons pas obtenues pour les employés. Donc, pour en arriver à ce pourcentage de 1,5 p. 100, nous devons couper dans nos actuels budgets de fonctionnement ou ajuster les services que nous assurons afin de respecter nos engagements envers nos employés.

Mme Bonnie Crombie: Vous venez de négocier une convention collective pluriannuelle tenant compte de cette augmentation de 1,5 p. 100, n'est-ce pas?

M. Hubert T. Lacroix: Oui. Nous avons un certain nombre de conventions collectives qui ont été renouvelées. En fait, elles auraient toutes dû être renouvelées depuis longtemps, et elles prévoyaient une augmentation très élémentaire de 1,5 p. 100 pour nos employés.

Mme Bonnie Crombie: Dans votre plan stratégique, vous prévoyez une hausse de 2,8 p. 100 de vos revenus traditionnels, mais les revenus tirés des diverses plateformes, numériques ou autres, augmenteront probablement de façon vertigineuse, non? Cherchez-vous à trouver d'autres initiatives pour accroître vos revenus, et d'autres ententes de coûts? Quelles sont les nouvelles sources de revenus que vous...

M. Hubert T. Lacroix: Madame, dans notre milieu, où chaque dollar que nous pouvons percevoir nous aide à équilibrer notre budget, c'est une priorité. C'est constamment en tête de nos préoccupations.

Donc, oui: les revenus tirés d'Internet doubleront, mais ils doubleront à partir d'un très petit chiffre, alors lorsqu'on regarde le tableau d'ensemble à court terme pour CBC/Radio-Canada, ces revenus sont négligeables. Au fil du temps, ils deviendront plus significatifs. Les gens de notre industrie saisissent bien le modèle d'affaires qui permet de tirer des revenus des milliers, des millions de visites sur nos sites Web.

Les revenus publicitaires augmenteront, selon nous, grâce à la qualité des équipes mises sur pied par ces deux personnes et à la qualité de la programmation que Kirstine et Sylvain ont pu offrir aux Canadiens. Il y a plus de gens que jamais qui nous regardent. Cela se traduit par des revenus publicitaires accrus pour nous.

Mme Bonnie Crombie: Formidable.

Donc, les ennemis de la SRC — et je ne regarde dans aucune direction en particulier — diront peut-être que l'histoire se répète encore. L'un de vos prédécesseurs d'il y a bien des années, Perrin Beatty, avait comparu devant le comité en 1995 avec un plan similaire. Il avait déclaré que le financement de la SRC venait d'être stabilisé sous le coup des compressions antérieures effectuées par le précédent gouvernement conservateur, et qu'on avait sabré dans le personnel, etc. À l'époque, si on écoutait CBC, on avait plus de chances d'y voir des reprises de *The Fresh Prince of Bel-Air* — vous pouvez deviner que je ne l'ai jamais regardé — que de voir quoi que ce soit qui ait été fait au Canada. Et la solution de M. Beatty consistait elle aussi en un contenu canadien accru et en davantage de programmes régionaux et locaux.

Et nous revoici, 15 ans plus tard, avec le même genre de problèmes et un plan similaire. Comment savoir si vous réussirez cette fois-ci?

M. Hubert T. Lacroix: Nous allons réussir, car nous avons prouvé, au cours des dernières années, à quel point nous étions capables de produire d'excellents programmes canadiens. Qu'il s'agisse de Radio-Canada — il y a quelques minutes, nous avons parlé de marque distinctive — avec une grille de programmation nettement distinctive aux heures de grande écoute, du fait que nos réseaux radiophoniques soient écoutés par une quantité incroyable de personnes, ou du fait que nous ayons des émissions millionnaires en ce moment — j'entends par là que des millions de personnes regardent plus qu'une émission... Parce que ces gens nous choisissent, nous croyons avoir le vent en poupe. On nous écoute. On nous regarde. Les gens se soucient réellement de CBC/Radio-Canada, et nous croyons que, si nous mettons en oeuvre ce plan en nous concentrant sur l'établissement du lien que nous devons établir entre les Canadiens et les diffuseurs publics, nous connaîtrons beaucoup de succès.

