



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

# **RAPPORT PROVISOIRE DÉCOULANT DE L'ÉTUDE SUR LES MÉDIAS : L'IMPACT DE LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE**

**Rapport du Comité permanent  
du patrimoine canadien**

**La présidente  
L'hon. Hedy Fry**

**DÉCEMBRE 2016  
42<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION**

---

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.

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

**RAPPORT PROVISOIRE DÉCOULANT DE L'ÉTUDE  
SUR LES MÉDIAS : L'IMPACT DE LA  
TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE**

**Rapport du Comité permanent  
du patrimoine canadien**

**La présidente  
L'hon. Hedy Fry**

**DÉCEMBRE 2016  
42<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION**



# COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

## PRÉSIDENT

L'hon. Hedy Fry

## VICE-PRÉSIDENTS

Larry Maguire

Pierre Nantel

## MEMBRES

Pierre Breton

Julie Dabrusin

Seamus O'Regan

Darrell Samson

L'hon. Peter Van Loan

Dan Vandal

Kevin Waugh

## AUTRES DÉPUTÉS QUI ONT PARTICIPÉ

L'hon. Larry Bagnell

John Barlow

Greg Fergus

Andy Fillmore

Pat Finnigan

Matt Jeneroux

Robert Kitchen

Alistair MacGregor

Alexandra Mendès

Marco Mendicino

Joe Peschisolido

L'hon. Pierre Poilievre

Peter Schiefke

Scott Simms

Adam Vaughan

Mark Warawa

## GREFFIER DU COMITÉ

Jean-François Lafleur

## BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

### Service d'information et de recherche parlementaires

Marion Ménard

Maxime-Olivier Thibodeau



# **LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN**

a l'honneur de présenter son

## **TROISIÈME RAPPORT**

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, le Comité a étudié les médias et les communautés locales et a convenu de faire rapport de ce qui suit :





# TABLE DES MATIÈRES

---

LISTE DES ACRONYMES .....	IX
PRÉAMBULE .....	XI
RAPPORT PROVISOIRE DÉCOULANT DE L'ÉTUDE SUR LES MÉDIAS : L'IMPACT DE LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE .....	1
Le mandat du Comité .....	1
Les médias en tant que pilier de la démocratie .....	1
Les consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique .....	2
LES MÉDIAS IMPRIMÉS : DES DOLLARS ANALOGIQUES POUR DES CENTS NUMÉRIQUES .....	3
LES MÉDIAS NUMÉRIQUES .....	4
Des mesures pour faciliter la transition vers le monde numérique .....	7
Quel avenir pour les médias traditionnels? .....	10
L'ACCÈS AUX SERVICES INTERNET À LARGE BANDE .....	11
CBC/RADIO-CANADA ET LE CONTENU CANADIEN .....	12
RÉCAPITULATION .....	14
ANNEXE A : LISTE DES TÉMOINS .....	15
ANNEXE B : LISTE DES MÉMOIRES .....	21
PROCÈS-VERBAUX .....	23



## LISTE DES ACRONYMES

---

APF	Association de la presse francophone
ANRTN	Association des nouvelles et radio, télévision et numérique du Canada
ARCC	Alliance des radios communautaires du Canada
AWNA	Alberta Weekly Newspapers Association
CHPC	Comité permanent du patrimoine canadien
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
FCFA du Canada	Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada
FNC	Fédération nationale des communications
QCGN	Quebec Community Groups Network
RTPA	Réseau de télévision des peuples autochtones



## PRÉAMBULE

---

Le rapport provisoire qui suit se veut une compilation sommaire des témoignages que le Comité a entendus en date du 3 novembre 2016, et non une liste exhaustive de tous les témoins. Nous avons choisi de présenter des extraits des témoignages de témoins triés sur le volet qui ont parlé du contenu canadien dans un monde numérique.

Ce rapport provisoire ne présente aucune observation, conclusion ou recommandation, mais fournit plutôt des renseignements (accompagnés d'extraits de témoignages entendus par le Comité après le 3 novembre 2016, pour le rapport final du Comité). Une fois les audiences terminées, le Comité entreprendra les délibérations sur les témoignages afin de parvenir à des observations et de tirer des conclusions. Le rapport final devrait également contenir des recommandations. Les lecteurs sont avisés, toutefois, que ce rapport, en tant que résumé des témoignages, fait état du point de vue des témoins, et non de celui du Comité à ce moment.



# RAPPORT PROVISOIRE DÉCOULANT DE L'ÉTUDE SUR LES MÉDIAS : L'IMPACT DE LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE

---

## Le mandat du Comité

En 2009, le Comité avait publié un [rapport](#) sur les difficultés que vivait la télévision locale en raison du ralentissement économique mondial. En 2011, il s'est intéressé de façon plus spécifique aux possibilités et défis que représentaient les médias numériques et émergents.

Six ans plus tard, le Comité est à même de constater que les médias locaux doivent de nouveau relever des défis importants. Le 16 février 2016, il adoptait la motion suivante :

Que le Comité entreprenne une étude d'au moins dix (10) réunions sur la façon dont les Canadiens, et particulièrement les collectivités locales, sont informés sur les événements locaux et régionaux par l'intermédiaire des nouvelles, de la radiodiffusion et des médias numériques et imprimés; sur les conséquences imprévues de la concentration des médias d'information et l'érosion du journalisme local et l'impact des nouveaux médias; que le Comité présente des recommandations; et que le Comité fasse rapport de ses conclusions à la Chambre<sup>1</sup>.

Jusqu'à maintenant, l'étude du Comité s'est étalée sur 19 réunions, au cours desquelles il a entendu 103 témoins et reçu 7 mémoires.

## Les médias en tant que pilier de la démocratie

Les médias jouent une fonction essentielle dans une société. Ils transmettent de l'information et constituent un des piliers d'une démocratie forte et en santé.

Les médias locaux sont particulièrement importants, car ils permettent aux citoyens de se tenir au courant des enjeux qui ont cours dans leur communauté immédiate. Au Canada, les médias locaux participent activement à la vie communautaire et l'information qu'ils rapportent reflète les régions, banlieues, villes et villages qu'ils desservent.

