



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC



NUMÉRO 014



1^{re} SESSION



42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 10 mai 2016



Présidente

L'honorable Hedy Fry

Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 10 mai 2016

• (0845)

[Traduction]

La présidente (L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.)): La séance est ouverte. Je serai très formelle aujourd'hui. Conformément au paragraphe 108(2), ce comité se penchera sur les communautés et les médias locaux.

Nous sommes censés accueillir aujourd'hui deux groupes de témoins: le Canadian Punjabi Post, ici présent, et le groupe médiatique New Pathway qui se joindra à nous un peu plus tard.

En règle générale, les témoins ont 10 minutes pour présenter leur exposé; vous aurez donc 10 minutes en tant que groupe. Vous pouvez partager ce temps en deux exposés de 5 minutes ou laisser la parole à une seule personne.

Messieurs Jagdish Grewal et Jagdeep Kailey, si vous voulez bien commencer.

M. Jagdish Grewal (éditeur et diffuseur, Canadian Punjabi Post Inc.): Madame la présidente, mesdames et messieurs les vice-présidents et membres du comité permanent, mon collègue Jagdeep Kailey et moi tenons à vous remercier de nous donner l'occasion de comparaître devant vous aujourd'hui.

J'aimerais d'abord vous présenter ma maison médiatique. Le *Canadian Punjabi Post* a vu le jour en 2002. Il s'agit du premier quotidien en langue punjabi publié au Canada ainsi que le premier quotidien, toute langue confondue, publié dans la région de Peel. Il a aussi été le premier quotidien au monde publié en punjabi à l'extérieur de l'Inde.

À l'époque, beaucoup de gens nous ont pris pour des casse-cou de nous lancer dans pareille aventure, mais à force de travail acharné et de persévérance, nous figurons aujourd'hui parmi les plus importants quotidiens ethniques à grande diffusion au Canada.

Avec plus de 35 000 lecteurs, notre quotidien se démarque par sa portée et sa crédibilité. Il est respecté pour son traitement équitable et équilibré de l'information. Les institutions canadiennes gouvernementales et non gouvernementales consultent le *Canadian Punjabi Post* pour sonder l'opinion publique au sein des communautés immigrées établies dans la région du Grand Toronto.

Ce journal joue un rôle pivot dans le renforcement des liens entre les immigrants et leur pays d'accueil, le Canada, et entre les différentes communautés canadiennes d'origine indienne. Nous sommes l'unique quotidien canadien en langue punjabi dont le contenu rédactionnel est 100 % canadien. C'est également le seul journal à rédiger un éditorial chaque jour.

Plus de 25 000 exemplaires sont publiés cinq jours par semaine. Le site Web du journal est consulté partout au Canada, et nous sommes suivis par plus de 25 000 personnes et entreprises sur les réseaux sociaux, y compris dans des pages Facebook.

J'anime également une émission radiophonique diffusée dans l'ensemble de l'Amérique du Nord sur la fréquence 770 AM. Nous

sommes en ondes aux heures de grande écoute, de 8 heures à 10 heures, du lundi au vendredi. Radio Khabarsar, qui signifie « station radio d'actualités et d'entretiens », se distingue des autres émissions radiophoniques allophones par la qualité et la richesse inégalées de son contenu. Elle vise à répondre aux besoins des personnes originaires d'Asie du Sud, en particulier de la très dynamique communauté punjabi établie au Canada. À l'image du *Canadian Punjabi Post*, le contenu de notre émission radiophonique est à plus de 70 % canadien.

En ce qui concerne l'accès des communautés locales à l'information, les Indo-Canadiens sont politiquement plus actifs que toute autre communauté immigrante visible au Canada et cela, pour avoir vécu l'expérience d'une riche et solide tradition démocratique en Inde. Ainsi s'explique leur avidité pour les actualités et leur besoin pour un nombre élevé de médias indo-canadiens.

Tout au long de l'année, et plus fréquemment en période électorale, les partis politiques de toute allégeance se réunissent en table ronde et en conférence médiatiques avec les médias ethniques. La tenue de trois importantes élections — fédérales, provinciales et municipales — presque à la suite l'une de l'autre occupe la une des médias et mobilise la population locale.

La circonscription de Brampton est devenue une sorte de laboratoire politique pour le Canada. On dit qu'en période électorale, le comportement de la population immigrante de Brampton donne le pouls de l'intention de vote des autres communautés immigrantes du Canada; voilà qui souligne d'autant plus l'importance des médias ethniques.

En ce qui concerne les conséquences et les répercussions de la concentration des médias, nous agissons en tant que passerelle entre les organismes d'affaires, les organisations politiques et les communautés immigrantes. Sans nous, ces organisations auraient beaucoup de mal à atteindre cet important segment de la population canadienne.

Comme je l'ai dit, les Indo-Canadiens en général et les Punjabis en particulier sont le groupe le plus actif sur le plan politique. Les médias punjabi se sont mis à pousser comme des champignons. Les hebdomadaires, les émissions de radio et les canaux télévisuels sont si nombreux qu'il est presque impossible d'en dresser la liste.

Tous les deux jours, on voit apparaître une nouvelle chaîne. C'est devenu complètement fou et ce n'est pas bon signe pour le journalisme responsable. Il règne un manque flagrant de professionnalisme. Des gens sans formation et sans aucun engagement se lancent dans les médias ethniques pour la seule raison qu'ils y voient une occasion de se faire valoir. C'est bon pour eux, mais ça engendre beaucoup de problèmes dans la communauté.

•(0850)

La surconcentration des médias a des répercussions négatives sur la vie sociale de la communauté. Pour garder une longueur d'avance les uns sur les autres, certains médias n'hésitent pas à laver le linge sale de la communauté en public et à discuter en détail de sujets scabreux et indécents. Un tel comportement a un coût élevé sur la santé sociale des gens qui consomment cette information.

Des éléments radicaux de la communauté exercent sur nous des pressions explicites et implicites pour que nous rapportions leurs nouvelles qui, pour la plupart, sont très dangereuses et prêtent à controverse. En octobre 2010, on a attenté à ma vie pour avoir refusé de dire des choses qu'on m'avait demandé de dire. Je ne suis pas le seul à qui c'est arrivé, on est nombreux. Mon cas à moi a été couvert par les médias grand public, mais dans la plupart des cas, des journalistes sont battus, menacés et forcés à garder le silence. Cette dangereuse tendance se produit à grande échelle. Le favoritisme politique à l'égard du radicalisme est dangereux pour nous tous qui travaillons dans les médias ethniques.

La pression politique sème la division au sein des communautés et entre les communautés, c'est très malsain. Un éditorial paru l'an dernier dans le *Brampton Guardian* en est un bon exemple.

En ce qui concerne l'impact des médias numériques sur l'information locale, soulignons que la nouvelle génération d'immigrants utilise abondamment les médias numériques pour se créer un espace personnel. Les enfants canadiens nés de parents immigrants créent des vagues médiatiques à l'aide des technologies numériques. De nos jours, les nouveaux arrivants sont beaucoup plus portés vers les médias numériques que vers la presse écrite. Il n'en reste pas moins que comme une grande proportion des immigrants n'est pas encore très technophile, il continue d'exister une forte demande pour la presse écrite. Pour le moment, la presse écrite demeure le média à privilégier en raison de l'accueil et de la réceptivité qui lui réserve du public. Les choses vont changer progressivement pour faire place à l'environnement numérique.

Comment envisageons-nous l'avenir et où en est cette industrie? La chaîne de télévision multilingue OMNI, une initiative de Rogers qui diffuse en langue punjabi, a dû réduire sa programmation parce qu'elle n'arrivait plus à se maintenir à flot en raison des coûts associés à l'embauche de journalistes qualifiés. Deux quotidiens et plusieurs journaux hebdomadaires du Grand Toronto sont « morts de causes non naturelles ». Cela explique le manque de journalisme sérieux dans les médias ethniques. La presse écrite a déjà du mal à survivre à cause de l'épuisement des sources de revenus, et c'est ce même destin qui attend les chaînes radio et télévisuelles.

Le gouvernement fédéral doit songer à soutenir les médias ethniques de qualité de la même façon qu'il soutient CBC/Radio-Canada. À plus petite échelle, bien sûr, mais son aide est indispensable. Nous souhaitons qu'une initiative soit mise en place pour nous permettre d'embaucher des journalistes professionnels grâce à des programmes de subventions. En l'absence d'un tel soutien, l'industrie des médias ethniques sera confrontée à une crise qui portera un coup dévastateur aux communautés immigrantes et au Canada.

Le gouvernement devrait collaborer avec la Fondation pour le journalisme canadien ou un autre organisme similaire pour aider et renforcer nos médias ethniques.

Merci beaucoup.

La présidente: Je vous remercie.

Nous allons maintenant passer à M. Yuri Bilinsky, rédacteur en chef de New Pathway Media Group, en vidéoconférence depuis Mississauga.

Monsieur Bilinsky, vous avez 10 minutes pour faire votre exposé. Je vous ferai signe lorsqu'il restera deux minutes, après quoi nous passerons à la période de questions.

Merci.

•(0855)

M. Yuri Bilinsky (rédacteur en chef, New Pathway Media Group): Je vous remercie.

L'accès à l'information constitue un problème pour les immigrants récents. Les immigrants récemment arrivés, dont un grand nombre ne connaît pas bien l'anglais et dont la langue de choix est presque toujours la langue maternelle, représentent sans aucun doute le groupe social le plus touché à cet égard. C'est particulièrement vrai en ce qui concerne les personnes âgées. Les nouveaux immigrants recherchent trois types d'information: de l'information sur le Canada et sur la communauté canadienne au sens large, de l'information sur les autres membres de leur communauté ethnique établie au Canada et de l'information sur leur pays d'origine. Bien sûr, l'information sur les affaires canadiennes est facilement accessible dans les médias grand public, mais comme je l'ai mentionné, il y a la barrière de la langue.

Pour aborder la deuxième question, la concentration des médias et le processus de concentration des médias, il faut dire que cela n'aide pas notre cause, parce que lorsque leur nombre est restreint, les médias de grande diffusion ou les médias communautaires — je parle de communautés géographiques plutôt qu'ethniques — couvrent de moins en moins les communautés ethniques, puisqu'ils sont moins nombreux à devoir couvrir le même éventail de sujets. À mesure que ce processus évolue, les préoccupations des communautés ethniques passent entre les mailles du filet. Évidemment, les médias ethniques et les médias culturels doivent compenser le manque de couverture de leurs communautés respectives.

Les médias ethniques et culturels ne couvrent pas exclusivement leurs communautés. Nous essayons toujours de couvrir la collectivité au sens large et même certaines questions internationales. Le manque de financement et, comme l'a mentionné le témoin précédent, l'incapacité de pouvoir compter sur des employés et des journalistes professionnels au sein de nos équipes de rédaction limitent sérieusement notre capacité à couvrir des sujets plus vastes. Comme je l'ai dit, beaucoup de personnes, en particulier la population immigrante récente, se tournent vers les médias communautaires pour accéder à ces sujets d'information.

L'impact des médias numériques est vraiment considérable. Je dirais que les médias communautaires sont moins touchés que les médias grand public, parce que d'énormes progrès technologiques sont accomplis en ce moment. Certaines plateformes et technologies médiatiques n'ont pas encore été utilisées, mais tout est en phase de développement à l'heure actuelle.

Notre groupe médiatique commence à exploiter ce marché. Nous cherchons à nous positionner de manière à pouvoir tirer profit des médias numériques et de l'accès aux personnes qui n'utilisent que les médias numériques plutôt que la presse écrite ou même la radio et la télévision. À ce stade, il est très difficile d'estimer dans quelle mesure nous parviendrons à tirer profit des médias numériques et du marché des médias numériques. Par exemple, il est difficile de dire si, avec la publicité numérique, nous réussirons à compenser la perte de publicité écrite tout en préservant la version imprimée de notre journal, parce que tout cela commence tout juste à se développer.

• (0900)

En même temps, ce marché est de plus en plus concurrentiel, non seulement pour les médias à grande diffusion, mais aussi pour les médias ethniques. Une foule de personnes y voient une possibilité — en réalité, une nécessité — de développer des produits numériques et, parfois, créer des groupes très informels, comme les groupes Facebook. Ces groupes sont déjà créés. Mais dans notre marché communautaire et ethnique, ils commencent à peine. Difficile de dire comment ils pourront survivre et quelle influence ils auront sur les médias communautaires traditionnels qui font eux aussi leur entrée sur le marché du numérique. Comme je l'ai dit, tout est encore à l'étape du développement.