Mme Bonnie Crombie: Merci.

Le président: Monsieur Wilfert, vous avez le temps de poser une brève question.

L'hon. Bryon Wilfert: Merci, monsieur le président.

Monsieur Lacroix, quelles sont les données sur lesquelles se fonde CBC/Radio-Canada pour prévoir ses revenus publicitaires, étant donné la baisse des revenus en 2009-2010? Et qu'est-ce qui explique la différence entre les projections de l'industrie et celles de CBC/Radio-Canada?

Le président: Allez-y, monsieur Lacroix.

M. Hubert T. Lacroix: Certainement.

Nous avons un certain nombre de méthodes de mesure, et nous assurons un suivi de nos revenus publicitaires. Nous examinons aussi les tendances. Nous estimons pouvoir dépasser la moyenne de 2,4 p. 100 de l'industrie, car, comme je l'ai dit il y a quelques secondes, les choses vont très bien pour nous, et les gens nous regardent. En nous basant là-dessus et sur des moyennes simples des données que nous connaissons, nous croyons que l'augmentation de 2,8 p. 100 prévue dans le budget est atteignable et réalisable.

Le président: Merci beaucoup, messieurs Wilfert et Lacroix.

[Français]

Madame Lavallée, vous avez la parole.

Mme Carole Lavallée: Merci beaucoup.

J'aimerais revenir sur la question du budget, que je vous ai posée plus tôt, parce que votre réponse n'était pas complète.

Je vous ai demandé si, en contrepartie d'un financement gouvernemental stable, vous seriez prêts à vous priver partiellement ou totalement de revenus publicitaires. Vous m'avez dit qu'il en coûterait peut-être 400 millions de dollars pour remplacer les 300 millions de dollars que vous obtenez de cette façon. Par contre, vous ne m'avez pas dit si vous croyez qu'il y a actuellement un déséquilibre, en fait de revenus publicitaires, chez les télédiffuseurs généralistes, particulièrement au Québec. Comme vous le savez, le Bloc québécois s'occupe davantage des intérêts de ce territoire.

Trouvez-vous qu'il y a un déséquilibre actuellement? À votre avis, pourriez-vous vous priver de revenus publicitaires? Enfin, vous m'avez répondu combien ça coûterait, mais avez-vous déjà évalué combien ça coûterait par habitant?

• (1705)

M. Hubert T. Lacroix: Non, mais je présume qu'en divisant les 500 millions de dollars par le nombre de personnes qui habitent au Canada, il serait assez facile d'obtenir la réponse. Il reste que la stabilité et un engagement à long terme sont ce qui est essentiel. En effet, il serait très compliqué d'enlever à la Société Radio-Canada la possibilité de générer des revenus et de contrôler par elle-même une partie de son avenir au moyen de ses propres activités si vous continuez à ne lui assurer du financement que sur une période d'un an ou deux. Comme vous le savez peut-être, cette période est de 10 ans en Angleterre et de 3 ans en Australie.

Mme Carole Lavallée: Je vous comprends parfaitement bien. Vous savez que la position du Bloc québécois veut qu'on vous permette d'obtenir un financement stable, prévisible et connu d'avance pour que vous puissiez faire une planification sur plusieurs années. Le Bloc québécois a exprimé cette position dans le cadre de plusieurs rapports, y compris le dernier, qui a été émis l'année passée. Dans notre étude sur la télévision, nous avons fait valoir que vous devriez bénéficier d'un financement par habitant et avoir la possibilité de vous passer de revenus publicitaires.

Si on s'engageait à vous fournir un financement prévisible et stable, serait-il souhaitable, selon vous, que Radio-Canada n'ait plus recours à la publicité?