L'intérêt des Canadiens et Canadiennes pour les nouvelles locales ne se dément pas. En 2013, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou Conseil) avait demandé à la firme Harris/Decima de réaliser un [sondage](#) sur le cadre réglementaire de la télévision au Canada. Environ 81 % des répondants affirmaient que les nouvelles locales étaient importantes pour eux, suivies des nouvelles nationales canadiennes (78 %), des documentaires (72 %) et des nouvelles internationales (68 %). Ajoutons qu'un

---

1      Chambre des communes, Comité permanent du patrimoine canadien (CHPC), [Procès-verbal](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 16 février 2016.

peu plus de la moitié des répondants (53 %) accordaient « de l'importance aux émissions locales<sup>2</sup> ».

Le secteur des médias vit présentement des bouleversements majeurs causés en grande partie par l'expansion et l'utilisation des technologies numériques. Plusieurs témoins entendus par le Comité vont jusqu'à qualifier la situation de « crise des médias ».

### **Les consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique**

Le 23 avril 2016, la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Mélanie Joly, lançait un processus de consultation quant aux mesures à prendre « pour stimuler la création, la découverte et l'exportation d'œuvres canadiennes à l'ère numérique<sup>3</sup> ». Environ 10 000 Canadiens ont répondu à un sondage en ligne<sup>4</sup>. En septembre dernier, le Ministère a rendu publics les résultats de cet exercice. Un des points saillants de cette préconsultation est qu'environ 88 % des participants ont répondu qu'ils considéraient « assez » ou « très » important d'avoir accès à du contenu local dans leurs collectivités<sup>5</sup>.

Le 13 septembre 2016, le ministère du Patrimoine canadien a lancé la deuxième phase des consultations portant sur le contenu canadien dans un monde numérique. Un des objectifs poursuivis par le Ministère est de donner l'occasion aux Canadiens de « jouer un rôle actif dans notre démocratie parce qu'ils ont accès à des nouvelles et à des informations locales de grande qualité provenant de sources et de points de vue variés<sup>6</sup> ».

Le 22 septembre 2016, le ministère du Patrimoine canadien a informé le Comité que la ministre menait des consultations.

Cette deuxième phase des consultations est guidée par trois principes :

- Mettre l'accent sur les citoyens et les créateurs;
- Représenter les identités canadiennes et faire la promotion d'une saine démocratie;
- Susciter l'innovation sociale et économique<sup>7</sup>.

Nous croyons que les témoignages entendus jusqu'à maintenant constituent une contribution significative à la consultation en cours sur le contenu canadien.

---

2 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), [Parlons télé : Rapport de recherche quantitative](#), 24 avril 2014.

3 Ministère du Patrimoine canadien, [Consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique](#), communiqué, 23 avril 2016.

4 *Ibid.*

5 Patrimoine canadien, [Résultats du questionnaire de préconsultation](#), p. 4.

6 Patrimoine canadien, [Le contenu canadien dans un monde numérique. Orienter la conversation. Document de consultation](#), septembre 2016, p. 3.

7 *Ibid.*, p. 6.



## LES MÉDIAS IMPRIMÉS : DES DOLLARS ANALOGIQUES POUR DES CENTS NUMÉRIQUES

La presse écrite comprend les magazines, les journaux hebdomadaires, les journaux locaux et les quotidiens. Elle englobe les journaux de langue officielle en situation minoritaire ainsi que les publications ethnoculturelles et autochtones.

Au cours des dernières années, les médias écrits ont vu leurs revenus publicitaires migrer vers les géants du Web tels que Google, Apple, Facebook et Amazon<sup>8</sup>. Ces entreprises dominent le marché publicitaire et offrent des prix avantageux aux annonceurs.

Bob Cox, président de l'Association canadienne des journaux, a confirmé que la baisse des revenus publicitaires entraînait des pressions financières dans le secteur des médias imprimés<sup>9</sup>. Par ailleurs, s'il est vrai que l'environnement économique dans lequel œuvrent les médias a changé, « les lois et les politiques publiques concernant ce secteur sont demeurées inchangées<sup>10</sup> ». Ces règles dateraient des années 1980 et ne seraient plus adaptées aux réalités d'aujourd'hui selon M. Cox.

Selon Duff Jamison, président du Comité des relations gouvernementales et ex-président de l'Alberta Weekly Newspapers Association<sup>11</sup>, et Brian Myles<sup>12</sup>, éditeur et directeur au quotidien *Le Devoir*, les recettes des publicités numériques ne sont pas suffisantes pour couvrir les coûts liés à la production de contenu. Plusieurs entreprises ont affirmé avoir échangé « des dollars analogiques contre des cents numériques » en transformant leur modèle d'affaires.

Les médias écrits desservant les minorités linguistiques et la presse ethnoculturelle sont également sous pression. Francis Sonier, président de l'Association de la presse francophone (APF)<sup>13</sup>, et Richard Tardif, directeur de l'Association des journaux régionaux du Québec<sup>14</sup>, ont affirmé que leurs journaux avaient été durement touchés par le déplacement des revenus publicitaires vers les médias numériques. Thomas S. Saras, président et chef des opérations du Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada, a mentionné que les revenus tirés de la publicité sur le Web étaient plutôt faibles<sup>15</sup>. Yuri Bilinsky, rédacteur en chef pour le New Pathway Media Group, affirme qu'il est encore trop tôt pour prédire si la publicité numérique permettra de « compenser la perte de publicité

---

8 L'acronyme GAFA est parfois employé pour faire référence à Google, Apple, Facebook et Amazon.

9 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 0845 (Bob Cox, président, Association canadienne des journaux).

10 *Ibid.*

11 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 22 septembre 2016, 1110 (Duff Jamison, président, Comité des relations gouvernementales, ex-président, Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA)).

12 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 29 septembre 2016, 1125 (Brian Myles, éditeur, directeur, *Le Devoir*, Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec).

13 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 8 mars 2016, 0900 (Francis Sonier, président, Association de la presse francophone (APF)).

14 *Ibid.*, 0945 (Richard Tardif, directeur exécutif, Association des journaux régionaux du Québec).

15 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 10 mai 2016, 1025 (Thomas S. Saras, président et chef de la direction, Siège social, Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada).

écrite<sup>16</sup> ». De son côté, Jagdish Grewal, éditeur et diffuseur du Canadian Punjabi Post, a mentionné que la compétition pour les revenus publicitaires venait également des stations de télévision de langue punjabi par protocole Internet<sup>17</sup>.

Un certain nombre de témoins ont soulevé des questions quant à la stratégie du gouvernement fédéral liée au placement dans les médias. Certains ont reproché au gouvernement son recours croissant aux plateformes en ligne appartenant à des intérêts étrangers plutôt qu'à des médias canadiens pour ce qui est du placement d'annonces. Ils ont fait valoir que cette stratégie de la part du fédéral nuisait à la santé financière des médias canadiens.

