

**Suivis de la comparution du ministre Guilbeault et des hauts fonctionnaires sur le Budget principal des dépenses et le Budget supplémentaire des dépenses (B) 2020-2021 devant le Comité permanent du patrimoine canadien (CHPC)
5 novembre 2020**

**Follow-ups from the appearance of Minister Guilbeault and officials on the Main Estimates and Supplementary Estimates (B) 2020-21 before the Standing Committee on Canadian Heritage (CHPC)
November 5, 2020**

**Suivi #1 Financement de l'ONF
Follow-up #1 NFB Funding**

Mme Heather McPherson (NPD) : *Je veux seulement obtenir une précision, monsieur Piché. Il n'y a pas eu de réduction à l'Office national du film, sauf pour ces fonds qui ont servi au déménagement du siège social, n'est-ce pas? [...] Je serais ravie d'obtenir de plus amples renseignements à ce sujet.*

Le Budget principal des dépenses 2020-2021 de l'Office national du film du Canada (ONF) est de 64,9 millions de dollars, soit une diminution d'environ 3,5 millions de dollars ou 5,1 % par rapport à 2019-2020.

L'explication détaillée de l'écart de financement dans le Budget principal des dépenses est la suivante :

- une diminution de 4,6 millions de dollars liée au financement octroyé en 2019-2020 au moyen d'un prêt remboursable pour le déménagement de son siège social dans le Quartier des spectacles à Montréal;
- une diminution de 1,2 million de dollars pour le remboursement en 2020-21 du prêt provenant de la réserve de gestion du Conseil du Trésor pour financer le déménagement de son siège social dans le Quartier des spectacles à Montréal; et,
- ces diminutions sont partiellement compensées par une augmentation de 2,3 millions de dollars pour les rajustements salariaux négociés et un changement lié aux taux du régime d'avantages sociaux des employés.

L'ONF produit des œuvres qui présentent des perspectives originales sur la réalité canadienne tout en créant un lien d'engagement fort avec les publics d'ici et d'ailleurs.

Ms. Heather McPherson (NDP): *I just want to clarify, Monsieur Piché, that there has not been a cut to the National Film Board except for those funds that went along with the moving of the head office, is that correct? [...] I'd love more information about that.*

The 2020–21 Main Estimates for the National Film Board of Canada (NFB) are \$64.9 million, a decrease of approximately \$3.5M or 5.1% compared with the 2019–20 Main Estimates.

The detailed explanation for the variation in Main Estimates funding is as follows:

- a decrease of \$4.6M in funding provided in 2019-20 by way of a repayable loan to move the NFB's headquarters to the Quartier des spectacles in Montreal;

- a decrease of \$1.2M in 2020-21 towards the repayment of the loan from the Treasury Board Management Reserve to finance the move of its headquarters; and,
- these decreases are partially offset by an increase of \$2.3M in funding for negotiated salary adjustments and a change in the Employee Benefit Plan rate.

The NFB produces works that reflect original perspectives on Canadian realities while, at the same time, resonating with national and international audiences.

**Suivi #2 Dépenses en publicité imprimé et numérique
Follow-up #2 Spending on print and digital advertising**

M. Martin Shields (PCC): *Combien d'argent est allé à la publicité dans les hebdomadaires canadiens? La publicité imprimée, l'argent du ministère du Patrimoine, non au soutien accordé par un autre programme, seulement le montant consacré à la publicité hebdomadaire dans la presse imprimée. [...]*

Mme Heather McPherson (NPD): *Combien d'argent est allé à la publicité sur Facebook? [...]*

M. Martin Shields (PCC) : *Pouvons-nous alors obtenir les chiffres pour la publicité imprimée et numérique sous la rubrique « Patrimoine »?*

	DÉPENSES EN PUBLICITÉ 2020-2021 (du 1er avril 2020 au 13 novembre 2020)
IMPRIMÉ	0 \$
FACEBOOK	80 181 \$
NUMÉRIQUES	436 620.06 \$ (Note 1)
Note 1 - Ce montant inclut les dépenses Facebook	

Mr. Martin Shields (CPC): *What I would like to know is the amount of money that went to advertising in weekly newspapers in Canada? What was the amount of money spent on print advertising out of heritage—not to support under any other program—that was paid to weekly advertising in their print paper? [...]*