Je pense que la concurrence à laquelle se livreront les médias communautaires sur le marché du numérique sera sans doute intense, peut-être même plus que celle qui se livre au sein des marchés classiques de la presse écrite, de la télévision et de la radio. Du point de vue de la communauté et de celui de la collectivité au sens large, cette concurrence m'apparaît comme quelque chose de positif, parce que plus les voix sont nombreuses à se faire entendre, plus le débat est large.

Quant à la viabilité économique, il est trop tôt pour se prononcer, mais je dirais que le gouvernement devrait envisager la possibilité d'offrir son soutien aux médias numériques et aux autres types de médias émergents de la même façon qu'il soutient la presse écrite par l'entremise de son programme d'aide aux éditeurs.

Je vous remercie.

La présidente: Merci beaucoup.

Nous allons maintenant passer aux questions, mais avant — je vous ferai signe quand l'heure approchera — n'oubliez pas que la sonnerie pourrait nous convoquer à 10 heures. Peut-être que non, mais il vaut mieux s'y attendre. Si la cloche sonne, nous devons couper court à ce que nous serons en train de faire.

Pendant cette période de questions, les intervenants ont sept minutes chacun pour poser des questions. Ce temps inclut les questions et les réponses.

Je vous demanderai d'être très succinct dans vos questions et vos réponses.

Commençons par Dan Vandal, pour les libéraux.

M. Dan Vandal (Saint-Boniface—Saint-Vital, Lib.): Merci.

J'adresse ma première question à M. Grewal.

Publiez-vous sept jours par semaine?

M. Jagdish Grewal: Non, cinq jours par semaine. À l'origine c'était une publication qui paraissait sept jours par semaine, mais nous avons dû réduire à six jours. Nous en sommes maintenant à cinq jours.

M. Dan Vandal: Cinq jours par semaine et votre lectorat est de 35 000 personnes par jour?

M. Jagdish Grewal: Oui, monsieur.

M. Dan Vandal: Pourriez-vous nous faire connaître la structure de financement, les flux de rentrées, de votre quotidien.

M. Jagdish Grewal: La plus grande partie de nos recettes provient d'entreprises locales. Il y a beaucoup d'entreprises dans la communauté locale qui font paraître des annonces sur une base journalière. C'est notre principal flux de rentrées. Il s'agit de comptoirs de pizza, de salons de coiffure, ainsi de suite. Ce sont les entreprises locales qui soutiennent ces quotidiens.

M. Dan Vandal: Quel pourcentage représentent-elles?

M. Jagdish Grewal: Presque 95 %.

M. Dan Vandal: D'accord. Ce sont donc les commanditaires, les entreprises locales...

M. Jagdish Grewal: Oui, monsieur.

M. Dan Vandal: Recevez-vous une forme quelconque de soutien financier ou de l'aide de l'un ou l'autre des ordres de gouvernement?

M. Jagdish Grewal: Non. Il y a seulement certaines annonces des gouvernements fédéral et provincial, qui représentent, je peux le dire, moins de 5 %. La publicité de grandes entreprises, telles que Rogers, Bell ou d'autres, compte pour 2 ou 3 %.

M. Jagdeep Kailey (corédacteur, Canadian Punjabi Post Inc.): En fait, ce ne sont pas les gouvernements, mais plutôt les partis politiques qui nous passent des annonces.

• (0905)

M. Dan Vandal: D'accord. Quel est le budget d'exploitation annuel de votre quotidien?

M. Jagdish Grewal: Il est près de 100 000 \$ par mois.

M. Dan Vandal: Donc de l'ordre de 1,2 million de dollars par année?

M. Jagdish Grewal: Oui.

M. Dan Vandal: Combien d'employés avez-vous?

M. Jagdish Grewal: Nous en avons cinq ici dans notre bureau canadien et huit à l'étranger, en Inde.

M. Dan Vandal: Quel genre de présence Web avez-vous sur Internet?

M. Jagdish Grewal: Le *Canadian Punjabi Post* a son propre site Web. Mis à jour chaque heure ou demi-heure, il couvre toutes les dernières nouvelles dans chaque section de l'actualité. Il a des sections canadiennes, des sections du Grand Toronto, des sections mondiales et des sections indiennes ou punjabi.

M. Dan Vandal: Les délégations que nous avons reçues nous ont permis de dégager une tendance générale au pays, à savoir que les gens lisent de moins en moins les journaux et que les jeunes se tournent de plus en plus vers des sources d'information en ligne. Connaissez-vous le profil démographique de votre lectorat? Qui lit votre quotidien? Y a-t-il un mouvement des jeunes en faveur du numérique?

M. Jagdeep Kailey: Comme nous l'avons dit également dans notre exposé, la jeune génération n'a pas la maîtrise de la langue, si bien que nous ne présentons pas grand intérêt pour elle. Même les jeunes immigrants de chez nous tendent à mieux se débrouiller en matière technologique. Notre lectorat est composé principalement de gens dans la trentaine et au-delà. Comme l'a dit notre ami Yuri, ce sont les personnes âgées qui sont le plus intéressées et elles ont, je dirais, un vif intérêt pour l'actualité politique. Ce sont elles qui, dans les familles, exercent une influence sur les décisions politiques. Notre lectorat va des gens, plutôt rares, dans la trentaine à ceux âgés dans la quarantaine et la cinquantaine.

M. Dan Vandal: Plus les personnes âgées.

M. Jagdeep Kailey: Oui.

M. Dan Vandal: Pour le numérique, Internet, quelle est votre audience?

M. Jagdeep Kailey: Comme l'a dit Jagdish, nous diffusons les nouvelles sur notre site Web et sur Facebook dès qu'elles nous arrivent. Il y a 25 000 personnes qui nous suivent sur Facebook, si bien que la diffusion se fait assez rapidement.

M. Jagdish Grewal: Je voudrais ajouter quelque chose. Il s'agit du seul média qui investit plus dans le contenu canadien. Bien des fois, j'ai remarqué que les quotidiens de langue punjabi en Colombie-Britannique utilisent le même contenu canadien que j'ai publié dans mon journal. De plus, de nombreux animateurs et lecteurs de nouvelles à la radio reprennent les nouvelles qui ont paru sur notre site Web et notre quotidien.

M. Dan Vandal: Quelle est votre concurrence?

M. Jagdish Grewal: Elle se trouve au sein de la communauté. Il y a de nombreux hebdomadaires. Il y avait deux quotidiens de langue punjabi, mais ils n'ont pas survécu et sont devenus des hebdomadaires. Il y a d'autres hebdomadaires, plus les émissions de radio et les postes de télévision.

Il y a aussi maintenant la télévision sur IP. Au cours des deux dernières semaines, cinq ou six stations de télévision de langue punjabi, diffusant 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, sont entrées en ondes ici dans la grande région de Toronto. Ces gens voient bien quelles entreprises annoncent dans notre journal et ne se privent pas d'approcher nos annonceurs, de leur offrir de faire passer leur publicité à la télévision en leur proposant des tarifs alléchants. Il va sans dire que la télévision sur IP ne coûte pas très cher. Ses coûts sont de beaucoup inférieurs à ceux d'un quotidien imprimé. Voilà quelle est notre concurrence.

La présidente: Il vous reste une minute, monsieur Vandal.

M. Dan Vandal: Vous avez mentionné votre préoccupation quant aux nombreuses stations de radio qui apparaissent sans cesse. Pourriez-vous nous en dire davantage à ce sujet?

M. Jagdish Grewal: Le concept de l'émission de radio est tout à fait différent dans la communauté punjabi. Les stations diffusant 24 heures par jour sont aux mains de quelques personnes. Les autres ne font que louer des cases horaires d'une heure ou deux. Moi-même je loue une case de deux heures à une émission de radio. Il y a entre 70 et 80 personnes qui louent à ces stations de radio du temps d'antenne d'une demi-heure, d'une heure, de deux heures ou en fin de semaine. Chacun a sa propre idéologie et sa propre façon de présenter leurs nouvelles. Il est très difficile de répertorier ces émissions de radio.

• (0910)

M. Dan Vandal: Est-ce une bonne chose?

M. Jagdish Grewal: Comme je l'ai dit dans mon exposé, je pense que non. Je répète que ces gens, pour avoir le pas sur leurs concurrents, pour attirer l'attention de la communauté, pour faire monter leur cote d'écoute, se lancent dans beaucoup de sujets controversés dans leurs émissions de radio. On constate un manque de professionnalisme. Ils font une émission de radio simplement pour... Il y a bien des gens qui pensent qu'il vaut mieux, plutôt que de travailler en usine ou de conduire un camion ou un taxi, de lancer une émission de radio d'une heure, de trouver un journaliste en Inde, à qui ils verseront 200 \$ par mois, pour obtenir des reportages provenant de l'Inde et de ne s'occuper que des activités de promotion et des revenus à en tirer.

La présidente: Merci, monsieur Vandal.

Je cède la parole à M. Van Loan, pour le Parti conservateur.

L'hon. Peter Van Loan (York—Simcoe, PCC): Merci beaucoup.

Monsieur Bilinsky, vous êtes au service de la communauté ukrainienne, qui présente un intérêt particulier du fait qu'elle est née de vagues d'immigration multigénérationnelles. Il y a les descen-

dants des immigrants venus pour des motifs économiques à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e. Par la suite, il y a eu quelques vagues d'immigrants à l'époque de la révolution et de la Deuxième Guerre mondiale. Et maintenant nous avons la vague d'immigration d'après 1991.

Il y a donc des immigrants récents et des descendants des premiers immigrants. Comment cette diversité se reflète-t-elle dans la composition de votre lectorat?

M. Yuri Bilinsky: Notre publication étant bilingue, nous nous adressons essentiellement à toutes ces vagues successives d'immigration et à toutes ces générations. Certains des autres bureaux de presse et médias de la communauté ukrainienne sont plutôt de langue ukrainienne ou de langue anglaise, de telle sorte qu'ils ciblent davantage des segments particuliers de la communauté.

De notre point de vue, nous trouvons qu'il est vraiment utile de viser tous les groupes afin de les rassembler pour créer une synergie économique, mais aussi dans le but de regrouper la communauté. De toute évidence, du fait que des langues différentes sont préférées et parlées par des groupes différents, ceux-ci tendent à se détacher l'un de l'autre. Pour être réellement en mesure de discuter des mêmes enjeux avec tous les groupes, le bilinguisme s'impose à nous. Il en résulte certaines limitations, parce que la communauté n'est probablement pas aussi grande, évidemment, que l'ensemble de la population. La préférence de langue des gens restreint parfois notre marché.

L'hon. Peter Van Loan: La dispersion géographique de la communauté à travers le pays doit aussi, j'imagine, présenter des défis, surtout lorsqu'il s'agit d'attirer les annonceurs.

M. Yuri Bilinsky: Oui, elle entrave certainement nos efforts pour attirer des annonceurs ayant des activités à l'échelle du pays, comme les grandes multinationales ou les grandes entreprises nationales. Il s'agit en effet d'un petit marché. C'est un marché à créneaux.

L'hon. Peter Van Loan: Dans cette même veine, dans quelle mesure votre couverture porte-t-elle sur l'actualité en Ukraine, par opposition à vos efforts de couverture des questions locales touchant la communauté ukrainienne ici au Canada? Auriez-vous des commentaires à faire à ce sujet?

Je voudrais aussi savoir si les événements survenus récemment en Ukraine, notamment l'agression russe, l'annexion de la Crimée, le conflit dans la partie orientale de l'Ukraine et son invasion, ont influé sur votre rôle, sur ce qu'on attend de vous et sur l'intérêt des lecteurs?

M. Yuri Bilinsky: Cette situation nous oblige, au fond, à tout couvrir, des grands enjeux géopolitiques jusqu'aux plus petits problèmes communautaires que nous avons ici à Toronto ou ailleurs dans la communauté ukrainienne. Elle a un effet positif sur ce plan, du fait qu'elle élargit l'éventail des sujets que nous devons traiter. Par ailleurs, cela a été mentionné quelques fois aujourd'hui, il est difficile de le faire à cause de contraintes financières qui nous empêchent de constituer d'imposantes équipes de rédaction, et parfois même d'en avoir une. Dans certains cas, ces journaux sont en fait l'affaire d'un homme-orchestre, et il est alors très difficile d'assurer une couverture de qualité des sujets très différents que l'actualité impose.