Guy Crevier, président et éditeur de *La Presse*<sup>18</sup>, et John Honderich, président de Torstar<sup>19</sup>, ont affirmé que l'industrie des journaux imprimés traversait une crise profonde. En Amérique du Nord, les quotidiens imprimés ont perdu 29 milliards de dollars en revenu au cours des sept dernières années selon M. Crevier. À cela s'ajoute une baisse des intentions de lecture depuis 1998, notamment chez les lecteurs âgés de 20 à 40 ans. Pour remédier à la situation, *La Presse* a remplacé son édition en format papier du lundi au vendredi par une édition numérique gratuite pour les tablettes appelée *La Presse+*. Le quotidien a investi 40 millions de dollars dans ce nouveau modèle d'affaires. Jusqu'à maintenant, le quotidien affirme avoir été en mesure de conserver une bonne partie de ses revenus publicitaires depuis le lancement de son édition numérique.

Plusieurs témoins ont ciblé le Fonds du Canada pour les périodiques comme un des mécanismes possibles pour appuyer l'industrie des médias imprimés en cette période de transition. Le Comité étudiera cette option plus à fond dans son rapport final.

## LES MÉDIAS NUMÉRIQUES

Les médias numériques transforment une multitude de secteurs de la société, y compris le secteur des communications. Les Canadiens les utilisent à profusion pour communiquer, se divertir et pour obtenir de l'information.

En février 2016, Statistique Canada dévoilait des données sur l'utilisation que les Canadiens font des médias pour s'informer<sup>20</sup>. La proportion des Canadiens ayant déclaré suivre les nouvelles et l'actualité à la télévision avait diminué entre 2003 et 2013, passant de 90 % à 78 %. Ce sont les journaux imprimés qui sont le type de média où les changements d'habitudes des citoyens sont les plus importants. En 2003, « 69 % des personnes qui suivaient les nouvelles et l'actualité au moins plusieurs fois par mois lisaient les journaux pour s'informer. Une décennie plus tard, cette proportion s'établissait à 51 %<sup>21</sup> ». Durant la

---

16 *Ibid.*, 0855 (Yuri Bilinsky, rédacteur en chef, New Pathway Media Group).

17 *Ibid.*, 0905 (Jagdish Grewal, éditeur et diffuseur, *Canadian Punjabi Post*).

18 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 17 mai 2016, 0850 (Guy Crevier, président et éditeur, *La Presse*).

19 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 29 septembre 2016, 1110 (John Honderich, président, Torstar Corporation).

20 Statistique Canada, [L'utilisation des médias pour suivre les nouvelles et l'actualité](#), 15 février 2016.

21 *Ibid.*

même période, l'utilisation d'Internet pour suivre les nouvelles et l'actualité faisait « un bond important, passant d'un taux d'utilisation de 30 % en 2003 à 59 % en 2013<sup>22</sup> ».

Les données du plus récent [Rapport de surveillance des communications](#) du CRTC montrent que :

- Approximativement trois quarts (73 %) des Canadiens âgés de 18 ans et plus possédaient un téléphone intelligent en 2015<sup>23</sup> contre 62 % en 2013 et 24 % en 2010;
- Un peu plus de 52 % des Canadiens âgés de 18 ans ou plus ont déclaré avoir une tablette en 2015 contre 10 % en 2011;
- Les Canadiens âgés de 18 ans ou plus regardaient 5,8 heures de télévision sur Internet par semaine en 2015 comparativement à 1,5 heure en 2008<sup>24</sup>.

Dans le cadre de sa comparution devant le Comité, Paul Halucha, sous-ministre adjoint délégué, avec le ministère de l'Innovation, Sciences et Développement économique Canada, a plaidé en faveur de l'innovation et de la concurrence. En fait, le représentant du Ministère a souligné l'importance « de ne pas présenter le Web et la diversité des voix qui en découle comme un obstacle à surmonter<sup>25</sup> ». Selon M. Halucha, les transformations qui touchent l'industrie des journaux ne sont pas différentes des nouveaux modèles d'affaires qui voient le jour dans l'industrie du taxi ou de la musique selon M. Halucha.

L'expansion grandissante des médias numériques a favorisé la diversité des voix dans le paysage médiatique canadien. Leur présence a démocratisé l'accès à l'information. Néanmoins, le modèle d'affaires des médias numériques est encore à faire, sans oublier que des critiques ont été formulées par des témoins sur la qualité du journalisme qu'on y pratique.

Tous les témoins se sont entendus pour dire que le développement et l'utilisation des médias numériques continueront de s'accroître dans les années à venir. Pour Wendy Freeman, présidente de CTV News, l'avenir de l'entreprise « est intimement lié au numérique et à la diffusion de contenus qui susciteront l'intérêt des gens<sup>26</sup> ». Pour les représentants de Bell Media, la croissance des plateformes de nouvelles numériques pourrait contribuer à la solution aux problèmes de la télévision locale. Toutefois, les coûts liés à la collecte d'informations et à la production de nouvelles de haute qualité demeurent les mêmes, « quelle que soit la plateforme sur laquelle les nouvelles sont diffusées<sup>27</sup> ». De son côté, Louis Audet,

---

22 *Ibid.*

23 CRTC, [Rapport de surveillance des communications](#), octobre 2016, p. 32.

24 *Ibid.*

25 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 23 février 2016, 0955 (Paul Halucha, sous-ministre adjoint délégué, Secteur de la politique stratégique, Innovation, Sciences et Développement économique Canada).

26 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 3 mai 2016, 0925 (Wendy Freeman, présidente, CTV News, Bell Canada).

27 *Ibid.*, 0845 (Kevin Goldstein, Bell Canada).

président et chef de la direction de Cogeco, soutient que la migration des auditoires vers les plateformes numériques est un phénomène irréversible<sup>28</sup>.

De son côté, Colette Watson, vice-présidente, Télévision et opérations de la diffusion, chez Rogers, a suggéré de « moderniser les outils et programmes de financement du gouvernement de façon à ce qu'ils tiennent compte de la réalité numérique canadienne<sup>29</sup> ». Par exemple, les critères d'admissibilité du Fonds des médias du Canada pourraient être revus pour soutenir les émissions locales de nouvelles et d'information<sup>30</sup>. Cette recommandation a également été proposée par Andy Leblanc, ancien président de l'Association des nouvelles et radio, télévision et numérique du Canada (ANRTN)<sup>31</sup>.