Ms. Heather McPherson: *I also wanted it added to how much was spent on Facebook ads, if I could. [...] Can we get the print and digital under heritage?*

	ADVERTISING SPENDING 2020-21 (from April 1, 2020 to November 13, 2020)
PRINT	\$0
FACEBOOK	\$80,181
DIGITAL	\$436,620.06 (Note 1)
Note 1 - This amount includes Facebook spending	

Suivi #3 Soutien pour la ligue canadienne de hockey Follow-up #3 Support for the Canadian Hockey league

M. Kevin Waugh (PCC) : *Je sais que les ligues professionnelles ont lancé leurs activités, à part la LCF, mais je pense que nous en avons peut-être oublié une, soit la Ligue canadienne de hockey, car tellement d'équipes appartiennent aux collectivités: Baie-Comeau, Peterborough, Prince Albert, Medicine Hat, etc. J'ignore si l'une ou l'autre d'entre elles a reçu la subvention salariale. J'imagine qu'elles ont obtenu la PCU. Que ferons-nous pour ces équipes? [...] Que pouvons-nous faire pour elles? Est-ce que des mesures ont déjà été prises?*

Seules les organisations sportives qui recevaient déjà un financement (niveau de référence / excellence améliorée / nouvelle génération) du Programme de soutien au sport de Patrimoine canadien étaient admissibles au fonds d'urgence.

Le gouvernement du Canada, par l'entremise de Sport Canada, fournit des fonds aux Organismes nationaux de sport (ONS) admissibles, comme Hockey Canada, qui contribuent au développement des athlètes, des entraîneurs et des officiels. Hockey Canada est l'organisme national directeur du hockey amateur, y compris le para hockey sur glace, au Canada. L'organisation travaille en collaboration avec ses 13 branches membres et partenaires pour développer le jeu à tous les niveaux.

Les fonds du gouvernement du Canada n'appuient pas la Ligue canadienne de hockey (LCH). Le financement de Sport Canada vise le développement de la base, le développement à long terme des joueurs, le programme d'excellence de Hockey Canada, le programme de l'équipe nationale féminine, l'entraînement et l'arbitrage, ainsi que les championnats nationaux et les événements sportifs internationaux.

En ce qui concerne la reprise du jeu pour la LCH pendant la pandémie, PCH et l'Agence de la santé publique du Canada sont déjà en contact avec les responsables de la LCH pour explorer comment le gouvernement fédéral peut contribuer à la façon la plus sécuritaire de reprendre le jeu dans la protection de la santé de tous les Canadiens et Canadiennes. Il est important de noter qu'en fin de compte, ces décisions relèvent des autorités sanitaires provinciales, territoriales et locales.

Mr. Kevin Waugh (PCC) : *I know the professional leagues did get underway, other than the CFL, but I think one league that we maybe overlooked a little bit is the Canadian Hockey League, because so many teams are community-owned, you know? Baie-Comeau, Peterborough, Prince Albert, Medicine Hat and so on. Other than wage subsidy, and I don't know if any of them, I would suspect they got wage subsidy or CERB out of that, what are we going to do to these teams? [...] . What can we do for them, or is there anything you've done for them?*

Only sport organizations that already received funding (reference level / enhanced excellence / next generation) from the Sport Support Program of Canadian Heritage were eligible for the emergency fund.

The Government of Canada, through Sport Canada, provides funding to eligible National Sport Organizations (NSOs), such as Hockey Canada, that assist in the development of athletes, coaches and officials. Hockey Canada is the national governing body of amateur hockey, including para ice hockey, in Canada. The organization works in conjunction with its 13 member branches and partners to develop the game at all levels.

Government of Canada funds do not support the Canadian Hockey League (CHL). Sport Canada's funding is aimed at grassroots development, long-term player development, Hockey Canada's Program of Excellence, the women's national team program, coaching, and officiating, as well as national championships and international sport events.

With regard to the resumption of play for the CHL during the pandemic, PCH and the Public Health Agency of Canada are already in contact with the CHL officials to explore how the federal government can contribute to the safest way to resume play in protecting the health of all Canadians. It is important to note that ultimately these decisions reside with Provincial/Territorial and local Health Authorities.