M. Hubert T. Lacroix: Madame Lavallée, il faudrait évaluer les conséquences et les engagements que le gouvernement nous fournirait à l'égard du financement dont nous disposerions. Il faudrait évaluer les répercussions que ça aurait sur notre programmation et nous assurer que cette somme ne changerait pas pendant toute la durée de la licence.

M. Sylvain Lafrance: Aucune règle de trois ne nous permet de dire qu'en cessant d'avoir recours à la publicité, Radio-Canada aiderait les réseaux privés. Pour illustrer la chose, l'exemple récent de France Télévisions est parfait. En effet, ce que France Télévisions n'a pas vendu, en matière de publicité, ne s'est pas transformé en publicité pour les télédiffuseurs privés; c'est allé ailleurs. Tout le monde en France a été complètement surpris. Il faut donc être un peu prudent quand il s'agit de ce genre de calcul, parce que le monde des médias est si changeant, actuellement, qu'on ne sait pas vraiment à quoi peut donner lieu un changement de cette envergure. Il s'est avéré que les gens de France Télévisions sont allés un peu à contresens, dans ce cas.

M. Hubert T. Lacroix: Il n'y a pas de lien automatique entre l'action de retirer l'argent à CBC/Radio-Canada et celle consistant à le donner tout de suite, par l'intermédiaire de la publicité, aux autres diffuseurs.

Mme Carole Lavallée: J'aimerais vous parler de l'information hyper locale. Mon comté, Saint-Bruno—Saint-Hubert, couvre une partie de Longueuil. Vous parlez d'y faire de l'information hyper locale. Je veux savoir exactement ce que ça implique. Est-ce à dire que vos journalistes vont commencer à couvrir les conférences de presse des députés de Saint-Bruno—Saint-Hubert?

M. Sylvain Lafrance: Pour ce qui est du projet qui couvre Longueuil, qu'on va appeler le projet Rive-Nord/Rive-Sud, nous voyons que nous ne sommes pas en nombre suffisant dans ces endroits où la population est quand même nombreuse. Il faut des journalistes, mais il faut autre chose également parce que, de plus en plus, les gens de la première et de la deuxième couronne vivent leur vie culturelle, économique et sociale sur la Rive-Sud. Ils ont des problèmes de transport que les autres n'ont pas. Pour ce qui est de l'aspect sociodémographique, on note qu'il y a beaucoup de jeunes familles.

Nous pensons qu'il faut mettre sur pied des services adaptés pour ces gens et participer à l'expression de la politique locale et régionale de ces deux grands centres que sont la Rive-Sud et la Rive-Nord. Nous sommes en train de déterminer comment y arriver. C'est en grande partie le numérique qui va nous permettre de le faire. Il est clair que ça vise cet objectif, mais ce n'est pas seulement en matière journalistique. Ça touche aussi la vie sociale, culturelle et politique des habitants de ces régions.

Le président: Merci, madame Lavallée et monsieur Lafrance.

J'aimerais poser une question.

[Traduction]

Vous avez dit que vous utiliseriez la radio en tant que canal de transmission pour élargir votre auditoire. La CBC donnera-t-elle au Sud-Ouest de l'Ontario une nouvelle station de radio locale?

M. Hubert T. Lacroix: Ainsi que Kirstine l'a dit, de nombreux critères seront considérés au fil de la mise en oeuvre de ce plan, notamment le nombre d'habitants des collectivités qui ne sont pas desservies, la concurrence et le nombre d'autres joueurs sur le territoire. Au cours des cinq prochaines années, nous déterminerons quels sont les meilleurs endroits où étendre nos services.

• (1710)

Le président: Je peux vous dire qu'ils y seraient très bien accueillis.

Merci beaucoup de vos témoignages. Ils étaient fort instructifs, et je vous sais gré de tous vos commentaires et questions sur le sujet.

Nous allons permettre à nos trois témoins de partir.

Je cède la parole à M. Del Mastro.