M. Crevier de *La Presse* a expliqué au Comité à quel point la technologie se développait rapidement, ce qui entraînait une transformation des modes de consommation. M. Crevier prédit la fin des journaux imprimés « d'ici 10 ans<sup>32</sup> ». Il a invité le Comité à ne pas « soutenir une industrie qui est en train de mourir, parce que la mort est inévitable<sup>33</sup> » selon lui. Les journaux régionaux ne seront pas épargnés par la transformation de l'industrie et devront également s'adapter au virage numérique selon M. Crevier.

James Baxter, rédacteur en chef et fondateur d'iPolitics a demandé au Comité de ne pas intervenir pour « préserver les vieux médias<sup>34</sup> ». Selon lui, les médias d'information savent depuis un certain temps qu'ils doivent se transformer sous l'effet de la révolution numérique.

Michael Geist, titulaire de la Chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique et professeur de droit à l'Université d'Ottawa, affirme que les organes de presse numérique peuvent « remplacer certains des organes de presse classiques<sup>35</sup> ». Il a cité en exemple les nouveaux venus de la tribune de la presse tels que *The Huffington Post*, *The Tye*, *rabble.ca*, *National Observer* et *VICE News*. La force de ces médias numériques est « d'atteindre des publics divers et de traiter d'enjeux particuliers en profondeur par rapport aux journaux plus importants<sup>36</sup> ». Il s'oppose à l'imposition d'une taxe sur les services de fournisseurs Internet comme nouvelle source de revenus, qui équivaldrait à « une taxe sur tout ce qui est numérique<sup>37</sup> ». Selon lui, cette taxe aurait pour effet de

---

28 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 0940 (Louis Audet, président et chef de la direction, Cogeco Inc.).

29 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 avril 2016, 0845 (Colette Watson, vice-présidente, Télévision et opérations de la diffusion, Rogers).

30 *Ibid.*, 0905.

31 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 17 mai 2016, 0925 (Andy Leblanc, ex-président, Association des nouvelles et radio, télévision et numérique du Canada, ANRTN).

32 *Ibid.*, 0955 (Guy Crevier).

33 *Ibid.*, 1010.

34 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 29 septembre 2016, 1225 (James Baxter, rédacteur en chef, fondateur, iPolitics Inc.).

35 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 6 octobre 2016, 1105 (Michael Geist, titulaire de la chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, professeur de droit, Université d'Ottawa, à titre personnel).

36 *Ibid.*

37 *Ibid.*, 1110.

rendre l'accès à l'Internet plus cher pour les Canadiens et « d'élargir le fossé numérique<sup>38</sup> » entre les Canadiens.

Pour la rédactrice en chef du site d'information *The Tyee*, Robyn Smith, la viabilité d'un modèle d'affaires basé exclusivement sur le numérique est encore à faire. Selon M<sup>me</sup> Smith, « [p]ersonne au Canada n'a encore réussi à mettre en œuvre un modèle opérationnel exclusivement numérique qui puisse soutenir un grand bassin de journalistes professionnels payés à temps plein<sup>39</sup> ».

### **Des mesures pour faciliter la transition vers le monde numérique**

Plusieurs témoins ont recommandé la mise en place de mesures pour permettre aux petites industries et aux médias traditionnels de s'adapter à l'environnement numérique.

Pascale St-Onge, présidente de la Fédération nationale des communications (FNC)<sup>40</sup>, Denis Bolduc, secrétaire général du Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP), Québec<sup>41</sup>, Robert Picard, professeur au Reuters Institute for the Study of Journalism<sup>42</sup> et les représentants de la Coalition pour la pérennité de la presse d'information du Québec<sup>43</sup> ont proposé la mise en place d'un crédit d'impôt sur la masse salariale ainsi que sur les investissements numériques. Un tel crédit d'impôt servirait à l'embauche de journalistes assignés spécifiquement aux affaires locales ou à des employés qui œuvrent dans le domaine des technologies numériques tels que les programmeurs, les intégrateurs Web, etc.

Il a été suggéré d'explorer des mesures qui encouragent l'expérimentation et l'innovation dans les médias numériques. Les représentants de Transcontinental, de Postmedia, de l'Association canadienne des journaux<sup>44</sup>, du site d'information *The Tyee*<sup>45</sup>, de la Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec<sup>46</sup>, ainsi que M. Picard<sup>47</sup> ont proposé que le Comité étudie des façons d'encourager l'innovation dans les médias numériques à l'aide d'un soutien sous forme de crédit d'impôt. Transcontinental a été plus précis en suggérant qu'Innovation, Sciences et Développement économique du Canada subventionne les éditeurs directement et/ou leur offre des crédits d'impôt remboursables pour appuyer au moins 50 % des investissements en capital et main-d'œuvre effectués en médias

---

38 *Ibid.*

39 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 27 septembre 2016, 1110 (Robyn Smith, rédactrice en chef, *The Tyee*).

40 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 avril 2016, 0855 (Pascale St-Onge, présidente, Fédération nationale des communications (FNC)).

41 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 3 mai 2016, 0940 (Denis Bolduc, secrétaire général, Syndicat canadien de la fonction publique-Québec).

42 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 27 septembre 2016, 1235 (Robert Picard, professeur, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, à titre personnel).

43 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 29 septembre 2016, 1125 (Brian Myles).

44 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 0850 (Bob Cox).

45 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 27 septembre 2016, 1115 (Robyn Smith).

46 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 29 septembre 2016, 1155 (Brian Myles).

47 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 27 septembre 2016, 1215 (Robert Picard).



numériques<sup>48</sup>. Postmedia a proposé l'exemple du [crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques](#) qui, avant le budget de l'Ontario de 2015, permettait une déduction des produits d'information et d'affaires publiques<sup>49</sup>. M. Baxter d'iPolitics pense également que ce type de crédit constitue une avenue prometteuse.

Douglas Knight, président du Conseil d'administration de Magazines Canada, affirme que les magazines canadiens ont été « des chefs de file et des innovateurs dans l'espace numérique<sup>50</sup> ». Plus de 90 % de leurs membres publient sur des plateformes numériques. Toutefois, les Canadiens continuent de lire des magazines en format papier. Selon Matthew Holmes, de Magazines Canada, « [l]a question n'est pas de savoir si les magazines sont imprimés ou numériques. [...] la question est plutôt de savoir comment soutenir à la fois l'imprimé et le numérique<sup>51</sup> ». M. Knight a invité le Comité à la prudence, car « tout ce qui est numérique n'est pas identique<sup>52</sup> ». Par exemple, les plateformes numériques mobiles prennent de plus en plus de place bien que la publicité « ne fonctionne pas<sup>53</sup> » sur ces appareils.