Suivi #4 Information sur les programmes jeunesse de PCH Follow-up #4 Information on Youth programs at PCH

Programmes jeunesse de Patrimoine canadien

M. Scott Aitchison (PCC) : *Je me demande si des gens de votre ministère ou d'ailleurs dans votre gouvernement discutent de certains types d'aides dans le contexte de tous ces autres programmes pour soutenir les camps d'été partout au Canada.*

Le ministère du Patrimoine canadien (PCH) offre deux programmes pour les jeunes :

- Le programme Les jeunes s'engagent (LJE) : vise à renforcer le sentiment d'appartenance des jeunes au Canada par le biais de l'engagement. Dans ce contexte, les jeunes sont définis comme des personnes âgées de 7 à 30 ans. Les principaux résultats attendus du programme sont que les jeunes prennent une part active à la vie de leur communauté et qu'ils sont sensibilisés à l'importance d'être un citoyen actif et engagé. Le Programme soutient des projets qui sont dirigés par des jeunes et qui abordent au moins un des quatre thèmes suivants :
 - les arts et la culture;
 - la participation citoyenne et le service des jeunes;
 - les activités économiques; et
 - l'histoire et le patrimoine.
- Le programme Échanges Canada (EC) : soutient des initiatives de participation des jeunes qui permettent aux jeunes Canadiens de mieux connaître le Canada, de tisser des liens entre eux et de mieux apprécier la diversité et les aspects communs de la réalité canadienne. EC comporte deux volets : Échanges Jeunesse Canada, qui comprend le sous-volet Emploi d'été/Échanges étudiants, et Forums Jeunesse Canada.
 - Échanges Jeunesse Canada (EJC) : offre des échanges réciproques entre des jeunes qui participent à titre individuel ou des groupes de jeunes âgés de 12 à 17 ans. Des jeunes de différentes régions du pays sont jumelés en fonction de leur âge et de leurs intérêts. Chaque participant accueille à son tour son « jumeau » chez lui ou chez elle. Les participants contribuent activement à la planification de l'échange en communiquant régulièrement avec leur « jumeau », en effectuant des recherches sur la communauté qu'ils visiteront et en participant à des activités de collecte de fonds.
 - Sous-volet Emploi d'été/Échanges étudiants (EEEE) : Ce programme d'emplois d'été d'une durée de six semaines aide les étudiants âgés de 16 et 17 ans à trouver un emploi dans une communauté d'une province autre que la leur. Les communautés sont jumelées de façon à permettre aux participants de travailler dans leur deuxième langue officielle et de vivre dans la famille de l'étudiant avec lequel ils ont été jumelés.
 - Forums Jeunesse Canada (FJC) : accorde un financement aux organismes canadiens qui offrent des ateliers, des forums et des conférences pour des jeunes – généralement âgés de 14 à 25 ans – qui partagent une passion pour l'histoire, les institutions et les enjeux canadiens, les langues officielles, les sports ou les arts.

Financement de camps d'été par l'intermédiaire des programmes jeunesse de PCH :

Le programme Les Jeunes s'engagent ne finance pas de camps d'été.

Le volet Forums Jeunesse Canada (FJC) du programme Échanges Canada vise à aider les jeunes à améliorer leur connaissance et leur compréhension du Canada tout en tissant des liens avec d'autres jeunes Canadiens. Bien que les camps d'été ne soient pas l'un des grands objectifs du Programme, un financement peut être accordé pour certains des coûts associés à l'organisation d'un camp d'été destiné aux jeunes.

Le volet FJC tient un appel de propositions annuel pour le financement de projets. La date limite de présentation d'une demande est habituellement fixée au début octobre de chaque année. La date limite de soumission d'une demande pour des projets se déroulant entre le 1^{er} avril 2021 et le 31 mars 2022 était le 8 octobre 2020; le processus d'appel est maintenant clos.