• (0915)

L'hon. Peter Van Loan: Quels changements avez-vous observés au fil des ans quant au nombre de publications ukrainiennes destinées à la communauté ukrainienne au Canada?

M. Yuri Bilinsky: Je pense que la plupart des fermetures sont probablement survenues avant l'avènement des médias numériques. Dans notre cas particulier et dans le cas de notre communauté, il n'y a pas beaucoup de quotidiens établis de longue date qui ont cessé de paraître.

Cela dit, leur situation économique ne s'améliore guère, loin de là. Je crains que nous risquions de voir, dans l'ensemble des médias communautaires, le retrait ou l'affaiblissement des appuis dont nous bénéficions depuis longtemps.

L'hon. Peter Van Loan: C'est certainement cette tendance qui a été observée dans beaucoup des communautés ethniques. Par exemple, ceux qui sont arrivés ici après la Deuxième Guerre mondiale avaient à leur disposition toute une diversité de publications, qui étaient relativement solides dans leurs premières années.

Parallèlement à l'intégration des immigrants dans la population canadienne et à leur vieillissement, l'attachement des générations suivantes à leur communauté s'amenuise. C'est alors que surviennent fermetures, regroupements, fusions, et que diminuent le nombre de publications et leur fréquence de parution.

Est-ce que vous avez constaté une évolution de ce genre ou la vague d'immigration d'après 1991 a-t-elle offert quelque répit?

M. Yuri Bilinsky: Tout à fait. Le nombre de nos abonnés, par exemple, est en déclin, mais la situation créée en Ukraine par l'invasion russe a entraîné le besoin de traiter des enjeux en Ukraine. Cela a soutenu l'intérêt dans les médias canado-ukrainiens, au sein de la communauté et chez les commanditaires, ce qui n'est évidemment pas une bonne... Nous aurions préféré que ces événements ne se produisent pas, il va sans dire. À mesure que le temps passe, cet intérêt s'atténuera. Que se passera-t-il alors? J'ai bien peur que nous serons aux prises avec des problèmes comme ceux qu'éprouvent les médias grand public et les médias des autres communautés ethniques.

La présidente: Je vous remercie, monsieur Van Loan.

C'est maintenant à M. Nantel, pour le NPD.

[Français]

M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD): Merci, madame la présidente.

Je vous remercie messieurs Kailey, Grewal et Bilinsky de participer à cette rencontre par téléconférence.

[Traduction]

À moins que je ne me trompe, vous n'avez pas de traduction vers l'anglais et je parlerai donc en anglais. Je pense qu'il est beaucoup plus simple de procéder ainsi.

Je vois que vous êtes le rédacteur en chef de *New Pathway*, mais que vous représentez également le Ukrainian Canadian News Portal. Il y a quelques minutes, vous disiez qu'il vous serait encore plus difficile qu'aux médias grand public de relever les défis que posent les médias numériques et l'attrait qu'ils exercent sur les gens. Est-ce que vous constatez que c'est le cas au Ukrainian Canadian News Portal?

M. Yuri Bilinsky: Eh bien, ce à quoi je voulais probablement en venir, c'était que les médias numériques, de par leur nature, sont éminemment démocratiques. Au fond, tout le monde peut y participer. Il y a, par exemple, beaucoup de communautés et de groupes Facebook qui sont devenus des forums de discussion des enjeux communautaires, des questions qui concernent la communauté ukrainienne au Canada et des problèmes causés par la guerre

en Ukraine. Ces médias commencent à jouer un rôle très important. Ils représentent évidemment pour nous une certaine concurrence, mais ils offrent aussi certaines possibilités.

Je tiens à dire également qu'il est probablement, pour nous, beaucoup trop tôt pour pouvoir en tirer des conclusions. De plus, il n'y a pas de marché comme tel. Il n'existe pas de marché de la publicité dans ce segment particulier. Dans les médias grand public...

● (0920)

M. Pierre Nantel: Dans le portail?

M. Yuri Bilinsky: Oui. Je parle de toutes ces nouvelles plateformes médiatiques numériques dans la communauté ukrainienne. Dans les médias traditionnels, il existe un marché publicitaire numérique, un marché publicitaire pour les journaux, à la télévision et à la radio. Au sein de la communauté, en particulier dans les petites communautés, il n'existe pas encore de marchés distincts selon les types de médias, et il est très difficile de prédire comment évolueront ces marchés de la publicité. De toute évidence, ils sont très modestes.

M. Pierre Nantel: Merci. Je vais vous laisser partir.

M. Yuri Bilinsky: J'aimerais ajouter une dernière chose. Comme les médias ethnoculturels ciblent principalement les personnes âgées et les nouveaux arrivants, ils ne peuvent mettre fin à leur version papier. Du point de vue des coûts, il faudrait y réfléchir, mais ce n'est pas possible. Cette situation alourdit la structure de coûts, et la publicité numérique ne suffit pas encore à faire contrepois.

M. Pierre Nantel: Oui, évidemment. Si c'est sur un groupe Facebook, je suppose que l'argent va à Facebook.

Je vois M. Kailey hocher la tête.

Dans la communauté punjabi, est-ce qu'il existe une sorte de portail, de regroupement communautaire, une convergence de divers médias? Ou est-ce chacun pour soi? Si je vous ai bien compris, diverses entreprises lancent des projets et s'attirent des audiences. Elles ne travaillent pas ensemble?

M. Jagdeep Kailey: Non seulement les entreprises ne se regroupent pas, mais ce sont des gens qui essaient de faire sentir leur présence.

Nous sommes plus ou moins pris dans une impasse. Nos annonceurs dans les journaux sont des gens d'affaires ethniques. Ils veulent voir leur annonce imprimée quelque part, parce que cela... Il faut qu'elle soit vue par notre audience, notre lectorat. Mais en même temps, un autre créneau les attire, les médias numériques. Nous devons en tenir compte.

Quant aux médias sociaux communautaires, nous les appelons les médias Facebook. Ils ont établi leur... ce sont généralement des groupes médiatiques; ce ne sont pas des médias, mais ils tiennent des propos que ne pouvons même pas imaginer pouvoir tenir. Cela crée une concurrence plus forte. Vous pouvez dire n'importe quoi sur les médias sociaux, puis c'est terminé. Mais pour nous, c'est plus difficile de nous positionner.

Nous nous débattons d'un côté avec des flux de revenus qui proviennent, comme l'a dit M. Grewal, de commerces tenus par des gens d'affaires ethniques. Ils ne comprennent pas les contraintes ou les difficultés qui sont les nôtres; parallèlement, les médias sociaux numériques nous posent défi de taille.

M. Pierre Nantel: Je comprends parfaitement.

Monsieur Grewal, j'ai une question pour vous. Je vois que vous portez votre oreillette. Si je m'exprime en français, entendrez-vous l'interprétation en anglais?

M. Jagdish Grewal: Oui.

[Français]

M. Pierre Nantel: Quelle est la proportion de nouvelles locales dans votre journal? Après tout, c'est un peu ce dont il est question ici. Dans le cadre de notre étude, nous sommes toujours confrontés à différents aspects, c'est-à-dire qu'il y a les nouvelles locales, un public local et un marché publicitaire local.

Vous avez dit tout à l'heure avoir des correspondants en Inde et cinq journalistes au pays. Quelle est la proportion de nouvelles locales dans votre journal à propos de la région métropolitaine de Toronto par rapport au contenu international qui touche probablement votre mère patrie?

[Traduction]

M. Jagdish Grewal: Dans l'édition papier de mes journaux, par exemple, tous les jours nous publions à la une des nouvelles canadiennes. Ma priorité première est de présenter des nouvelles nationales à la une, ma deuxième est l'information d'intérêt provincial et la troisième, les nouvelles locales. Tous les jours, je demande à mon personnel de rédiger entre 15 et 20 nouvelles locales portant, par exemple, sur des changements politiques décidés par tous les paliers de gouvernement, fédéral, provincial et municipal.

Comme je l'ai dit dans ma présentation, nos éditoriaux portent sur des enjeux canadiens. À ce jour, nous n'avons jamais publié un éditorial sur la situation en Inde. Tous mes articles portent sur des enjeux canadiens, que ce soit sur les changements politiques que vous effectuez ici à Ottawa, ou sur tout autre changement politique effectué au palier provincial ou municipal ou toute nouvelle politique mise en oeuvre. Voilà sur quoi portent nos articles quotidiens. Nous publions au moins 15 à 20 nouvelles par jour, parfois sur des événements locaux comme une fête d'anniversaire dans un centre pour personnes âgées ou des événements qui se déroulent ici sur la Colline du Parlement.

• (0925)

[Français]

M. Pierre Nantel: Avez-vous aussi connu une diminution des publicités gouvernementales? Je constate que M. Kailey a bien précisé qu'il n'avait pas de publicités gouvernementales, mais plutôt des publicités de la part de partis politiques qui sollicitaient les membres de votre communauté. Avez-vous déjà eu des publicités gouvernementales? Si oui, est-ce que ces publicités ont cessé récemment? J'imagine qu'elles représentaient un bon montant d'argent.

[Traduction]

M. Jagdish Grewal: Oui. Les publicités gouvernementales ont baissé de manière drastique. À l'époque des gouvernements libéraux précédents et du gouvernement conservateur minoritaire, nous avions l'habitude de publier un grand nombre d'annonces dans notre journal, mais nous avons constaté une forte baisse récemment.

À l'échelle locale, dans la région de Brampton ou de Peel par exemple, lorsque les journaux anglophones reçoivent 1,2 million de dollars du gouvernement, moi je ne reçois que 2 000 \$ par année. Cela vous donne une idée de la baisse des publicités de tous les paliers de gouvernement.

M. Jagdeep Kailey: Il est intéressant de signaler que la ville de Brampton — où nous avons nos bureaux — a obtenu plus de

700 000 \$ pour la surveillance des médias ethniques. La ville ne nous verse aucune aide financière, mais elle investit beaucoup d'argent pour savoir ce que nous disons d'elle. C'est quelque chose qui nous surprend.

Tant qu'elle ne nous soutiendra pas, tant qu'elle ne comprendra pas que nous pouvons transmettre ses messages à la communauté... Mais comme les élus locaux sont davantage intéressés à savoir ce que nous disons à leur sujet, ils dépensent plus de 700 000 \$ chaque année pour surveiller les médias ethniques. N'est-ce pas intéressant?

Le président: Merci, monsieur Kailey.

Et merci à vous aussi, monsieur Nantel.

La parole est maintenant aux libéraux, madame Dabrusin c'est à vous.

Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.): J'aimerais remercier les témoins pour leurs exposés forts intéressants.

Je vais saluer M. Bilinsky dans sa langue « *dobry den* ». J'ai la chance d'avoir une stagiaire ukrainienne à mon bureau en ce moment, je lui ai donc demandé de m'aider un peu, mais c'est tout ce que j'ai appris pour le moment.

Notre examen porte sur deux enjeux. Jusqu'à maintenant, la concentration des médias grand public a accaparé une bonne partie de la discussion.

Je vais commencer par M. Bilinski. En ce qui concerne les enjeux ukrainiens que vous abordez dans votre hebdomadaire, dans quelle mesure la presse francophone et anglophone s'intéresse-t-elle aux questions qui touchent la communauté ukrainienne?

M. Yuri Bilinsky: À ma connaissance, l'information diffusée dans les médias grand public concerne surtout l'Ukraine, mais pas la communauté ukrainienne du Canada en tant que telle.

Parlant de l'Ukraine, je ne sais pas si mon propos sera jugé hors contexte, mais j'aimerais vous dire une chose. Nous trouvons que les événements qui se déroulent en Ukraine sont parfois relatés de manière erronée.

Par exemple, les médias ne décrivent pas toujours les événements comme étant une « invasion » russe. C'est pourtant bel et bien une invasion de la part de la Russie et celle-ci a déployé des militaires de l'armée régulière russe en Ukraine, mais les médias canadiens n'en parlent pas suffisamment. Ils ont tendance à parler de « guerre civile ». Or, ce n'est pas une guerre civile, mais bien une invasion par un autre pays.

Voilà pourquoi nous, les médias ukraino-canadiens, sentons le besoin de faire contrepoids, mais notre problème, c'est que nous avons un public assez restreint. Nous sommes petits et nous ne pouvons diffuser nos messages vers la communauté dans son ensemble. Je dirais que c'est notre principal problème concernant l'information diffusée dans les médias canadiens sur les enjeux ukrainiens.