Ian Morrison, porte-parole des Amis de la radiodiffusion canadienne, a recommandé au Comité de modifier [l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias](#)<sup>54</sup> établie par le CRTC en 2009 afin d'exiger que les services de télévision par Internet étrangers et canadiens contribuent financièrement à la programmation canadienne.

Certains témoins interrogés considèrent que les entreprises canadiennes qui vendent des produits culturels en ligne sont désavantagées par rapport à la concurrence internationale. Les représentants des Amis de la radiodiffusion canadienne<sup>55</sup>, de Rogers<sup>56</sup>, de l'Association canadienne des télécommunications sans fil et de Cogeco<sup>57</sup> ont exprimé des inquiétudes à ce sujet. Ils se sont dits en faveur que les fournisseurs de services par contournement étrangers, notamment Netflix, soient obligés de percevoir les mêmes taxes que les services canadiens et qu'ils contribuent aux fonds de production de contenu canadien. Pour l'Association canadienne des télécommunications sans fil, ces compagnies étrangères bénéficient d'un avantage compétitif indu au détriment des créateurs de contenu canadien<sup>58</sup>. Son président et chef de la direction, Bernard Lord, suggère de taxer les

---

48 TC Transcontinental, *Présentation au Comité permanent du patrimoine canadien. Les médias et les communautés locales*, 19 avril 2016, p. 8.

49 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 12 mai 2016, 0930 (Paul Godfrey, président et chef de la direction, Postmedia Network Canada Corp.).

50 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 5 mai 2016, 0850 (Douglas Knight, président du Conseil d'administration, Magazines Canada).

51 *Ibid.*, 0845 (Matthew Holmes, président et chef de la direction, Magazines Canada).

52 *Ibid.*, 0905 (Douglas Knight).

53 *Ibid.*

54 CRTC, [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-329, Examen de la radiodiffusion par les nouveaux médias](#), 4 juin 2009.

55 *Ibid.*

56 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 avril 2016, 0930 (Colette Watson).

57 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 0955 (Louis Audet).

58 *Ibid.*, 0900 (Bernard Lord, président et chef de la direction, Association canadienne des télécommunications sans fil).

services numériques étrangers ou de soustraire de la taxation les services numériques de propriété canadienne<sup>59</sup>.

Plusieurs témoins ont exprimé des critiques sévères envers les agrégateurs en ligne (Ex. Google News, Yahoo) qui recueillent du contenu d'autres sources sans offrir de compensation financière aux producteurs originaux de ce contenu. Ce constat a notamment été soulevé par les représentants du ministère du Patrimoine canadien<sup>60</sup>, du Quebec Community Groups Network (QCGN)<sup>61</sup>, de la FNC<sup>62</sup>, du SCFP<sup>63</sup>, de Magazines Canada<sup>64</sup>, de l'ANRTN<sup>65</sup>, de Journaux canadiens<sup>66</sup> et le *Corriere Canadese*<sup>67</sup>.

M. Geist de l'Université d'Ottawa a rappelé qu'il n'y avait pas que des désavantages à une telle pratique. Des sites comme Google ou Facebook redirigent les internautes vers des sites canadiens<sup>68</sup>. Selon lui, la concurrence demeure le meilleur moyen pour contrer ce phénomène et d'énormes possibilités d'affaires s'offrent aux organismes canadiens qui œuvrent dans l'univers numérique.

Finalement, des témoins ont suggéré au Comité de s'inspirer du fonds d'investissement [Digital News Initiative](#) créé en Europe par Google. Doté d'un budget de 150 millions d'euros, ce fonds vise à « soutenir le journalisme de haute qualité et d'encourager la mise en place d'un écosystème de nouvelles viables par l'entreprise de la technologie et de l'innovation<sup>69</sup> ». Le programme s'articule autour de trois axes : le développement de produits, le soutien à l'innovation, la formation et la recherche<sup>70</sup>. Précisons que cette initiative de Google est une réponse<sup>71</sup> aux accusations « d'abus de position dominante<sup>72</sup> » déposées en 2010 par la Commission européenne. La Commission accusait le géant Internet américain d'avoir des pratiques monopolistiques sur les marchés des services de recherche générale sur Internet<sup>73</sup>.

---

59 *Ibid.*, 0915.

60 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 23 février 2016, 0915 (Jean-François Bernier, directeur général, Industries culturelles, ministère du Patrimoine canadien).

61 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 12 avril 2016, 0855 (Hugh Maynard, ex-président, Quebec Community Groups Network (QCGN)).

62 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 avril 2016, 0950 (Pascale St-Onge).

63 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 3 mai 2016, 0940 (Denis Bolduc).

64 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 5 mai 2016, 0905 (Douglas Knight).

65 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 17 mai 2016, 0900 (Ian Koenigsfest, président, ANRTN).

66 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 0845 (Bob Cox).

67 *Ibid.*, 1025 (L'hon. Joseph Volpe, éditeur et président, *Corriere Canadese*).

68 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 6 octobre 2016, 1110 (Michael Geist).

69 Google, [The Digital News Initiative](#) [TRADUCTION].

70 *Ibid.*

71 Sommers, Jack, « [Google Sets Up Digital News Initiative With European Papers, Including Guardian And Financial Times](#) », *The Huffington Post*, 28 avril 2015. [EN ANGLAIS SEULEMENT]

72 Commission européenne, [Abus de position dominante : la Commission adresse une communication des griefs à Google au sujet du service de comparaison de prix et ouvre une procédure formelle d'examen distincte concernant Android](#), Bruxelles, 15 avril 2015.

73 Commission européenne, [Antitrust : La Commission enquête sur des allégations d'infraction aux règles antitrust par Google](#), 30 novembre 2016.

## Quel avenir pour les médias traditionnels?

Plusieurs témoins ont affirmé que les médias traditionnels (radio, télévision et imprimés) ne disparaîtront pas complètement et qu'ils continueront à jouer un rôle dans les années à venir.

M. Winseck de l'Université Carleton a soutenu que les médias numériques ne remplaçaient pas les médias traditionnels, mais qu'ils interagissaient « avec eux d'une manière très complexe<sup>74</sup> ».

Pour les représentants de l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARCC)<sup>75</sup> et l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires<sup>76</sup>, les stations de radio communautaires par voie hertzienne bénéficieraient encore d'un appui solide de la part de la collectivité malgré la prépondérance des nouvelles plateformes médiatiques.