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

On a porté à mon attention que l'organisation Friends of Canadian Broadcasting, qui a en partie inspiré cette série de mini-audiences que nous tenons, sera dans l'incapacité d'assister à la séance de mercredi en raison d'un conflit d'horaire. Comme je tiens à donner à cette organisation la possibilité de comparaître — et je suis certain que c'est également le cas pour tous les membres du comité —, je propose que nous réservions une autre séance pour permettre à ses représentants de venir. Je crois qu'ils ont indiqué qu'ils pourraient être là au cours de la première semaine de mars.

Le président: C'est ce que je ferai, si les membres sont d'accord.

Madame Lavallée.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je voudrais savoir, monsieur le président, si vous avez reçu d'autres demandes de la part de gens qui veulent témoigner au sujet du plan de CBC/Radio-Canada.

Le président: Non.

Mme Carole Lavallée: Est-ce que M. le greffier en a reçu?

Le président: Oui. Il y a l'Alliance de la francophonie de Timmins, qui vient du comté de M. Angus; l'Association canadienne-française de l'Ontario pour la région du Timiskaming, qui vient également du comté de M. Angus; et le groupe I Love CBC, de Peterborough. Il y a aussi eu une demande de M. Scarpaleggia.

[Traduction]

Friends of Canadian Broadcasting est un groupe qui a demandé à comparaître, tout comme Quebecor Media Inc.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Quel est le principe selon lequel on en accueille certains et pas d'autres?

Le président: Nous avons un accord qui consiste à avoir deux réunions sur cet enjeu, aujourd'hui et mercredi. Cependant, les témoins, Friends of Canadian Broadcasting, ont indiqué qu'ils ne pouvaient pas se présenter mercredi.

C'est ce dont nous discutons maintenant.

Mme Carole Lavallée: D'accord. Il s'agit simplement de maintenir de justes principes d'acceptation et de refus pour tout le monde.

[Traduction]

Le président: En ce qui a trait à la liste, cinq témoins ont demandé à comparaître,

[Français]

dont l'Alliance de la francophonie de Timmins, l'Association canadienne-française de l'Ontario pour la région du Timiskaming,

[Traduction]

I Love CBC-Peterborough, Friends of Canadian Broadcasting et Quebecor Media Inc.

M. Dean Del Mastro: Ils n'ont pas réellement demandé à témoigner. M. Scarpaleggia a demandé...

Le président: Oui.

Mercredi, nous recevrons le ministre et les fonctionnaires. Nous sommes seulement tombés d'accord sur deux séances, alors ce que je vous dirais aujourd'hui, c'est que si vous voulez une troisième séance, il faudra que vous me donniez des instructions en ce sens. Je n'allais pas convoquer une troisième séance pour recevoir ces autres témoins, parce que vous ne m'aviez pas donné cette directive. En tant que président, j'ai basé mes décisions sur les instructions que vous m'avez données. Et selon celles d'il y a quelques semaines, nous devons avoir deux séances, l'une pour CBC/Radio-Canada et l'autre pour le ministre et les fonctionnaires de Patrimoine Canada. M. Del Mastro suggère que nous réservions une troisième séance à la comparution de Friends of Canadian Broadcasting. Il revient au comité de me donner des instructions à cet égard.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Merci.

J'avais cru comprendre — car certains de ces groupes m'ont appelé —, que Friends ne pouvait pas venir et que ce groupe de Peterborough devait prendre sa place. D'après ce que j'ai compris, ils croyaient qu'on les recevrait mercredi. Alors j'ignore ce qui s'est passé, mais je...

Le président: J'ai demandé au greffier de changer les témoins prévus pour mercredi, car je jugeais inapproprié de faire témoigner seulement l'un de ces groupes de témoins tiers devant notre comité, sans qu'on donne cette possibilité aux quatre autres. À titre de président, j'ai pris la décision de modifier l'avis de convocation pour que nous recevions seulement le ministre et les fonctionnaires du ministère.