Pour être honnête, je n'ai pas lu beaucoup d'information sur les communautés ukraino-canadiennes dans médias grand public. Sauf probablement à l'occasion de nos festivals ou des célébrations du jour de l'indépendance ukrainienne qui sont couverts par les chaînes d'information et la presse. Nous essayons de couvrir tous les sujets; mais nous diffusons naturellement de l'information sur des enjeux communautaires locaux plus souvent que sur l'Ukraine, parce qu'il y a beaucoup d'information en provenance d'Ukraine.

• (0930)

Mme Julie Dabrusin: Merci.

Si vous le permettez, je vous demanderais à vous aussi, messieurs, de nous dire brièvement si vous croyez que les médias grand public représentent adéquatement les différentes voix communautaires, en particulier la voix punjabi?

M. Jagdeep Kailey: Je pense qu'il y a un grand fossé. Chaque fois qu'un incident se produit au sein de la communauté, nous devenons les points de contact des médias grand public parce qu'ils n'ont aucun autre contact dans la communauté. Ils ne savent pas distinguer toutes les nuances qui colorent un sujet particulier. Par exemple, lorsque M. Grewal a été agressé en 2009, c'était un brutal attentat à sa vie, c'est vers lui que les médias grand public sont allés pour recueillir sa version et celle de la communauté également.

Ce que nous avons constaté à l'époque, et dont nous parlons également dans notre mémoire, c'est que les médias ethniques sont devenus une réalité et qu'ils sont là pour rester. Ils ont davantage besoin de soutien pour sortir de là où ils viennent, quel que soit le palier de gouvernement, et se connecter sur les entreprises médiatiques grand public.

C'est le genre de relations que nous devons entretenir. Nous pouvons travailler ensemble. La collaboration est le mot clé, et nous devons créer des espaces au sein des entreprises médiatiques et celles-ci doivent nous soutenir. Elles doivent nous aider à avancer un pas à la fois jusqu'à ce qu'il y ait une collaboration dans les deux branches des médias. Cela permettra d'enrichir les communautés canadiennes. Je crois que ce serait une bonne chose.

Mme Julie Dabrusin: Merci.

Je crois comprendre, monsieur Bilinsky, que votre journal a reçu un soutien du Fonds du Canada pour les périodiques. Nous nous penchons également sur les différentes formes de soutien que le gouvernement peut et devrait offrir aux différents médias. Avez-vous une idée de la façon dont cela fonctionne actuellement? Quels changements seraient nécessaires, à votre avis, pour que votre journal puisse continuer à recevoir un soutien?

M. Yuri Bilinsky: Je crois avoir dit que le gouvernement devrait songer à soutenir plus de projets de mise en place de plateformes numériques pour les médias ethniques. Ces derniers sont si mal financés que toute forme de soutien serait utile.

À l'instar d'autres médias ethniques, nous recevons des fonds lors des campagnes électorales de la part des candidats. Entre les campagnes électorales, nous tirons peu de recettes de la publicité gouvernementale et recevons peu d'aide financière, à part la subvention dans le cadre du PAP, qui est fort utile. Ce serait bien qu'elle soit augmentée ou bonifiée, mais c'est un soutien très important pour le moment.

Mme Julie Dabrusin: Pour le moment, nous utilisons un certain modèle d'aide financière. C'est ce qui se passe actuellement, mais en fait, ne serait-il pas préférable d'apporter des changements, que ce soit par le biais de la loi sur l'impôt ou d'une autre manière? N'êtes-vous pas d'accord pour dire que ce serait plus utile que ce que nous avons maintenant? Ou peut-être préférez-vous le statu quo?

La présidente: Ils devront attendre avant de répondre, madame Dabrusin. Vos sept minutes sont écoulées.

Vous pourrez répondre lors de la deuxième ronde de questions.

Nous allons maintenant commencer une ronde de trois minutes seulement. Monsieur Van Loan, vous pouvez y aller.

Si un libéral souhaite profiter de ces trois minutes, qu'il me le fasse savoir.

● (0935)

L'hon. Peter Van Loan: Monsieur Grewal, vous avez parlé d'une agression en 2009. Pour quel motif?

M. Jagdish Grewal: Nous ne le savons pas encore. La police n'a jamais...

L'hon. Peter Van Loan: Quelle est votre hypothèse?

M. Jagdish Grewal: À l'époque, il y avait quelques problèmes au sein de la communauté. Il y a toujours des conflits. Un conflit oppose depuis longtemps les communautés indienne et sikh. À l'époque, il y avait plusieurs litiges en cours. Nous subissions des pressions pour couvrir ces histoires et certaines personnes trouvaient que mes articles ne reflétaient pas leurs points de vue.

Je pense que c'est la raison, mais je n'en suis pas encore certain. La police poursuit son enquête. Je communique avec les enquêteurs de temps à autre pour savoir s'ils ont trouvé quelque chose. Je ne reçois pas de réponse.

L'hon. Peter Van Loan: Kevin.

M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC): Je pense aux agences nationales de publicité? Est-ce que vous faites affaire avec elles? Prenez l'exemple de Procter & Gamble. Il y a une agence de publicité nationale qui s'occupe de ses affaires. Avez-vous un représentant commercial national qui s'occupe de ça?

M. Jagdish Grewal: J'ai deux représentants commerciaux qui traitent avec elles, mais je n'arrive toujours pas à rejoindre le secteur des entreprises. Voici ce qui est arrivé dans le passé. Lorsque nous avons commencé à diffuser des annonces nationales ou commerciales dans notre journal, un autre journal, anglophone celui-là, est apparu dans la communauté, avec une équipe de marketing plus solide que la nôtre. Ce journal est géré par le principal groupe médiatique et il a commencé à se vanter d'être le seul journal sud-asiatique à couvrir l'Asie du Sud et il a fait son entrée dans les foyers sud-asiatiques. Il a accaparé le marché. Au moment où nous allions commencer à avoir des annonces nationales, un autre est apparu. Les médias grand public nationaux ont créé leurs propres journaux sud-asiatiques, et nous n'avons pas réussi à nous imposer.

M. Kevin Waugh: Monsieur Bilinsky, qu'en est-il de votre organisation? Avez-vous une agence publicitaire nationale qui peut s'occuper de votre journal?

M. Yuri Bilinsky: Je suppose. Nous sommes probablement plus éloignés du marché de la publicité nationale que les médias punjabi. J'encourage les annonceurs nationaux à s'intéresser davantage aux marchés ethniques comme le marché ukrainien car il représente un potentiel inexploité. Je pense que les médias ethniques offrent une belle opportunité en matière de publicité et de couverture car le marché dominant est tellement concurrentiel et les questions communautaires ethniques sont beaucoup moins couvertes. Elles sont...

M. Kevin Waugh: Je voulais parler des agences de publicité.

La présidente: Monsieur Waugh, vous avez trois secondes.

M. Kevin Waugh: D'accord, c'est tout.

La présidente: Je suis désolée.

La parole est maintenant à M. Samson pour les libéraux pendant trois minutes, s'il vous plaît.

[Français]

M. Darrell Samson (Sackville—Preston—Chezzetcook, Lib.): Merci, madame la présidente.

Je remercie les témoins d'être venus faire ces présentations aujourd'hui. Cela nous donne une perspective qui est très importante dans le cadre de notre étude.

J'ai une question à laquelle vous pouvez répondre par oui ou par non, tout en donnant quelques exemples pour appuyer les deux réponses possibles. Trouvez-vous que les points de vue des diverses communautés ethniques sont représentés dans la programmation de CBC/Radio-Canada?

[Traduction]

M. Jagdeep Kailey: Non.

M. Yuri Bilinsky: Non.

[Français]

M. Darrell Samson: Pouvez-vous nous donner des exemples à ce sujet? Ces points de vue sont-ils maintenant moins bien représentés? L'ont-ils déjà été? Pouvez-vous nous formuler davantage de commentaires à ce sujet?

[Traduction]

M. Jagdeep Kailey: Je pense qu'ils font un gros effort pour bien connaître les questions communautaires. Nous n'avons pas les ressources nécessaires pour aller au cœur des grandes questions. Ils ont de la difficulté à rejoindre les communautés ethniques. Ils n'en comprennent pas les nuances ni comment nous nous comportons. Notre comportement culturel leur est toujours étranger.

M. Yuri Bilinsky: Il devrait y avoir plus d'interaction, je pense, entre les médias dominants et les médias ethniques.

Non, ils ne couvrent pas beaucoup les communautés ethniques. Ils peuvent nous demander des explications, des détails, ou ils peuvent le faire eux-mêmes, mais ils ne s'intéressent pas de près à nos communautés.

• (0940)

[Français]

M. Darrell Samson: Madame la présidente, est-ce que je peux poser brièvement une autre question?

[Traduction]

La présidente: Vous avez une minute.

[Français]

M. Darrell Samson: Monsieur Kailey, pouvez-vous nous dire quel est selon vous le plus grand défi auquel font face les médias ethniques?

[Traduction]

M. Jagdeep Kailey: Je pense que la plus grosse menace pour notre survie, ce sont les revenus. Nous n'avons pas de ressources suffisantes pour survivre. Quelles que soient les ressources dont nous disposons aujourd'hui, elles sont insuffisantes. Elles diminuent chaque jour.

M. Jagdish Grewal: Nous devenons plus passionnés. Nous travaillons avec passion plutôt que de vouloir simplement faire beaucoup d'argent. C'est de cette façon que je vois mon groupe de presse aujourd'hui. Je ne peux pas faire beaucoup d'argent si nous nous limitons à ce média ethnique, mais c'est ma passion de connecter ma communauté avec la communauté dominante, pour combler l'écart. Voilà ce que je fais depuis 15 ans avec ce journal quotidien

La présidente: Merci beaucoup.

Monsieur Nantel, vous avez trois minutes

[Français]

M. Pierre Nantel: Merci, madame la présidente.

Je remercie également les membres du comité et les témoins. Notre rencontre d'aujourd'hui va se terminer sous peu.

Monsieur Grewal, vous avez mentionné que ce sont les canaux d'IPTV, qui diffusent 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, qui constituent un de vos concurrents les plus féroces. Ils accaparent votre auditoire. Est-ce bien ce que vous avez dit? Est-ce que ces canaux peuvent aller chercher des revenus publicitaires?

[Traduction]

M. Jagdish Grewal: Je voulais dire que les boîtes IPTV, avec les nouvelles chaînes de télévision qui arrivent tous les jours, ne me prennent pas mon lectorat, mais ils me prennent mes annonceurs. Voilà la différence.

M. Pierre Nantel: Telle est précisément la question. Est-ce qu'ils vendent de la publicité locale sur l'IPTV?

M. Jagdish Grewal: Oui.

M. Pierre Nantel: Je ne sais pas si c'est la même chose pour les autres autour de la table, mais c'est la première fois que j'en entends parler. Cette chaîne IPTV vient d'où? Où sont faites les émissions?

M. Jagdish Grewal: Les émissions sont diffusées sur des chaînes de télévision d'une ville locale, de Brampton, de Toronto.

M. Pierre Nantel: Oui, d'accord. Ils ont une équipe des ventes?

M. Jagdish Grewal: Oui, en effet.

M. Pierre Nantel: Mon Dieu. D'accord, est-ce que cela touche...? Je suppose que la réponse est oui, parce que je me demandais. Je pense que tous les témoins que nous avons entendus ici nous ont bien dit que le marché de la publicité baissait pour eux en faveur de l'électronique, mais pour vous, outre ce phénomène d'IPTV, j'ai l'impression que vos communautés et vos entreprises savent comment parler à l'auditoire, à la communauté, à travers vous. Vos ventes de publicité sont-elles en baisse?

M. Jagdish Grewal: Oui, elles sont en baisse, et j'ai d'autres concurrents dans la presse. La majorité de leurs annonces viennent de soi-disant diseurs de bonne aventure. Nous les appelons « babas » ou experts. Ils diffusent leurs annonces pour prédire l'avenir aux gens.

Près de 60 ou 70 annonces — presque une section complète — dans ces hebdomadaires viennent de ces soi-disant diseurs de bonne aventure, et je ne publie pas même une seule annonce trompeuse dans mon journal. C'est un des principes de ma maison de presse. S'ils disent qu'ils vont régler les problèmes de quelqu'un en 17 heures ou 10 heures, je ne vais pas publier ou diffuser ces annonces. Je publie les annonces de véritables gens d'affaires locaux dans mon journal. C'est un autre coup à ma maison de presse.