Les représentants du SCFP<sup>77</sup>, de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA)<sup>78</sup>, de l'ARCC<sup>79</sup>, du QCGN<sup>80</sup> et de l'ANRTN<sup>81</sup> ont soutenu que les investissements dans les médias numériques ne devaient pas se faire au détriment des médias traditionnels.

Les représentants de la presse ethnoculturelle ont admis que leur lectorat se tournait de plus en plus vers les plateformes numériques, notamment les plus jeunes générations. Toutefois, il y aurait encore « une forte demande pour la presse écrite<sup>82</sup> » chez les immigrants plus âgés ou nouvellement arrivés.

M. Bilinsky du New Pathway Media Group a confirmé que l'impact des médias numériques était considérable<sup>83</sup>. Il les qualifie « d'éminemment démocratiques<sup>84</sup> » dans la mesure où toute la communauté ukrainienne peut y participer. Il est encore trop tôt pour prédire si « son journal réussira à compenser la perte de publicité écrite tout en préservant la version imprimée<sup>85</sup> ».

---

74 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 25 février 2016, 0910 (Dwayne Winseck, professeur, School of Journalism & Communication, Carleton University).

75 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 8 mars 2016, 0905 (François Côté, secrétaire général, Alliance des radios communautaires du Canada).

76 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 5 mai 2016, 0900 (Luke Smith, coordonnateur des membres, Association nationale des radios étudiantes et communautaires).

77 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 3 mai 2016, 0935 (Denis Bolduc).

78 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 8 mars 2016, 0850 (Sylviane Lanthier, présidente, Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA du Canada)).

79 *Ibid.*, 0910 (François Côté).

80 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 12 avril 2016, 0855 (Hugh Maynard).

81 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 17 mai 2016, 0915 (Andy Leblanc).

82 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 10 mai 2016, 0850 (Jagdish Grewal).

83 *Ibid.*, 0855 (Yuri Bilinsky).

84 *Ibid.*, 0915.

85 *Ibid.*



## L'ACCÈS AUX SERVICES INTERNET À LARGE BANDE

Dans son [Rapport de surveillance des communications](#) de 2016, le CRTC définit la large bande comme un service offrant une vitesse de téléchargement égale ou supérieure à 1,5 mégabit par seconde (Mbps)<sup>86</sup>. Cette vitesse permet entre autres la diffusion vidéo de définition standard, le jeu vidéo en temps réel et le téléchargement de musique. Une vitesse de 5 Mbps et plus permet la diffusion vidéo de haute définition<sup>87</sup>. En 2015, environ 96 % des ménages pouvaient s'abonner à des vitesses de téléchargement de 5 Mbps<sup>88</sup>, bien que le coût variait en fonction des régions du pays.

Plusieurs témoins qui ont comparu ont souligné le fait qu'il y avait encore des régions au Canada où la disponibilité de la large bande était problématique ou inexistante.

M. Winseck de l'Université Carleton a tenu à rappeler que l'accès à Internet n'était pas généralisé au Canada et que cette réalité était liée à une inégalité des revenus<sup>89</sup>.

D'après Jean-François Bernier, directeur général, Industries culturelles, à Patrimoine canadien, l'accès à une connexion à large bande est nécessaire pour la consommation de divers produits numériques. Comme d'autres témoins, il a convenu que l'accès à une telle connexion « n'était pas toujours évident<sup>90</sup> ».

Pour M. Geist de l'Université d'Ottawa, l'accès abordable à la large bande à tous les Canadiens est une condition *sine qua non* à la réduction du « fossé numérique<sup>91</sup> » qui prévaut actuellement au Canada.

Les représentants de la FCFA<sup>92</sup>, du Réseau de télévision des peuples autochtones (RTPA)<sup>93</sup>, du QCGN<sup>94</sup>, de la FNC<sup>95</sup> et du Centre pour la défense de l'intérêt public<sup>96</sup> ont tous souligné que l'accès aux services à large bande demeurerait problématique dans certaines régions. Selon M. Sonier de l'APF, cet accès est « parfois difficile, notamment dans le nord du Manitoba, dans les Territoires du Nord-Ouest ou même dans certains secteurs de Terre-Neuve-et-Labrador<sup>97</sup> ». M. La Rose du RTPA a expliqué que le radiodiffuseur éprouvait

---

86 CRTC, [Rapport de surveillance des communications](#), octobre 2016, p. 359.

87 Voir aussi Dillan Theckedath, [Internet à large bande au Canada : portrait de la situation](#), (Notes de la Colline), 4 mai 2016.

88 CRTC, [Rapport de surveillance des communications](#), octobre 2016, p. 263.

89 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 25 février 2016, 0915 (Dwayne Winseck).

90 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 6 octobre 2016, 1225 (Jean-François Bernier).

91 Ibid., 1110 (Michael Geist).

92 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 8 mars 2016, 0845 (Sylviane Lanthier, FCFA).

93 Ibid., 1020 (Jean La Rose, directeur exécutif, Réseau de télévision des peuples autochtones).

94 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 12 avril 2016, 0900 ((Walter Duszara, secrétaire du conseil, QCGN).

95 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 avril 2016, 0900 (Pascale St-Onge).

96 Ibid., 1000 (Alysia Lau, conseillère juridique, Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP)).

97 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 8 mars 2016, 0855 (Francis Sonier).

des difficultés à distribuer son signal numérique dans certaines régions du Nord, notamment au Nunavut<sup>98</sup>.

Des entreprises ont également joint leur voix au réseau associatif pour souligner l'importance pour tous les Canadiens d'avoir accès à des services Internet à large bande. Ann Mainville-Neeson, vice-présidente, Politique de radiodiffusion et Affaires réglementaires avec TELUS, a précisé que le secteur privé était le « meilleur moyen de connecter le plus de gens possible dans notre pays<sup>99</sup> ». Par ailleurs, l'entreprise a accueilli favorablement les investissements de 500 millions de dollars dans les services à large bande annoncés dans le dernier budget fédéral, bien que ce ne soit pas encore suffisant selon M<sup>me</sup> Mainville-Neeson<sup>100</sup>.

M. Audet de Cogeco estime également que ces nouveaux investissements sont une bonne nouvelle. Toutefois, il invite le gouvernement à porter une attention à certaines communautés éloignées qui n'ont pas accès à l'Internet à large bande ou les Canadiens qui ont de faibles revenus<sup>101</sup>.