M. Charlie Angus: J'aimerais leur accorder une heure. Je serais mal à l'aise qu'un seul témoin parle pendant une heure.

J'aimerais savoir s'il est possible qu'Alliance ou l'ACFO comparaissent, car je sais que cela les intéressait. Je pense que des raisons de santé sont à l'origine du fait qu'ils ne puissent pas venir. Mais je voudrais bien entendre un autre point de vue, particulièrement celui de la communauté des francophones hors Québec. Ce serait utile. S'ils ne peuvent pas y être, la vie continuera, mais si nous devons nous réunir le 1^{er} mars, ce serait une bonne chose. Nous entendrions quelques opinions, après quoi nous pourrions conclure cette étude.

• (1715)

Le président: D'accord.

Il s'agit donc, d'après ce que le comité semble dire, d'inviter trois témoins. Ce serait Friends of Canadian Broadcasting, l'Alliance de la francophonie de Timmins et l'Association canadienne-française de l'Ontario pour la région du Timiskaming. C'est bien cela?

Je vous suis reconnaissant de vos indications. Je m'efforcerai de caser la rencontre dans la troisième séance. Ce ne sera pas avant deux ou trois semaines parce que...

M. Pablo Rodriguez: Qui vient? Ils viennent tous?

Le président: J'invite les trois.

Monsieur Del Mastro.

M. Dean Del Mastro: Est-ce que nous invitons tous ceux qui veulent se présenter ou uniquement trois d'entre eux? Comment en arrivons-nous au chiffre de trois seulement, parce que je crains que le comité ne risque d'être...?

M. Charlie Angus: Il termine ses travaux après.

M. Dean Del Mastro: Il termine ses travaux après. Dans ce cas, pourquoi ne pas recevoir Quebecor? Ne fait-il pas partie de ceux qui demandent à témoigner?

Le président: Logiquement, si nous accueillons des médias du secteur privé, nous devons également inviter les autres grandes chaînes nationales.

M. Dean Del Mastro: Je suis d'accord.

Le président: Jusqu'ici, les trois témoins invités sont des personnes morales sans but lucratif qui s'intéressent à...

M. Dean Del Mastro: Dites-moi encore qui vous invitez.

Le président: L'Alliance de la francophonie de Timmins, l'Association canadienne-française de l'Ontario, Friends of Canadian Broadcasting.

M. Dean Del Mastro: Il n'y a pas de suppléant. Ce sont les seuls invités. S'ils ne se présentent pas, tant pis.

Le président: J'invite ces trois témoins, si c'est ce que vous demandez. Mais je tiens à vous prévenir: il pourrait se passer deux ou trois semaines avant que je ne puisse caser leur comparution. Friends of Canadian Broadcasting a informé le comité qu'il ne peut pas se libérer avant la première semaine de mars, au plus tôt.

Une voix: Donc personne du secteur privé.

Le président: C'est bien. C'est ce que je vais faire. Merci beaucoup.

Passons maintenant au second point à l'ordre du jour, les travaux du comité. Nous sommes saisis de deux motions. Nous allons les prendre dans l'ordre dans lequel je les ai reçues.

Nous avons reçu un avis de motion de M. Angus.

Voudriez-vous lire et proposer votre motion?

M. Charlie Angus: Merci.

Vous nous avez demandé, à Mme Lavallée et à moi, si nous pouvions rédiger la motion. Volontiers. Cependant, vendredi, je crois, j'ai envoyé un amendement que j'aimerais lire de manière à ce que nous puissions faire d'une pierre deux coups.

Le président: Allez-y, je vous en prie.

M. Charlie Angus: Je ne vois pas d'objection à employer le libellé de la motion de Mme Lavallée, mais l'amendement que je propose concerne la sélection des candidats, et j'ai pensé que c'était ce dont nous voulions entendre parler.