La présidente: Je suis désolée, monsieur Nantel. C'est tout.

M. Pierre Nantel: Merci.

La présidente: J'aurais une question.

Le Fonds du Canada pour les périodiques a été créé pour aider les éditeurs de journaux et de médias numériques à surmonter les difficultés qu'ils ont à rejoindre leurs groupes communautaires locaux. Il est là pour les aider. Pensez-vous que ce fonds s'est adapté pour répondre aux besoins des communautés ethniques? Dans la négative, que suggérez-vous pour que cela se fasse ou que devrions-nous recommander pour vous aider à répondre aux besoins particuliers des médias ethniques?

Je vais demander à M. Grewal et à M. Kailey de répondre, puis je donnerai la parole à Yuri.

● (0945)

M. Jagdish Grewal: Mon groupe n'a jamais fait de demande au fonds. J'en ai entendu parler. On peut obtenir environ 25 000 \$ du gouvernement pour gérer notre maison de presse, ce qui est une simple goutte d'eau dans la mer. Cela ne change pas grand-chose et il y a sans doute beaucoup de paperasse, mais je n'ai jamais essayé.

Je suggérerais au comité de commencer, comme je l'ai dit dans mon exposé, par subventionner les journalistes qui peuvent produire du contenu canadien dans toutes les langues. Nous pouvons les engager et payer une partie de leur salaire alors que l'autre partie serait subventionnée. De cette façon, nous pouvons mieux desservir notre communauté avec du contenu canadien. Voilà ma première suggestion.

Deuxièmement, tout comme le gouvernement finance la SRC, il devrait y avoir le même genre de financement pour les journaux ethniques.

J'avais aussi une suggestion à propos de la Fondation pour le journalisme canadien. Il devrait y avoir un dialogue entre les groupes de médias ethniques et la FJC. La FJC, ou tout autre organisme du même genre, doit être soutenue pour faire participer les gens des médias dans les communautés ethniques afin qu'ils comprennent à quel point il est important de donner de bonnes informations à la communauté. Je pense que seulement une ou deux personnes parmi ceux qui dirigent les maisons de presse ont suivi des cours sur les médias ou ont un diplôme en journalisme. La majorité n'a atteint que la dixième ou douzième année et ce sont eux qui dirigent les maisons de presse.

Pour avoir un salon de coiffure, il faut un diplôme de coiffeur, mais pour diriger un journal ou une émission de radio, qui donne des informations si importantes à la communauté ou qui la guide en quelque sorte, aucune formation n'est nécessaire. Vous n'avez pas besoin de diplôme pour diriger ce genre d'entreprise.

La présidente: Merci.

Monsieur Bilinsky, rapidement, pouvez-vous me dire quelque chose à ce sujet?

M. Yuri Bilinsky: Oui, je suis d'accord avec M. Grewal qu'il existe sûrement des méthodes différentes de soutenir les médias ethniques. Vous pourriez envisager d'alléger certains critères pour les médias ethniques concernant les subventions pour pouvoir les augmenter ou vous pourriez envisager de financer au moins partiellement d'autres choses. Je suis entièrement d'accord que nous avons besoin de journalistes professionnels pour accroître notre couverture et la rendre plus professionnelle et vous pourriez penser à financer probablement d'autres éléments de coûts, je ne sais pas, comme la distribution ou pour imprimer plus de pages en couleur, des choses de ce genre.

Toute forme d'aide nous serait utile parce que nous sommes probablement encore plus mal financés... Notre marché de la

publicité est beaucoup plus faible que pour les médias punjabi et parce qu'il est si petit, toute forme d'aide serait utile.

La présidente: Merci beaucoup.

Je tiens à remercier M. Kailey, M. Grewal et M. Bilinsky de nous aider aujourd'hui. Ce que nous avons entendu de vous est très, très intéressant et nous donne matière à réflexion sur notre façon de traiter les communautés ethniques. Encore une fois, je vous remercie.

Nous allons donner une minute au nouveau groupe pour arriver. Je tiens à informer le comité que nous aurons des votes à 11 h 15, de sorte que nous sommes sauvés par la cloche, pour ainsi dire. Merci.

● (0945)

_____ (Pause) _____

● (0950)

La présidente: La séance est ouverte. Nous avons maintenant avec nous M. Saras et M. Tajdolati du le Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada.

Permettez-moi de vous expliquer ce qui va se passer. Vous aurez 10 minutes entre vous pour faire vos exposés. Vous pouvez partager ces 10 minutes comme vous le souhaitez, puis nous passerons aux questions et réponses. Je vous remercie beaucoup. Veuillez commencer.

M. Thomas Saras (président et chef des opérations, Siège social, Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada): Je vous remercie beaucoup de cette occasion de vous rencontrer.

Je connais certains d'entre vous, bien sûr, depuis des siècles, même si vous n'êtes pas aussi vieux que moi, et pour certains d'entre vous, je suis heureux que vous soyez le sang neuf de la politique canadienne

Le Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada représente environ 800 publications de partout au Canada et environ 150 producteurs de télévision et de radio. L'organisation date d'environ 30 ans. Nous travaillons pour nos membres et pour que les intérêts canadiens soient également servis par nos membres.

Pour ajouter à ce que les intervenants précédents ont dit, je tiens à porter à votre attention que je siège à des comités des Nations unies sur les médias. Je tiens à vous dire que la reconnaissance officielle du journaliste par le gouvernement n'existe pas. En réalité, pour être journaliste, il n'est même pas nécessaire de terminer ses études universitaires ou l'école secondaire. Cela s'explique par les différences entre le monde occidental et certains pays d'Afrique où les journalistes ne finissent pas toujours leurs études secondaires. Or, ils sont reconnus comme journalistes — et je parle de l'Organisation des Nations unies. Je veux attirer votre attention sur ce point car il joue un rôle vital dans le développement des médias ethniques et du journalisme ethnique.

Au cours d'une période de plusieurs années, en 2009 et en 2013, nous avons organisé des séminaires de formation avec l'aide d'institutions à Toronto. Nous avons fait venir des gens de partout au Canada. Nous avons, bien sûr, obtenu le soutien et l'aide de Patrimoine canadien, à qui je tiens à exprimer une fois de plus nos remerciements. Je voulais également faire remarquer que jusqu'à il y a cinq ans, les soi-disant « soutiens aux éditeurs » ne visaient que les médias dominants, francophones ou anglophones. La presse ethnique en était totalement absente.

Enfin, durant cette période d'environ cinq ans, j'ai rencontré le ministre de Patrimoine canadien, James Moore, qui avait été membre des médias avant sa vie publique au Parlement. Je lui ai expliqué nos difficultés et il l'a compris et pour la première fois, il y a cinq ans, grâce à James, ce fonds a été élargi pour inclure les publications des médias ethniques.

La première année, les médias ethniques ont reçu environ un million de dollars. Permettez-moi de vous dire qu'à cette époque, les montants du fonds étaient d'environ 67 millions de dollars pour les magazines et d'environ 23 millions de dollars pour les journaux non quotidiens canadiens. De tout ce fonds, on nous a donné seulement un million de dollars.

● (0955)

Enfin, parce que mes membres ne savaient pas exactement ce à quoi s'attendre, ils ont fait une demande au fonds et n'ont obtenu que 700 000 \$. Pour le reste, comme toujours, il y avait un écart de 2,5 millions de dollars qui est allé directement aux publications de Rogers comme *Chatelaine* ou *Maclean's*. *Maclean's* a reçu 2,5 millions de dollars de soutien, si on peut l'appeler ainsi, et mes membres ont reçu 8 000 ou 9 000 \$.

L'an dernier, ce fonds a augmenté à 53 404 285 \$ pour les magazines. Pour les journaux non quotidiens, 15 433 313 \$ ont été distribués. De ces montants, nous avons reçu 700 000 \$ pour les magazines ethniques — pour certains, c'est approximatif — et environ 700 000 \$ pour les journaux non quotidiens. Le reste, environ 70 millions de dollars, est encore une fois allé aux médias dits dominants.

L'an dernier, nous avons discuté à maintes reprises de cette situation avec les autorités de Patrimoine canadien. Dans une société multiculturelle, cela ne semble pas être très juste.

Je fais ce travail. Je suis journaliste et je suis éditeur depuis 50 ans. En fait, je n'ai même pas de maison. Beaucoup d'autres ne peuvent pas avoir... Je ne sais pas comment j'ai survécu depuis 50 ans. Nous en avons discuté. Patrimoine canadien a finalement dit qu'une enquête serait effectuée pour voir exactement ce qui pouvait être fait. Cette enquête a été réalisée par Patrimoine canadien et c'est l'École de journalisme de l'Université Carleton qui l'a menée.

● (1000)

La présidente: Il vous reste deux minutes.

Allez-y, monsieur Saras.

M. Thomas Saras: Il a été conclu que tout comme les médias dominants, la presse ethnique devrait être soutenue par le gouvernement canadien. J'ai le résumé ici. Je peux vous le laisser, madame la présidente, si vous le souhaitez. Il a été recommandé que nous devrions être plus actifs dans l'appui du Canada. Voilà la situation aujourd'hui.

J'ai entendu quelqu'un dire que nous demandions le soutien du gouvernement. Permettez-moi de vous dire qu'il y a trois ans, chaque publication recevait environ 8 000 \$ d'annonces du gouvernement. Pendant les deux dernières années du gouvernement précédent, nous n'avons pas reçu un sou. J'ai rencontré le premier ministre et lui ai expliqué à quel point même ce sou était vital pour la presse ethnique, mais apparemment le personnel du BPM n'était pas convaincu et nous n'avons rien reçu.

Le problème c'est que je ne connais pas la politique du nouveau gouvernement ou du nouveau ministre. Tout ce que je sais c'est que si vous n'allez pas aider la presse ethnique, la presse ethnique va mourir, comme elle le fait chaque jour.

La présidente: Merci, monsieur Saras. Vos 10 minutes sont écoulées.

Maintenant, je vais aller à une période de questions et réponses. Chaque personne aura sept minutes, ce qui veut dire sept minutes pour les questions et les réponses. Je demande donc à chacun d'entre vous d'être aussi concis que possible.

Monsieur Vandal, nous allons commencer par les libéraux.

M. Dan Vandal: Merci beaucoup de votre exposé, monsieur Saras.

L'un des thèmes de ces audiences est de savoir comment la concentration de la propriété des médias touche différents secteurs. Pourriez-vous nous dire si votre secteur est touché par la concentration des médias au Canada?

M. Thomas Saras: Je crois que nous sommes les seuls médias démocratiques. Dans les médias traditionnels, cinq familles contrôlent l'ensemble des médias canadiens anglophones. Dans une certaine mesure, ils empiètent même sur les médias francophones

Dans notre cas, chacun de nous a sa propre entreprise. Chacun est indépendant et tente de son mieux de servir sa communauté et le Canada en général. Le problème c'est que nous recevons les nouvelles du gouvernement du Canada et nous donnons ces nouvelles à nos communautés dans la langue maternelle de la publication, quelle qu'elle soit. D'autre part, nous portons les problèmes de la communauté à l'attention des autorités canadiennes ou du gouvernement canadien.

Ce problème n'a rien à voir avec nous. Les autres travaillent pour l'argent. Les gens de ma communauté ne travaillent pas pour l'argent, mais parce qu'ils ont probablement passé des mois et des années en prison dans leur pays et ici, ils veulent continuer à faire ce qu'ils aimaient faire.

Merci.

● (1005)

M. Dan Vandal: Merci.

Dr Mohammad Tajdolati (ombudsman, Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada): Puis-je dire quelque chose?

M. Dan Vandal: Bien sûr.

Dr Mohammad Tajdolati: Je tiens à dire que bon nombre de nos membres travaillent comme journalistes tout en ayant un autre emploi pour payer les dépenses quotidiennes. Ils ont utilisé l'argent des autres emplois pour publier le journal parce c'est ce qu'ils aiment et parce qu'ils ont souffert du manque d'information dans leur pays et veulent informer les membres de leur communauté.

C'est l'un des gros problèmes que nous essayons de résoudre. De plus en plus, nos membres ont deux emplois. Le journalisme n'est pas un deuxième emploi. C'est le premier, mais ils en ont un deuxième pour avoir de l'argent pour le premier. Voilà le problème.