Ici-bas un exemple de projet du volet FJC qui a reçu du financement pour un camp tenu pendant l'été :

LOVE: Vivre sans Violence

En août 2017 et 2019, l'organisme a offert **un camp de cinq jours** pour des jeunes de 15 à 21 ans de différentes régions (Colombie-Britannique, Ontario, Québec et Nouvelle-Écosse) afin de favoriser la discussion et les échanges ainsi que de soutenir les jeunes qui bâtissent des ponts culturels entre les différentes communautés du pays. Le forum a été conçu pour reconnaître les nombreuses expériences vécues par les jeunes, les défis auxquels ils sont confrontés et les moyens d'encourager leur participation au façonnement de l'avenir du Canada. Les activités du forum ont porté sur l'histoire nationale, le patrimoine du Canada et la diversité au sein de la société canadienne, et une attention particulière a été accordée aux échanges interculturels, y compris la réconciliation. Les activités visaient à fournir aux jeunes le cadre, les outils et l'encouragement dont ils ont besoin pour contribuer au changement dans leurs communautés respectives.

Youth Programs at the Department of Canadian Heritage

Mr. Scott Aitchison (CPC): *I'm wondering if there's been any discussion amongst your ministry or other folks that you govern about some kind of supports within the context of all these other programs to support summer camps across Canada.*

The Department of Canadian Heritage (PCH) offers two youth programs:

- The Youth Take Charge Program (YTC): aims to strengthen youth attachment to Canada through engagement. In this context, youth is defined as individuals between 7 and 30 years of age. The Program's key expected results include youth being engaged in communities and aware of the importance of being an active and engaged citizen. The Program supports youth-led projects that include activities in one or more of four thematic areas:
 - Arts and culture;
 - Civic engagement and youth service;
 - Economic activities; and
 - History and heritage.
- The Exchanges Canada Program (ECP): supports youth participation initiatives that allow young Canadians to learn more about Canada, connect with one another, and better appreciate the diversity and shared aspects of the Canadian experience. ECP has two components: Youth Exchanges Canada, which includes the Summer Work / Student Exchange sub-component, and Youth Forums Canada.
 - Youth Exchanges Canada (YEC): offers reciprocal exchanges for individual youth or groups of youth, between the ages of 12 and 17. Youth from different parts of the country are paired according to their ages and interests. Each participant takes a turn hosting their "twin" in their home. Participants play an active role in planning the exchange by communicating regularly with their "twin," doing research on the community that they will visit and participating in fundraising activities.
 - Summer Work / Student Exchange sub-component (SWSE): This six-week, summer work program for students (aged 16 to 17) finds jobs for participants in communities in another province. Communities are paired so that students work in their second official language and live with the family of the student with whom they have been paired.
 - Youth Forums Canada (YFC): funds Canadian organizations that provide workshops, forums, and conferences that connect youth – generally between the ages of 14 and 25 – who share a passion for Canadian issues, institutions, history, official languages, sports or the arts.

Funding of Summer Camps through Youth Programs at PCH:

The Youth Take Charge program does not fund summer camps.

The Youth Forums Canada (YFC) component of the Exchanges Canada Program aims to help youth enhance their knowledge and understanding of Canada, while connecting with other young Canadians. Although summer camps are not a primary focus of the Program, some costs to deliver a summer camp for youth may be eligible for funding.

YFC hosts an annual competitive intake for project funding. The application deadline normally occurs in early October each year. The deadline for submitting an application for projects taking place between April 1, 2021 and March 31, 2022 was October 8, 2020, and that funding competition is now closed.

Below is an example of a YFC project that received funding for a camp occurring in the summer:

LOVE: Leave out Violence

In August of 2017 and 2019, the organization delivered **a five-day camp** for youth, aged 15 and 21, from various regions (British Columbia, Ontario, Québec and to Nova Scotia) to discuss, exchange, and support young people in building cultural bridges in communities across Canada. The forum was designed to acknowledge the many different lived experiences of youth, the challenges they face, and ways in which more young people can be engaged to have a voice in shaping the future of Canada. The forum focused on Canadian history and heritage, diversity within the context of Canadian society, and had an emphasis on intercultural exchange, including reconciliation. The programming aimed to provide youth with the framework, tools, and encouragement to return home and make a difference in their communities.