Il est proposé de demander à Tom Pentefountas, le nouveau vice-président (Radiodiffusion) du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de venir présenter au Comité permanent du Patrimoine canadien sa vision et ses réflexions concernant: les tendances mondiales, sociétales et économiques de la radiodiffusion; les politiques du gouvernement et de leurs liens avec le CRTC; le cadre législatif et la réglementation dans lequel fonctionnent les industries de radiodiffusion et de télécommunications au Canada et à l'étranger; ainsi que les grandes questions liées à la convergence des médias.

En outre, que le Comité convoque des témoins du ministère du Patrimoine canadien, du Conseil privé et du Cabinet du Premier ministre afin qu'ils expliquent les critères d'évaluation des demandes, le processus employé pour approuver la liste de candidats et les délais d'exécution des entrevues précédant la nomination.

En outre, que le Comité demande des copies des demandes présentées au CRTC pour l'obtention du poste de vice-président ainsi que les listes restreintes de candidats à ce poste.

Le président: Pour information, je n'ai pas reçu d'avis de nomination de cette personne par décret. Vous voulez donc que je demande au greffier de trouver des éléments d'information dont l'existence est hypothétique. Nous n'avons pas reçu avis d'une nomination par décret. Nous ignorons si la nomination a fait l'objet d'une publication dans la Gazette du Canada ou si même elle a eu lieu. J'ai lu les nouvelles, comme vous tous, mais nous n'avons pas reçu d'avis.

• (1720)

M. Charlie Angus: Nous sommes dans une drôle de situation. Normalement, nous lirions quelque chose sur une nomination par décret, puis nous serions invités à présenter... Nous avons plutôt lu un communiqué du ministre annonçant le poste.

Le processus est bizarre. Normalement, il y aurait un décret, mais comme, d'après le communiqué, il y en a eu un, j'ai besoin d'au moins de m'informer sur le processus.

Nous savons que le Conseil privé a eu quelque chose à voir dans la nomination, que le ministère du Patrimoine canadien y a certainement été mêlé et que le Cabinet du Premier ministre était impliqué. J'aimerais connaître le processus, les modalités de la nomination et les échéanciers.

Le président: D'accord. Nous avons une motion, qui a été lue par M. Angus.

La parole est à M. Del Mastro.

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

Vous savez, c'est drôle. Je suis secrétaire parlementaire pour le ministère. M. Angus répète à satiété que nous savons telle ou telle chose. En fait, j'ignore tout de ses allégations concernant le Cabinet du Premier ministre. Il connaîtrait le nombre de candidatures, les candidats compétents et ceux qui ne l'étaient pas. J'ignore tout de ces choses, parce que, en fait, il s'agit de renseignements protégés. On ne les publie pas. Je suppose que c'est pour respecter et protéger la vie privée.

D'abord, je ne pense pas que M. Pentefountas craigne de comparaître devant le comité. J'ignore le rôle que cela joue dans sa comparaison. Mais si tel est le désir des membres de l'opposition, je suis assez certain qu'il se présentera.

En ce qui concerne une chasse aux sorcières élargie, qui s'intéressait aux modalités des nominations, aux processus utilisés ou à la raison pour laquelle un membre du NPD n'a pas obtenu le poste, je ne suis pas convaincu de son utilité à long terme. En fait, je pense que cela entache tout le processus des nominations. À l'avenir, il sera très difficile pour le gouvernement de trouver des candidats qualifiés et de proposer leurs noms. Il sait que, ainsi, il les exposerait au supplice d'un tribunal de pacotille formé de parlementaires et à un traitement journalistique inconcevable.

Certains se portent candidats à des postes politiques et d'autres non. Souvent, dans ce dernier cas, ils ne veulent pas se soumettre à un processus politique. Mais ils risquent de se retrouver dans cette position si tous les processus de nomination que nous entamons comportent bientôt une convocation devant le Parlement, avec embarras à la clé.

S'il vous plaît, ne m'interrompez pas tout de suite, monsieur le président. Je suis près de conclure.