M. Dan Vandal: Merci.

La présidente: Monsieur O'Regan.

M. Seamus O'Regan (St. John's-Sud—Mount Pearl, Lib.): Pourriez-vous préciser une fois de plus, pour que les choses soient bien claires. Je suppose que la situation que vous peignez doit être frustrante pour vous.

M. Thomas Saras: Vous le savez mieux que quiconque ici, Seamus.

M. Seamus O'Regan: Je suppose que c'est frustrant pour vous...

M. Thomas Saras: En effet.

M. Seamus O'Regan: ... de voir d'importantes subventions accordées à des magazines comme *Maclean's* et *Chatelaine* alors que vous continuez à avoir des difficultés. Tout comme l'étude de Carleton que vous avez citée, vous êtes évidemment convaincu que l'argent devrait aller à la presse ethnique en difficulté.

Est-ce exact?

M. Thomas Saras: Laissez-moi vous dire quelque chose. Ce que vous dites est juste. Le problème est que... D'un plafond de 2,5 millions de dollars à *Maclean's*, après négociation, on est redescendu à 1,5 million de dollars. C'est le maximum que *Maclean's* peut recevoir. Bien entendu, je dois faire face tous les jours à Rogers, qui se bat contre moi parce qu'il a perdu un million de dollars sur un seul magazine. Or Rogers a des centaines de magazines, comme vous le savez. Sur ces 53 millions de dollars, probablement 40 millions vont à Rogers chaque année sous forme de subventions. Mes membres reçoivent 8 000, 12 000 ou 6 000 \$.

Il y avait auparavant des règles selon lesquelles le gouvernement subventionnait uniquement les ventes des magazines, autrement dit, pour un million d'exemplaires vendus, en fonction du prix du magazine, vous recevez une subvention du gouvernement. Nous n'étions pas prêts pour cela. En général, la presse ethnique est distribuée gratuitement, sauf pour les abonnements où les publications sont envoyées directement.

Mais la distribution est gratuite. Lorsqu'on en est arrivé aux règles, Patrimoine canadien a commencé à couper pour tout le monde: vous ne vendez pas, vous n'êtes pas admissible au programme. Ils ont également harcelé tous les membres qui présentaient une demande de vérification. Les vérificateurs faisaient payer 4 000 \$ tous les six mois pour faire la vérification...

La présidente: Vous avez une minute, monsieur O'Regan.

M. Thomas Saras: ... et si vous donnez 4 000 \$ au vérificateur pour en obtenir 6 000, cela n'en vaut même pas la peine. Voilà le problème.

Excusez-moi, madame la présidente.

La présidente: Merci.

Vous avez 30 secondes.

M. Seamus O'Regan: Voulez-vous ajouter quelque chose, monsieur Saras?

Des voix: Oh, oh!

M. Seamus O'Regan: Vous avez 23 secondes.

La présidente: Vous avez 30 secondes, monsieur Saras.

M. Thomas Saras: Merci beaucoup.

M. Seamus O'Regan: Votre rire vient de vous coûter deux autres secondes. Allez.

M. Thomas Saras: Je voudrais simplement attirer votre attention sur une chose: nous devons changer les règles d'attribution de la subvention. Nous devons les changer. Nous ne pouvons pas nous accrocher aux règles d'il y a 30 ans, qui s'appliquaient uniquement

aux publications de langue anglaise et française, et y inclure la presse ethnique maintenant, car c'est toute autre chose.

• (1010)

La présidente: Merci beaucoup.

Passons maintenant à M. Waugh, pour les conservateurs.

M. Kevin Waugh: Changer les règles de quoi?

M. Thomas Saras: Changer les règles...

M. Kevin Waugh: Pour que vos journaux et vos magazines soient viables? Quels sont vos chiffres?

M. Thomas Saras: Mon magazine est publié depuis 50 ans, monsieur. En ma qualité de PDG de l'organisation, je n'ai jamais demandé une subvention ou de l'aide car j'estime qu'être le président et demander en même temps des avantages pour sa propre publication sont deux choses incompatibles. Ma publication en souffre, juste pour que vous le sachiez.

Ensuite, ma publication est entièrement canadienne. Elle fait les mêmes choses que les autres. Si vous croyez que parce qu'un magazine paraît dans une autre langue, elle mérite un million de dollars et que moi je n'ai qu'à être laissé à mon sort, j'estime que vous vous faites une idée fautive de ce pays.

M. Kevin Waugh: Non. Il y a du vrai dans votre remarque.

M. Thomas Saras: J'ai 800 membres qui parlent 103 langues et dialectes et chacune de ces communautés veut simplement survivre. C'est une question de fierté pour elles...

M. Kevin Waugh: Oui.

M. Thomas Saras: ... que de montrer qu'elles sont fortes et dynamiques, et nous devons donc les soutenir.

M. Kevin Waugh: C'est bien.

La situation des journalistes a changé. Il n'y a pas de journal dans ce pays qui n'utilise pas un pigiste tous les jours, vous avez raison, Mohammad. Je connais des gens qui ont des blogues avec plus d'adeptes que certains journaux dans ce pays. C'est la réalité dans ce secteur.

C'est bien beau d'utiliser le terme « journaliste » mais c'est aux comités de rédaction qu'il faudrait s'intéresser — nous allions en parler un peu mais je n'ai pas eu le temps. Je peux copier le travail de tel ou tel pigiste, un sujet ici ou un sujet là, et le reste dépend du comité de rédaction. Je dirais que les comités de rédaction de tous les journaux ethniques du pays sont probablement plus importants que les journalistes.

J'aimerais avoir votre opinion à ce sujet.

Dr Mohammad Tajdolati: Laissez-moi vous parler un peu de la réalité de la plupart des médias ethniques dans les différentes communautés. Nous avons ici quelques exemples. L'exemple le plus important est une publication mensuelle très modeste de 12 pages. Ce magazine est produit par une ou deux personnes. Il n'y a pas de comité de rédaction. Ils ne peuvent pas demander des journalistes professionnels. Ils produisent tout ce qu'ils peuvent avec le très peu de temps et d'énergie dont ils disposent pour produire des nouvelles pour leur communauté. Ce n'est pas comparable à ce qui se fait dans les grands médias et leurs comités de rédaction, etc.

Mais vous avez raison de dire que les temps ont changé. Il y a maintenant des médias numériques, la majorité des médias ethniques s'adressent aux nouveaux immigrants. Les nouveaux immigrants sont des parents. Ce sont des gens qui ont un lien très fort avec leur pays d'origine et leur culture. Ils ont besoin de savoir ce qui se passe dans leur pays d'origine.

Nous ne sommes pas en train de parler de la deuxième ou troisième génération d'immigrants. Eux, ils ont tous les nouveaux appareils pour se connecter un peu partout. C'est un tout autre outil. Vous devez tenir compte aussi de cette réalité.

M. Kevin Waugh: Je vais céder la parole.

La présidente: Monsieur Maguire.

M. Larry Maguire (Brandon—Souris, PCC): Merci.

Je voulais poser une question sur votre travail au comité de l'ONU, monsieur Saras. Vous avez dit qu'il n'y a pas de reconnaissance officielle du journaliste. Croyez-vous qu'il devrait y avoir une sorte de formation ou de perfectionnement?

•(1015)

M. Thomas Saras: C'est ce que nous faisons. Nous l'avons déjà fait en 2009 et en 2013. Nous avons organisé des séances de formation avec le Collège Seneca à Toronto. Environ 350 membres de partout au Canada y ont assisté. Nous avons eu environ 15 universitaires de l'École de journalisme de l'Université Ryerson, de l'Université York, de l'Université de Toronto et de l'École de journalisme du Collège Seneca. Nous avons l'intention de recommencer cette année. Nous faisons de notre mieux.

Le seul problème que nous avons c'est de veiller à ce que les membres consacrent leur temps et leur énergie à écrire sur des sujets canadiens et pas seulement sur ce qui se passe dans leur pays d'origine. Je suis entièrement d'accord avec Patrimoine canadien pour dire que la majorité du contenu du journal, 70 % — ce n'était que 50 % jusqu'à présent, mais je leur ai dit au moins 70 % — devrait être du contenu canadien, ce qui veut dire que si vous obtenez un sou, ce sou devrait revenir au Canada. Il devrait être laissé au Canada.

Je voudrais ajouter quelque chose pour mon collègue. Je veux lui rappeler que quand vous êtes éditeur d'une publication ethnique, vous êtes en même temps le journaliste et le distributeur; vous vous occupez des illustrations et de l'impression; vous vous déplacez à droite et à gauche et vous cherchez l'argent. Vous devez être sûr que vous vous êtes occupé de tout. Si vous négligez quelque chose, vous êtes perdant.

La présidente: Vous avez 25 secondes.

M. Larry Maguire: Le petit montant que vous obtenez ne doit représenter qu'une fraction de vos coûts d'exploitation. Pouvez-vous me donner une idée de ce que cela représente? Est-ce 2 ou 3 %?

M. Thomas Saras: De quoi...?

M. Larry Maguire: De vos coûts d'exploitation, le montant que vous obtenez du gouvernement.

M. Thomas Saras: Du gouvernement, j'obtiens moins de 2 %. Je n'ai pas reçu un sou depuis trois ans.

M. Larry Maguire: Pour continuer sur ce point, sur quoi misez-vous et pourquoi réussissez-vous si bien?

M. Thomas Saras: Je compte sur ceux qui me soutiennent, sur les membres de la communauté et comme M. Tajdolati l'a dit tout à l'heure, ma propre poche. Mon épouse et mes enfants savent ce que coûte la production d'un journal car nous coupons à la maison pour produire le journal.

M. Larry Maguire: Merci.

La présidente: Merci beaucoup, monsieur Saras.

Je vais donc passer à M. Nantel pour les néo-démocrates.

[Français]

M. Pierre Nantel: Merci, madame la présidente.

Monsieur Saras, j'ignore si vous parlez français.

M. Thomas Saras: Oui, je parle français.

M. Pierre Nantel: D'accord.

Tout d'abord, madame la présidente, j'ai cru comprendre que le Comité continuerait probablement ses travaux à huis clos. Quoi qu'il en soit, je souhaite que, si cela est possible, nous débattions de nos motions dans le cadre d'une séance publique. Ce serait plus transparent.

Monsieur Saras, j'ai visité le site Internet de votre organisme et je constate qu'un très grand nombre de gens, qui proviennent de différentes communautés ethniques, siègent à votre conseil d'administration. C'est quand même impressionnant. Vous rassemblez presque toutes les communautés qui composent la nouvelle population canadienne. Votre volonté de traiter des affaires canadiennes dans la langue de chacune de ces communautés est absolument admirable.

Est-ce que je fais erreur en disant que l'essentiel de vos activités, à l'exception de quelques stations de radio, touche le support imprimé? Si l'aide gouvernementale était renouvelée, espérez-vous une nouvelle forme d'aide et un soutien différent? Sinon, voulez-vous, par exemple, que la subvention pour les envois postaux soit rétablie? Une aide structurée pourrait renforcer la présence sur le Web de vos publications et de vos articles. Selon vous, quelle forme d'aide serait la plus constructive?

Dr Mohammad Tajdolati: Vous savez, il y a un peu de tout. La majorité de nos membres sont des médias imprimés. Certains ont des sites Web qui ne sont pas fonctionnels et qui ne sont pas très adaptés aux réalités d'aujourd'hui. C'est la mode pour un journal d'avoir un site Web, mais le contenu d'un journal et ce qui se retrouve sur le Web ne se comparent pas. Les journaux n'ont pas toujours la capacité et l'énergie d'adapter et de reproduire leur contenu sur le Web.

•(1020)

M. Pierre Nantel: Croyez-vous que...

Dr Mohammad Tajdolati: Je crois qu'un fonds pourrait aider.

Les publications doivent pouvoir répondre aux critères que le gouvernement va définir.

M. Pierre Nantel: Je vais vous parler en tant que néophyte puisque je ne connais pas ces questions et que je ne suis pas un éditeur de journal.

Vos journaux représentent une mosaïque de cultures et s'adressent à des clientèles très cloisonnées. Il est d'ailleurs souhaitable que chaque communauté ethnique soit servie de manière distincte par ses médias. Existe-t-il une plateforme que vous pourriez utiliser et modifier à votre guise et adapter à un modèle de base?