## **CBC/RADIO-CANADA ET LE CONTENU CANADIEN**

Le mandat législatif de CBC/Radio-Canada énonce que la programmation de la Société doit refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions<sup>102</sup>. Plusieurs intervenants ont rappelé au Comité le rôle joué par la Société dans l'appui et la présentation du contenu canadien sous toutes ses formes et sur toutes les plateformes.

Tout comme les stations de télévision commerciale, le radiodiffuseur public national est touché par une baisse de ses revenus publicitaires sur ses services de télévision traditionnelle. La Société cherche à compenser cette diminution par une augmentation des revenus publicitaires tirés de ses plateformes numériques<sup>103</sup>. La plupart des témoins qui ont parlé de cette pratique s'y opposaient fortement.

M. Cox de l'Association canadienne des journaux a expliqué que le radiodiffuseur public faisait également concurrence aux médias écrits sur les plateformes numériques<sup>104</sup>. Du côté de Torstar Corporation, M. Honderich a mentionné que CBC/Radio-Canada était son

---

98 Ibid., 1030 (Jean La Rose).

99 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 12 avril 2016, 1015 (Ann Mainville-Neeson, vice-présidente, Politique de radiodiffusion et Affaires réglementaires, TELUS).

100 Ibid., 1025.

101 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 1005 (Louis Audet).

102 [Loi sur la radiodiffusion](#), L.C. 1991, ch. 11, sous-alinéa 3(1)m)(ii).

103 CBC/Radio-Canada, [L'espace public des Canadiens. Rapport annuel 2015-2016](#), p. 32.

104 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 31 mai 2016, 0850 (Bob Cox, Association canadienne des journaux).

plus grand concurrent, en dépensant « des sommes incroyables pour son site Web<sup>105</sup> » et en générant des revenus publicitaires par l'entremise de ses plateformes numériques.

M. Baxter d'iPolitics a tenu les mêmes propos que M. Honderich. Il a demandé au gouvernement d'arrêter de donner des fonds publics à la Société « pour financer le transfert massif et systématique de ses informations au numérique<sup>106</sup> ». Selon lui, le financement accordé à la Société serait « l'obstacle le plus important à l'existence d'un marché dynamique et innovateur dans le monde des médias<sup>107</sup> ». Par ailleurs, M. Baxter soutient « que le contenu vidéo, audio et numérique produit par la CBC/Radio-Canada devrait être mis à la disponibilité du public en temps réel, et être repris par n'importe quel site de nouvelles autorisé<sup>108</sup> ». Pour M. Geist, de l'Université d'Ottawa, la Société « pourrait être tenue d'adopter une approche sans publicité pour sa présence journalistique en ligne<sup>109</sup> ». Cette façon de faire éviterait de faire concurrence directe avec le secteur privé pour ce qui est des revenus publicitaires.

Les représentants de CBC/Radio-Canada ont comparu devant le Comité le 19 mai dernier. CBC/Radio-Canada montre un fort engagement envers la distribution de contenu numérique et l'interaction avec les utilisateurs sur les nouvelles plateformes numériques, qui sont devenues des composantes essentielles de ses services aux Canadiens.

Ils ont particulièrement insisté sur le fait que les services de radio, télévision et numérique étaient désormais intégrés en un seul service. Selon Michel Cormier, directeur général de l'information des Services français de la Société, elle ne peut plus se contenter d'offrir « des émissions à des heures prédéterminées<sup>110</sup> ».

Le [Stratégie 2020, Un espace pour nous tous](#) prévoit que la Société accroîtra sa présence locale à travers le pays et ce, à moindre coût<sup>111</sup>. La Société entend continuer à offrir des nouvelles et de l'information sur les médias traditionnels, mais elle mettra davantage l'accent sur le numérique dans les années à venir. Il n'est pas question « de revenir à ce qu'était la Société il y a cinq ans<sup>112</sup> » selon M. Cormier de CBC/Radio-Canada.

---

105 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 29 septembre 2016, 1200 (John Honderich, Torstar Corporation).

106 Ibid., 1225 (James Baxter).

107 Ibid.

108 Ibid.

109 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 6 octobre 2016, 1110 (Michael Geist, Université d'Ottawa, à titre personnel).

110 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 mai 2016, 0900 (Michel Cormier, directeur général de l'information, Services français, CBC/Radio-Canada).

111 CBC/Radio-Canada, [Offre locale](#).

112 CHPC, [Témoignages](#), 1<sup>re</sup> session, 42<sup>e</sup> législature, 19 mai 2016, 0950 (Michel Cormier).

## **RÉCAPITULATION**

Ce rapport provisoire présente un aperçu des préoccupations soulevées par les intervenants de l'industrie et des mesures proposées pour améliorer la situation. Le Comité poursuit son étude et remercie tous ceux qui ont participé à ses travaux. Dans les mois à venir, il entend formuler ses propres recommandations dans son rapport final.

# ANNEXE A

## Liste des témoins

Organismes et individus	Date	Réunion
<b>Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes</b> Michael Craig, gestionnaire Demandes de télévision de langue anglaise Scott Hutton, directeur exécutif Radiodiffusion <b>Bureau de la concurrence</b> Jeanne Pratt, sous-commissaire principale, Direction générale des fusions et des pratiques monopolistiques <b>Ministère du Patrimoine canadien</b> Jean-François Bernier, directeur général Industries culturelles Marthe Bujold, directrice Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques Helen C. Kennedy, directrice générale Radiodiffusion et communications numériques Luc Marchand, directeur Politique et programmes de l'édition des périodiques <b>Ministère de l'Industrie</b> Paul Halucha, sous-ministre adjoint délégué Secteur de la politique stratégique	2016/02/23	4
<b>Carleton University</b> Dwayne Winseck, professeur School of Journalism & Communication <b>Forum for Research and Policy in Communications</b> Monica Auer, directrice exécutive Al MacKay, directeur <b>Université Laval</b> François Demers, professeur Centre des études sur les médias	2016/02/25	5
<b>Alliance des radios communautaires du Canada</b> François Côté, secrétaire général Simon Forgues, agent au développement et aux communications	2016/03/08	6
<b>Association de la presse francophone</b> Jean-Patrice Meunier, directeur général et du contentieux	2016/03/08	6