Monsieur le président, pour ceux qui ne connaissent pas le processus utilisé par le CRTC, le vice-président dont nous parlons venait du Québec. Il le fallait. C'est pourquoi nous n'avons accepté de candidatures que du Québec. En même temps, tous savent, parce que nous en avons pris l'engagement, que le prochain président du CRTC viendra du Québec. Et cela aura lieu dans moins d'un an.

Je dirais que si le processus risque de tourner au cirque, nous risquons fortement de réduire nos chances d'attirer de bons candidats du Québec pour la présidence, s'ils craignent d'être soumis à une parodie de justice au Parlement. Je vous enjoins de tenir compte de ce risque.

Le président: Merci, monsieur Del Mastro.

Monsieur Angus, avant de céder la parole à Mme Lavallée, pourriez-vous simplement expliquer la dernière partie de la motion que vous avez jointe au texte?

M. Charlie Angus: Oui. J'y retourne. J'ai pensé que j'aurais eu...

Le président: Le greffier et les analystes n'ont pas tout saisi.

M. Charlie Angus: Voici: que le comité demande des copies des demandes présentées au CRTC pour l'obtention du poste de vice-président ainsi que les listes restreintes de candidats à ce poste.

Encore une fois, dans le souci de respecter la vie privée, nous n'avons pas besoin de connaître les noms. Mais je pense que nous devrions savoir combien de candidatures se sont manifestées et connaître la teneur de la liste restreinte. M. Del Mastro dit qu'il ne sait rien de ces choses. Je l'ignore. Je pense qu'il serait bon, dès que nous connaissons la nature du processus, de pouvoir retourner à nos affaires. C'est tout ce que je demande.

• (1725)

Le président: Merci.

[Français]

Ce sera maintenant à Mme Lavallée, puis à Mme Crombie.

[Traduction]

Mesdames et messieurs, sachez qu'il ne nous reste que cinq minutes.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je voudrais juste prendre quelques secondes pour vous dire que le texte de ma motion est tiré directement de la description de tâches. Je ne l'ai donc pas inventé. On dit que le candidat doit avoir une grande connaissance des éléments qui sont là. On dit aussi que ça ne doit pas être quelqu'un qui vient du Québec, mais quelqu'un qui est francophone. C'est dans la description de tâches.

Le président: Merci.

La parole est à M. Rodriguez, puis ce sera au tour de Mme Crombie.

M. Pablo Rodriguez: C'est un sujet délicat qui a son importance, mais je ne voudrais pas qu'on consacre toute une série de rencontres à ce sujet. À mon avis — et je l'ai même déjà dit publiquement —, M. Pentefountas n'est pas qualifié pour ce travail. Cela ne prendra pas deux heures de questions pour découvrir cela. Si M. Pentefountas vient témoigner, une heure sera suffisante pour son témoignage. Si on décide d'aller de l'avant avec l'autre série de questions, d'emprunter cette direction, l'autre heure pourrait être nécessaire.

Cela dit, je ferai attention à l'élément de confidentialité qu'a souligné M. Del Mastro, car il y a aussi un processus à respecter. D'une part, on veut en effet aller chercher l'information; d'autre part, on veut protéger l'identité des personnes impliquées et ne pas trop personnaliser le processus.

[Traduction]

Le président: Merci.

Madame Crombie, veuillez être brève. Il ne nous reste que trois minutes, si vous voulez que je mette la motion aux voix.

Mme Bonnie Crombie: Je tiens à profiter de l'occasion pour affirmer qu'il ne s'agit nullement d'une chasse aux sorcières. Je pense que, dans les circonstances, des enjeux sont très importants, le principal étant la transparence. Le gouvernement a été élu en promettant la création d'une commission chargée des nominations et il n'a jamais constitué cet organisme. Il est donc très important pour nous de nous instruire davantage sur le processus.

Quel est le processus de nomination des candidats? Il est essentiel que nous sachions ce qu'il comporte. Quelles qualités exige-t-on des candidats? Qui est apte à occuper le poste et d'après quels critères? Je pense qu'il importe pour nous de comprendre ces mécanismes avant de proposer un nom.