On le dit souvent, nous sommes en 2016. Les sites Internet transactionnels, en ce qui concerne la télé entre autres, permettent en quelques minutes d'obtenir un compte PayPal, par exemple. Le gouvernement pourrait-il vous aider à effectuer ce virage numérique? Cela vous permettrait-il d'intéresser davantage d'annonceurs? On le sait, l'argent du secteur privé, c'est le nerf de la guerre.

Dr Mohammad Tajdolati: Bien sûr.

Les membres de notre organisme ont besoin d'ateliers de formation pour apprendre ce que représente le virage numérique à notre époque. En même temps, il faut les encourager à aller chercher de nouveaux revenus publicitaires. Les journaux pourraient proposer à leurs clients une publicité sur leur site Web, en plus de celle affichée dans le journal imprimé. Les deux intérêts seraient ainsi réunis et il serait plus facile de rejoindre la clientèle.

M. Pierre Nantel: Et éventuellement de passer vers votre clientèle plus jeune. J'imagine que c'est un souhait que vous avez.

Dr Mohammad Tajdolati: Bien sûr.

[Traduction]

M. Thomas Saras: Dans un monde numérique, nous voyons des changements quotidiens dans notre société. Les médias électroniques font aujourd'hui partie de notre vie. Notre pays ne peut pas revenir au siècle dernier. Nous devons suivre et avancer. Pour la première fois, à ce que je sache, Patrimoine canadien a dit qu'il nous encourageait à passer au numérique. Le ministère nous a envoyé une lettre. Hier soir, nous avons profité de notre réunion mensuelle à Toronto pour encourager nos membres, les quelque 68 qui participaient à la réunion, à présenter des demandes à cet effet.

Mais ils n'ont qu'un fonds de 5 000 \$ par membre pour créer un site Web, ce qui est très peu, mais nous ne pouvons pas intervenir ni dire quoi que ce soit. La seule chose que je peux dire, c'est que la presse ethnique suit les tendances. Nous suivons chaque jour l'évolution des choses et nous faisons de notre mieux, mais le gouvernement devrait nous voir d'un bon oeil et nous devrions aussi accepter une aide.

Certains d'entre vous connaissent très bien les organisations et sont venus voir comment nous travaillons et la façon dont nous faisons les choses. Nous travaillons pour le Canada. Notre constitution dit clairement que nous nous luttons pour un Canada uni.

M. Pierre Nantel: Merci, monsieur Saras. J'apprécie vraiment.

Messieurs Grewal et Kailey, je vous remercie. Je dois vous poser une question. Vous avez parlé du fait que certains services de télévision IP vous volent votre marché de la publicité. Vos membres le savent-ils? Sont-ils fâchés?

M. Thomas Saras: Oui. Je crois que dans le domaine de la télévision, il devrait y avoir quelques changements. Par exemple, ils acceptent et diffusent des émissions de divers pays et les vendent aux Canadiens, et que font-ils? Dans une programmation de 24 heures, ils ne disent pas un seul mot au sujet du Canada.

Mais attendez, la question c'est qu'il s'agit de propriété canadienne, la propriété de la population canadienne. Vous la donnez à quelqu'un pour faire de l'argent, mais vous ne lui donnez rien en retour car, pour une raison quelconque, exactement comme

c'est le cas pour les journaux, il préfère avoir les nouvelles dans sa langue maternelle.

C'est vraiment profiter du système et il est très important que le gouvernement s'occupe de la question. Autrement, M. Poutine finira par diffuser son message au Canada comme s'il était un ange alors que le gouvernement canadien est incapable de communiquer un message aux Canadiens. C'est très important et le CRTC devrait en être saisi. Tout d'abord...

• (1025)

La présidente: Monsieur Saras, je suis désolée, mais vous devez terminer.

Je passe à M. O'Regan, mais je dois dire que je ne pense pas que nous aurons le temps pour une deuxième série de questions à ce sujet.

M. Seamus O'Regan: Je voudrais aller un peu plus loin au sujet de votre approche concernant les médias numériques. Comme vous l'avez dit, monsieur Saras, cela paraît inévitable. Pourriez-vous nous parler de la demande que vous recevez de la part de vos lecteurs?

M. Thomas Saras: Je vais vous le dire. Nous avons un site Web, qui reçoit environ 80 000 visites par semaine, soit un quart de million de visites par mois. Pour un journal communautaire, c'est un chiffre impressionnant. Tout ce que nous mettons sur notre site peut être vu et lu au Japon, en Chine ou en Arabie saoudite — partout dans le monde. Le journal, la copie papier, ne va pas aussi loin et le message reste donc au Canada, mais tout ce que j'écris sur le site Web au sujet du Canada sera vu partout, dans tous les coins du monde.

M. Seamus O'Regan: Et les revenus?

M. Thomas Saras: Malheureusement, nous n'avons pas de revenus. Actuellement, les revenus sont pour les gros joueurs qui contrôlent le système, mais si le CRTC impose des règles, les petits joueurs seront protégés. Pour le moment, nous payons. Nous ne recevons pas.

M. Seamus O'Regan: Que vous disent du numérique vos annonceurs qui sont habitués à la presse écrite?

M. Thomas Saras: Pour être franc, quand quelqu'un vous donne 200 \$ pour une annonce dans la presse écrite, vous affichez aussi son annonce sur le site Web pour rendre votre service plus attrayant.

M. Seamus O'Regan: C'est ajouté au contrat pour attirer le client, mais vous n'obtenez pas d'argent supplémentaire?

M. Thomas Saras: Malheureusement, non.

C'est très différent pour le *Toronto Star*. Le *Star* place des articles sur son site Web, mais il est bien organisé. Je ne peux pas avoir 50 personnes pour voir comment les choses vont se passer. Nous parlons ici de la production d'une seule personne et elle est bien obligée de s'arranger comme elle peut, malheureusement.

M. Seamus O'Regan: Que voyez-vous à long terme pour votre entreprise et pour l'ensemble de l'industrie? Quel est l'avenir?

M. Thomas Saras: Nous essayons de survivre, monsieur.

Pas un seul d'entre nous ne fait de l'argent. Le gouvernement, les autorités et le ministère doivent le comprendre. Ce n'est pas que nous travaillions des heures interminables ni que nous mettions de l'argent tous les jours. Le problème, c'est que quand une publication ferme ses portes, la communauté va haïr l'ensemble de la communauté canadienne, parce que ses membres se sentiront laissés pour compte, abandonnés à leur sort.

Quand nous avons créé le multiculturalisme, vous étiez encore très jeune...

•(1030)

M. Seamus O'Regan: Dieu vous bénisse.

Des voix: Oh, oh!

M. Thomas Saras: ... mais la personne qui a créé le multiculturalisme, j'ai eu l'honneur de la connaître personnellement. Il pensait à un Canada où tout le monde se sentirait chez lui. La presse ethnique fait partie de cette perception, que ce soit avec le numérique ou avec la copie papier.

Nous devons étudier cette question et y réfléchir et voir comment nous y prendre. Regardez le nombre de chaînes de radio et de télévision. Pouvez-vous me dire combien de ces chaînes sont contrôlées par des membres des médias ethniques et de la presse ethnique? Probablement deux ou trois. À Toronto, à ce que je sache, il y a CHIN Radio, avec Lombardi, qui est un Canadien de troisième génération, mais il continue, et il y a un Portugais, qui est un Canadien de première génération.

Les autres sont tous contrôlés par les médias dominants. Si vous leur demandez de vous accorder une demi-heure, ils vous demandent 600 \$. Vous ne pouvez pas obtenir 600 \$ de l'heure du petit marché que vous desservez, le système va donc automatiquement s'effondrer.

M. Seamus O'Regan: Donc, selon vous, les médias dominants sont trop concentrés et demandent beaucoup trop pour refléter les communautés ethniques.

M. Thomas Saras: Oui, malheureusement.

Je vous signale qu'il y a deux ans Rogers a mis à pied 380 personnes sur six mois, tous membres des médias ethniques, sous prétexte qu'il était autorisé à desservir les communautés ethniques. Je me souviens de Iannuzzi, qui a reçu la licence pour la première chaîne de médias multilingues. C'était en 1985. C'est M. Mulroney qui a accordé cette licence à Iannuzzi.

L'entreprise a été vendue à Rogers parce que Iannuzzi ne pouvait pas continuer. Il a fait faillite et Rogers l'a eu pour rien. Puis Rogers... Supposons que le mandat de cette licence était de servir les communautés ethniques, Rogers s'est mis à diffuser 28 ou 30 émissions en différentes langues. Il y a deux ans, ils ont constaté que s'ils coupaient ces programmes pour mettre des sports à la place, ils feraient davantage d'argent qu'en desservant les communautés ethniques, et c'est ce qu'ils ont fait. Nous nous sommes adressés au CRTC, nous nous sommes plaints, nous avons envoyé des lettres, et il n'a absolument rien fait.

La présidente: Merci, monsieur Saras.

M. Thomas Saras: Merci.

La présidente: Je tiens à vous remercier tous deux de votre témoignage. Nous avons entendu beaucoup d'exposés mûrement réfléchis aujourd'hui.

Je crois que ce que vous dites, monsieur Saras, et ce que tout le monde a semblé dire, c'est que la Loi sur le multiculturalisme prévoit clairement la participation de tous les Canadiens à la vie sociale,

économique, politique et culturelle du pays, et si la loi n'est pas respectée pour permettre... Le multiculturalisme veut dire que chacun peut célébrer sa langue et sa culture. Vous parlez d'aspects importants. Je vous remercie beaucoup d'être venu.

Je tiens à remercier les membres pour leur participation. Nous allons passer aux travaux du comité. Nous ne le ferons pas à huis clos, personne n'a donc besoin de bouger. M. Nantel a déposé deux motions...

M. Dan Vandal: J'ai une motion également, madame la présidente.

La présidente: L'avez-vous présenté 48 heures à l'avance, monsieur Vandal?

M. Dan Vandal: Non, je ne l'ai pas fait.

La présidente: Dans ce cas, votre motion ne peut être étudiée.

M. Dan Vandal: Vraiment?

La présidente: À moins qu'il ne s'agisse de modifications à apporter à la motion de M. Nantel, c'est non. Il y a une règle de 48 heures, et vous êtes censé présenter la motion dans les deux langues. Ensuite, nous l'étudierons. M. Nantel a présenté les siennes...

•(1035)

M. Dan Vandal: Ne pouvons-nous pas faire abstraction du règlement?

La présidente: Cela fait partie des règles du comité.

M. Dan Vandal: Bon. Pouvons-nous en faire abstraction?

La présidente: Non, je ne le pense pas, monsieur Vandal.

M. Dan Vandal: Deux tiers?

La présidente: Non, pas vraiment, à moins que nous n'obtenions le consentement unanime pour que vous présentiez votre motion dans les deux langues et il me semble que ce n'est pas le cas.

Si vous l'envoyez cet après-midi, nous pourrions l'étudier mardi prochain.

M. Dan Vandal: Ou jeudi?

La présidente: Nous n'aurons pas 48 heures d'ici jeudi si vous nous la remettez aujourd'hui...

Oh, ce serait possible? Oui...? Alors c'est bon pour jeudi.

M. Dan Vandal: D'accord. Oui, c'est ce que je vais faire.

La présidente: Merci.

Passons à ce qui nous occupe car nous n'avons pas beaucoup de temps.

La première motion nous vient de M. Nantel, comme suit:

[Français]

Que le Comité permanent du Patrimoine canadien invite la présidente du Comité olympique canadien, madame Tricia Smith, ainsi que tout autre membre jugé pertinent du Conseil d'administration, pour une réunion télévisée d'une heure afin de mettre à jour les membres du comité sur les activités du comité à la veille des Jeux Olympiques de Rio de Janeiro et que cette réunion ait lieu avant le vendredi 17 juin 2016.

[Traduction]

Monsieur Nantel, présentez donc votre motion.

[Français]

M. Pierre Nantel: Merci, madame la présidente. Je vous remercie d'avoir fait la lecture de la motion en français.

Monsieur Lauzon m'a fait part du fait qu'il trouvait la motion intéressante, mais qu'il voulait la compléter avec un amendement qui viserait à inclure l'aspect paralympique. Je pense que c'est une bonne idée.

Je suis le premier à dire que lorsqu'une délégation d'athlètes s'en va en compétition, ce n'est pas le temps de déranger le conseil d'administration et les plans de pratique et d'entraînement des athlètes.