Organismes et individus	Date	Réunion
<b>Transcontinental inc.</b> Françoise Olivier, président		
<b>Association Canadienne des usagers et stations de la télévision communautaire</b> André Desrochers, membre du conseil d'administration Catherine Edwards, directrice exécutive	2016/05/03	12
<b>Bell Canada</b> Wendy Freeman, présidente CTV News Kevin Goldstein, vice-président Affaires réglementaires, Contenu et Distribution Richard Gray, vice-président et directeur général Radio et TV, Ottawa et Pembroke, et chef d'équipe national, CTV Two News Pierre Rodrigue, vice-président Relations avec l'industrie		
<b>Syndicat canadien de la fonction publique</b> Nathalie Blais, conseillère à la recherche SCFP-Québec Denis Bolduc, secrétaire général SCFP-Québec		
<b>Association nationale des radios étudiantes et communautaires</b> Luke Smith, coordonnateur, membres	2016/05/05	13
<b>Magazines Canada</b> Douglas Knight, président du conseil d'administration Matthew Holmes, président et directeur général		
<b>Canadian Punjabi Post Inc.</b> Jagdish Grewal, éditeur et diffuseur Jagdeep Kailey, corédacteur	2016/05/10	14
<b>Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada</b> Thomas S. Saras, président et chef des opérations, Siège social Mohammad Tajdolati, ombudsman		
<b>New Pathway Media Group</b> Yuri Bilinsky, rédacteur en chef		
<b>Postmedia Network Canada Corp.</b> Paul Godfrey, président et chef de la direction	2016/05/12	15

Organismes et individus	Date	Réunion
Doug Lamb, vice-président principal et chef de la direction financière		
Gerry Nott, vice-président directeur au contenu et vice-président directeur du National Post		
<b>Association des nouvelles radio, télévision et numériques</b>	2016/05/17	16
Ian Koenigsfest, président		
Andy LeBlanc, ancien président		
<b>La Presse</b>		
Caroline Jamet, vice-présidente Communication		
Guy Crevier, président et éditeur		
<b>Société Radio-Canada</b>	2016/05/19	17
Michel Cormier, directeur général de l'information, Services français		
Marco Dubé, directeur général des services régionaux Services français		
Jennifer McGuire, directrice générale et rédactrice en chef Nouvelles CBC		
Andrew Cochran, premier directeur principal Stratégie, Nouvelles CBC		
<b>Association canadienne des journaux</b>	2016/05/31	18
Bob Cox, président		
John Hinds, président et directeur général		
<b>Association canadienne des télécommunications sans fil</b>		
Kurt Eby, directeur Affaires réglementaires et relations gouvernementales		
Bernard Lord, président et chef de la direction		
<b>Cogeco Inc.</b>		
Louis Audet, président et chef de la direction		
Nathalie Dorval, vice-présidente affaires réglementaires et droit d'auteur		
<b>Corriere Canadese</b>		
Dan Montesano, président Conseil Consultatif Communautaire		
<b>Corriere Canadese</b>	2016/05/31	18
L'hon. Joseph Volpe, éditeur et président		



Organismes et individus	Date	Réunion
<b>Alberta Weekly Newspapers Association</b> Duff Jamison, président Comité des relations gouvernementales, ex-président (AWNA) Dennis Merrell, directeur exécutif	2016/09/22	25
<b>Association canadienne des journalistes</b> Nick Taylor-Vaisey, président Hugo Rodrigues, ancien président		
<b>Glacier Media Group</b> Peter Kvarnstrom, président Média communautaire		
<b>Télé Inter-Rives Ltée</b> Pierre Harvey, directeur CHAU-TV Jean-Philippe Nadeau, directeur Information, CIMT-TV / CKRT-TV Rivière-du-Loup Cindy Simard, vice-présidente Information, Télé Inter-Rives Ltée, CIMT-TV / CKRT-TV	2016/09/27	26
<b>The Tyee</b> Michelle Hoar, cofondatrice Ancienne directrice des affaires Robyn Smith, rédactrice en chef		
<b>À titre personnel</b> Robert Picard, professeur Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford		
<b>Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec</b> L'hon. Martin Cauchon, président exécutif Groupe Capitales Médias Brian Myles, éditeur et directeur Le Devoir Pierre-Paul Noreau, président et éditeur le Droit	2016/09/29	27
<b>IPolitics Inc</b> James Baxter, rédacteur en chef, fondateur		
<b>Torstar Corporation</b> John Honderich, président		
<b>Ministère du Patrimoine canadien</b> Jean-François Bernier, directeur général Industries culturelles	2016/10/06	29

Organismes et individus	Date	Réunion
<p>Marthe Bujold, directrice Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques</p> <p>Helen C. Kennedy, directrice générale Radiodiffusion et communications numériques</p> <p>Luc Marchand, directeur Politique et programmes de l'édition des périodiques</p> <p><b>À titre personnel</b></p> <p>April Lindgren, chercheuse principale, professeure Projet de recherche sur les nouvelles locales, Ryerson University School of Journalism</p> <p>Michael Geist, titulaire de la chaire de recherche du Canada en droit d'internet et du commerce électronique Professeur de droit, Université d'Ottawa</p>		
<b>Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes</b>	2016/10/20	31
<p>Jean-Pierre Blais, président et premier dirigeant</p> <p>Scott Hutton, directeur exécutif Radiodiffusion</p> <p>Christianne Laizner, avocate générale principale, directrice exécutive</p>		
<b>Bureau de la concurrence</b>	2016/11/01	34
<p>Julien Brazeau, sous-commissaire délégué, Direction générale de la promotion de la concurrence</p> <p>Jeanne Pratt, sous-commissaire principale Direction générale des fusions et des pratiques monopolistiques</p>		
<b>Ministère de l'Industrie</b>		
<p>Mark Schaan, directeur général Direction générale des politiques-cadres du marché, Secteur de la politique stratégique</p> <p>Adam Scott, directeur Analyses industrielle et réglementaire, Politique des télécommunication, Secteur de la politique stratégique</p>		
<b>Ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux</b>		
<p>Marc Saint-Pierre, directeur général Secteur des services d'information du Gouvernement</p> <p>Louise de Jourdan, directrice Coordination de la publicité et Partenariats</p>		

## **ANNEXE B**

### **LISTE DES MÉMOIRES**

---

#### **Organismes et individus**

---

**Boswell, Randy**

**Buchanan, Carrie**

**Fédération nationale des communications**

**Latham, Mark**

**Observer Media Group**

**Quebec Community Groups Network**

**Syndicat canadien de la fonction publique**



# PROCÈS-VERBAUX

Un exemplaire des *procès-verbaux* pertinents ([réunions n<sup>os</sup> 4, 5, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 25, 26, 27, 29, 31, 34, 35, 38, 39](#)) est déposé.

Respectueusement soumis,

La présidente,  
L'hon. Hedy Fry