Les audiences télévisées sont monnaie courante aux États-Unis. Nous ne voulons pas aller jusque-là. Nous demandons de mieux comprendre le processus.

Merci.

[Français]

Le président: C'est à vous, monsieur Pomerleau. Soyez bref.

M. Roger Pomerleau: Je vais être bref.

J'abonde dans le sens qu'on doit recevoir M. Pentefountas, en effet. Malheureusement, la politique étant ce qu'elle est, quelqu'un voulant occuper un poste politique doit s'attendre à être interrogé, parce qu'il va être payé par les deniers de l'État, et il doit répondre ouvertement de sa capacité d'occuper ou non ce poste.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Del Mastro, il vous reste deux minutes de temps de parole dans cette séance.

M. Dean Del Mastro: Je ne crois pas que M. Pentefountas s'opposera à sa comparution, mais si vous transformez la rencontre en cirque...

Je suppose — et je tiens à obtenir des éclaircissements de la présidence à ce sujet — que vous mettez d'abord l'amendement aux voix, puis la motion amendée.

Le président: Non, je mets la motion aux voix. Il n'y a pas d'amendement proposé.

M. Dean Del Mastro: Il doit y avoir un amendement, parce qu'aucune des deux motions que j'ai ne se lit comme...

Le président: Non. M. Angus a lu la motion pour qu'elle figure dans le compte rendu. Oubliez les versions imprimées. Elles sont périmées. La motion a été lue pour figurer dans le compte rendu,

comme l'a proposé M. Angus. C'est la motion dont nous nous occupons.

M. Dean Del Mastro: Donc, aucune de ces motions n'est celle qui est mise aux voix.

Le président: Ce sont simplement des avis de motion. M. Angus a proposé une motion différente, qu'il a lue pour qu'elle figure dans le compte rendu.

M. Dean Del Mastro: Je ne connais pas cette façon de faire, parce que, dans tous les autres comités dont j'ai fait partie, on reçoit la motion, on peut l'amender au moyen d'une mise aux voix, puis on la met aux voix.

Le président: Notre marche à suivre est simple. Les membres doivent donner des avis de motion pour les questions qui ne figurent pas à l'ordre du jour. Deux de nos membres ont donné des avis de motion pour discuter d'un sujet particulier, la supposée nomination de M. Tom Pentefountas au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. C'est le sujet de la discussion d'aujourd'hui. Chaque membre peut donc proposer une motion à cet égard.

M. Angus a proposé une motion, qui est recevable. C'est de cette motion, qu'il a proposée verbalement et qu'il a lue pour qu'elle figure dans le compte rendu, dont il s'agit actuellement.

● (1730)

M. Dean Del Mastro: Le ministre sera ici mercredi, et j'imagine que l'on pourra alors lui poser beaucoup de questions touchant ce que j'appellerais un amendement de la motion de Mme Lavallée. Mais je mets en garde les membres: si c'est le processus et la méthode que nous emploierons...

Je me souviens que nous nous sommes engagés à créer un organisme distinct pour s'occuper des nominations, mais, également, que notre poulain, le PDG de l'année, a été récusé par l'opposition, qui ne lui trouvait pas les qualités requises. C'est pourquoi nous n'avons pas voulu soumettre d'autres candidats à cette parodie de tribunal.

Si nous employons cette méthode, je crains que ce ne soit un jour triste, très triste pour notre processus politique.

Le président: Merci beaucoup.

Y a-t-il d'autres interventions?

Il y a d'autres interventions, mais notre temps est écoulé. Je vais donc trouver du temps, à une autre date, pour poursuivre le débat. Je ne peux pas mettre la question aux voix. On ne peut pas clore le débat sur une motion. Le débat se poursuivra donc à notre prochaine réunion, après la comparution du ministre et des agents du ministère. J'y accorderai une demi-heure, puisque je constate que 15 minutes n'ont pas suffi aujourd'hui.

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>