Suivi #5 Modèles de calculs utilisés pour la projection des revenus provenant des nouveaux médias numériques et pour les contributions au Fonds des médias du Canada (Projet de loi C-10)

Follow-up #5 Calculation models used for projection of revenues from new digital media and for contributions to the Canada Media Fund (Bill C-10)

M. Alain Rayes (PCC) : *Ma question était s'il était possible d'avoir accès au modèle de calcul que vous avez utilisé ou aux données que vous avez par rapport aux médias conventionnels et que vous avez transposées. J'aimerais savoir si l'on peut avoir accès à ces informations, s'il vous plaît. [...] Je me demandais en même temps, s'il était possible quant au Fonds des médias du Canada, d'obtenir ces mêmes calculs.*

PCH prévoit que les contributions des radiodiffuseurs en ligne (pour tous les types de radiodiffuseurs en ligne que nous considérons comme étant susceptibles d'être assujettis à la loi, y compris l'audio et l'audiovisuel) au contenu et aux créateurs canadiens pourraient atteindre 830 millions de dollars par an d'ici 2023. Cette estimation de 830 millions de dollars suppose que le CRTC imposerait aux radiodiffuseurs en ligne des exigences semblables à celles qui sont actuellement imposées aux radiodiffuseurs traditionnels et se fonde sur les estimations de PCH concernant les revenus des radiodiffuseurs en ligne. Il est important de noter que ce chiffre est donné à titre d'illustration et s'inspire des données disponibles présentement. Pour finir, c'est le CRTC qui décidera de la forme que prendra cette contribution ; par conséquent, les 830 millions de dollars estimés peuvent varier considérablement selon la réalité.

Cette approximation repose sur l'hypothèse que les radiodiffuseurs en ligne se verront imposer des exigences similaires à celles qui sont actuellement imposées aux radiodiffuseurs traditionnels. Ainsi, elle suppose une "exigence de dépenses à la programmation canadienne" à un taux de 30 % des revenus pour les services qui ont pour activité la commande et l'acquisition de contenu. Une exigence de dépenses est une obligation selon laquelle un pourcentage des revenus obtenus sur le marché canadien doit être consacré à la production, à l'octroi de licences et à la diffusion de contenu canadien. Nous prévoyons que les exigences en matière de dépenses constitueront la grande majorité des 830 millions de dollars de contributions estimées.

Le calcul suppose également que les services de radiodiffusion en ligne qui n'ont pas pour activité la commande et l'acquisition de contenu contribueront au système de radiodiffusion canadien par des prélèvements destinés à divers fonds de développement. Par conséquent, on suppose que ces types de services de radiodiffusion contribueront un pourcentage de leurs revenus annuels aux fonds de production (par exemple, les fonds de production indépendants certifiés, le Fonds des médias du Canada et le modèle de développement du contenu canadien) à des taux historiquement fixés par le CRTC.

Mr. Alain Rayes (CPC): *I would like to know whether it would be possible to have access to the calculation method you used or to the data you applied to the conventional media. Can we have access to that information, please? [...] Would it also be possible to get those same calculations for the Canada Media Fund?*

PCH projects online broadcasters' contributions (for all types of online broadcasters that we view as likely to fall under the Act, including both audio and audiovisual) to Canadian content and creators could reach \$830 million annually by 2023. This \$830 million estimate assumes that the CRTC would impose similar requirements on online broadcasters as are currently imposed on traditional broadcasters and is based on PCH estimates of online broadcaster revenues. It is important to note that this figure is for illustrative purposes and modelled on currently available data. The CRTC will ultimately decide on the form of this contribution; as a result, the \$830 million may vary significantly in practice.

This estimate relies on an assumption that online broadcasters will have similar requirements imposed on them as those currently imposed on traditional broadcasters. Therefore, it assumes a "Canadian Programming

Expenditure requirement" at a rate of 30% of revenues for services that are in the business of commissioning and acquiring content. An expenditure requirement is a requirement that a percentage of revenues earned in the Canadian market are directed towards producing, licensing, and broadcasting Canadian content. We expect that spending requirements would make up the vast majority of the \$830 million in estimated contributions.

The calculation also assumes that online broadcasting services that are not in the business of commissioning and acquiring content will contribute to the Canadian broadcasting system through levies directed to various development funds. Therefore, it is assumed that these types of broadcasting services will contribute a percentage of their annual revenues to production funds (e.g. Certified Independent Production Funds, Canada Media Fund, and the Canadian Content Development model) at rates historically set by the CRTC.