Toutefois, je pense que cela ferait du bien à tout le monde de savoir que nous avons jeté un coup d'oeil sur la façon dont les choses se passent maintenant. Cette intervention est selon moi constructive. Elle ne serait pas dérangeante.

Je pense que M. Lauzon va vouloir présenter son amendement, qui m'apparaît très pertinent. Je regrette de ne pas y avoir pensé moi-même.

[Traduction]

La présidente: Est-ce que tout le monde est d'accord pour que M. Lauzon présente quelque chose? Il n'est pas membre du comité, comme nous le savons. Bien.

Monsieur Breton.

[Français]

M. Pierre Breton (Shefford, Lib.): Je suis heureux que M. Lauzon vous ait parlé de cet amendement. Je suis parfaitement d'accord avec votre motion, monsieur Nantel, d'autant plus qu'il s'agit d'un événement extrêmement important au Canada. Il s'est passé des choses au cours des dernières semaines et je pense que nous avons ici une belle occasion de rencontrer Mme Smith.

En tant que membre du Comité, je voudrais proposer un amendement qui demande que le Comité invite également le président du Comité paralympique canadien, M. Gaëtan Tardif. Je dépose évidemment cet amendement dans les deux langues officielles.

La présidente: Merci.

[Traduction]

Plaît-il aux membres d'adopter cet amendement? C'est un amendement favorable.

(L'amendement est adopté. [Voir le *Procès-verbal*])

La présidente: Merci.

Monsieur Van Loan.

L'hon. Peter Van Loan: Avec cet amendement favorable, je n'ai plus rien à dire sur l'une ou l'autre de ces motions. La date pertinente — selon mon calendrier, si nous le faisons avant le vendredi 17 juin — sera le 7 juin comme dernière date à laquelle nous n'avons rien de prévu.

La présidente: Oui, le 7 est libre. Ensuite nous nous occuperons des musées le 9, le 14 et le 16. C'est parfait.

L'hon. Peter Van Loan: Je crois que nous pourrions nous occuper de CBC/Radio Canada le même jour.

La présidente: Nous n'avons pas encore voté sur CBC/Radio Canada.

L'hon. Peter Van Loan: Je sais, je réfléchis à haute voix pour faire avancer les choses.

La présidente: Merci.

Y a-t-il d'autres commentaires? Est-ce que je peux mettre l'amendement aux voix?

M. Darrell Samson: Madame la présidente, il y a quelque chose que j'aimerais savoir.

[Français]

Quel est le lien avec le travail que nous avons fait jusqu'à maintenant? Je reconnais que cela va avoir lieu, mais pourquoi, soudainement, le Comité prend-il une décision qui est totalement à côté du sujet?

Si vous me donnez des explications à cet égard, cela m'aidera à savoir si je vais appuyer ou non la motion.

[Traduction]

La présidente: Oui. Il n'y a pas de lien, monsieur Samson, mais parfois, pour des raisons opportunes — et en l'occurrence c'est opportun à cause de la tenue des Jeux Olympiques — nous pouvons intervenir dans l'étude et traiter de quelque chose, comme nous l'avons fait pour les musées. Nous nous prononçons maintenant pour prendre une heure de nos réunions et la consacrer à savoir ce qui se passe avec les comités olympique et paralympique. Voilà pourquoi ce sera admissible si le comité en convient ainsi.

Pour?

(La motion modifiée est adoptée. [Voir le *Procès-verbal*])

La présidente: Nous avons une deuxième motion, comme suit:

Que le Comité permanent du Patrimoine canadien invite le Président Directeur-général de CBC/Radio-Canada, monsieur Hubert T. Lacroix, pour une réunion télévisée de deux (2) heures, afin de mettre à jour les membres du comité sur les plans, stratégies et planifications de la société d'État, faisant suite au réinvestissement annoncé lors du dernier budget fédéral, et que cette réunion ait lieu avant le vendredi 17 juin 2016.

Vous précisez que la réunion doit durer deux heures, monsieur Nantel. Je ne sais pas comment nous nous organiserons, car nous avons maintenant une heure sur sept et il ne nous reste plus qu'une heure.

Discutons de la motion.

Monsieur Nantel, pouvez-vous justifier votre motion et nous dire pourquoi vous croyez que nous devons faire cela?

● (1040)

M. Pierre Nantel: Merci, madame la présidente.

[Français]

Effectivement, cela aussi arrive à point nommé. Je connais les préoccupations de M. Samson par rapport à notre étude. C'est tout à fait pertinent, considérant les défis auxquels ont fait face les gens de Radio-Canada au cours des dernières années. Compte tenu de tous ces défis et de l'importance des sommes qui sont en cause aujourd'hui, je pense qu'il est pertinent que le Comité permanent du patrimoine canadien rencontre les gens de Radio-Canada pour voir de quelle façon ils vont utiliser ces sommes.

Qui plus est, une grande consultation est organisée par la ministre du Patrimoine canadien à ce sujet. Personnellement, j'aimerais savoir dans quelle direction Radio-Canada se dirige. En tant que diffuseur public, elle doit être le champion de la radio et de la télédiffusion publiques au Canada. C'est pourquoi je pense qu'il serait très pertinent d'entendre les porte-parole de la société d'État. J'ai vu des gens sourciller au sujet de la période de deux heures, mais on peut avoir une entente à cet égard.

[Traduction]

La présidente: Je n'ai pas froncé les sourcils. Je me demandais tout simplement où nous allions trouver le temps, c'est tout.

Monsieur Samson.

[Français]

M. Darrell Samson: Madame la présidente, encore une fois, je suis d'accord sur la nécessité d'entendre M. Lacroix, mais je considère que ce n'est pas le bon moment pour le faire. Je crois qu'il devrait plutôt comparaître à la fin de nos travaux, une fois que nous aurons entendu des témoignages sur toutes les différentes situations. Il pourrait comparaître juste avant que nous terminions l'analyse afin que nous puissions travailler au rapport final. Je voudrais que nous l'invitions, mais à un moment propice. Je crois que ce moment serait plutôt vers la fin de notre étude.

[Traduction]

La présidente: Merci.

Y a-t-il d'autres commentaires?

Monsieur Van Loan.

L'hon. Peter Van Loan: Que M. Lacroix viennent témoigner ce printemps ne me pose pas de problème. Ce qui m'inquiète c'est la question pratique du temps. Si la rencontre devait durer une heure, nous pourrions nous en occuper en deuxième moitié le 7; si M. Nantel insiste pour qu'elle dure deux heures, je pense que la meilleure option est de la convoquer pour le 21, date à laquelle nous pourrions oui ou non siéger. Il y a de bonnes chances que nous siégeons, mais ce n'est pas sûr. Je suggère le 7 si c'est pour une heure, le 21 s'il en faut deux.

La présidente: Merci.

Y a-t-il d'autres commentaires? M. Samson parle de l'opportunité de la réunion, ou du moment. M. Van Loan parle quant à lui de la durée.

M. Darrell Samson: Pour moi, ce n'est pas ce qui m'inquiète. Ce qui me préoccupe c'est d'accueillir... Nous bénéficierons beaucoup plus de ce qu'ils ont à dire à la fin plutôt que maintenant.

Merci.

La présidente: Monsieur Nantel.

[Français]

M. Pierre Nantel: Monsieur Samson, c'est pour cette raison que je m'adressais à vous quand j'ai présentée cette demande. Je crois qu'il n'y a pas de lien direct avec l'étude actuelle, qui est très importante et sur laquelle on a beaucoup de rétroaction et de témoignages intéressants. Il n'y en a pas.

La question est de savoir ce qui suit. Maintenant qu'on sait que CBC/Radio-Canada a de nouvelles sommes d'argent, dans quel processus la société va-t-elle s'engager? On espère bien que ses représentants nous parleront des médias régionaux et de la couverture locale, mais il n'y a pas que cela. Il y a la question de l'ensemble de la programmation de Radio-Canada. Le Comité permanent du patrimoine canadien pourrait demander à M. Lacroix, à sa direction et au conseil d'administration dans quelle direction ils vont, quelles sont les grandes lignes directrices et comment ils vont être liés aux résultats de la grande consultation.

Il n'y a pas de lien et je comprends très bien cette inquiétude. On sait très bien que l'étude se poursuivra à l'automne et on espère avoir un rapport intérimaire. Je pense toutefois que c'est vraiment le bon moment de poser des questions aux dirigeants de Radio-Canada et

d'avoir une idée de ce qu'ils feront avec les sommes d'argent qu'ils ont reçues cette année.

[Traduction]

La présidente: Merci.

Madame Dabrusin.

Mme Julie Dabrusin: J'ai entendu les divers points de vue et il me semble qu'il faudrait deux heures pour M. Lacroix car il y a beaucoup de sujets à aborder, non seulement sur l'objet de notre étude, mais sur d'autres questions. On voit bien à quelle vitesse on aborde les questions ici. J'hésiterais beaucoup à convoquer quelqu'un deux fois si nous pouvons le faire en une seule fois...

Nous sommes pressés par le temps pour quelque chose que nous voulons faire et avec beaucoup de questions. Est-ce logique...? Comme vous le savez, je me suis toujours donné la peine de faire vite pour la période des questions. Je veux continuer à le faire, mais est-il logique d'étudier la question cet automne, la différence étant que nous aurons du temps pour l'examiner plus tard, parce que pour être réaliste... Nous parlons du 21 juin éventuellement, mais nous ne serons pas ici ce jour-là, ou nous pouvons couper notre temps en deux...

L'hon. Peter Van Loan: Nous pourrions... [Note de la rédaction: *inaudible*]

Mme Julie Dabrusin: Peut-être. Je dis simplement qu'il me semble plus judicieux de nous en occuper cet automne.

● (1045)

La présidente: Je voudrais souligner que, pour commencer, cette motion parle de l'investissement le plus récent dans le dernier budget fédéral. Par conséquent, je ne pense pas que cela ait quelque chose à voir avec l'étude que nous entreprenons en ce moment.

Même si je pense que nous avons dit que les Jeux Olympiques et Paralympiques sont pour très bientôt et que nous devons nous en occuper avant le 17 juin, il n'y a pas de délai fixé. Je sais que la ministre a dit qu'elle allait en parler à CBC/Radio Canada.

Je pense que la motion est importante et j'aimerais qu'on lui fasse justice. Il faut donc penser au meilleur moment. Comme l'a suggéré M. Van Loan, je ne pense pas que ce serait vraiment juste de la prévoir pour un jour où nous ne serons pas nécessairement en réunion. Ce dont nous parlons n'est pas... Je n'entends personne s'opposer à la motion en tant que telle. Je pense qu'il s'agit plutôt du moment à choisir pour cette motion et du moment où la réunion devrait avoir lieu. Je vais donc mettre la motion aux voix telle qu'elle est.

Mais si vous voulez, vous pouvez dire que vous voulez la reporter à cet automne, auquel cas, nous ne devons pas donner l'impression que les gens ont voté contre la motion. C'est simplement une petite astuce.

Qu'en pensez-vous, monsieur Nantel? Un commentaire?

[Français]

M. Pierre Nantel: Je crois que Radio-Canada est un joueur majeur au Canada en matière de culture et d'information et que cela est particulièrement en lien avec l'étude que nous faisons à l'heure actuelle. On voit bien à quel point la SRC est au centre des questions qu'on se pose. À cet égard, je me sens très à l'aise de dire qu'on prendra une heure et qu'on procédera le plus vite possible. On demandera aux représentants de Radio-Canada de revenir à l'automne lors de la conclusion de cette étude. Cette institution est au centre de la télédiffusion et de la radiodiffusion au Canada.

Je peux amender ma proposition pour qu'on ne passe qu'une heure sur les plans futurs de la société relativement au nouveau financement qu'elle a reçu. Je propose de modifier la durée à une heure et d'inviter les représentants de la société d'État lors d'une autre rencontre.

[Traduction]

La présidente: Je rappelle aux membres du Comité que nous rencontrons la société CBC/Radio-Canada le 19 mai pour parler de l'étude que nous sommes en train de réaliser; la convoquer de nouveau aussi peu de temps après ne sera peut-être pas possible. La convoquer de nouveau alors que nous n'avons qu'une heure de disponible et une nouvelle fois pour une deuxième heure... Je veux montrer le côté pratique de tout ça.

[Français]

M. Pierre Nantel: Absolument.

Je vous remercie, madame la présidente. Vous soulevez un point pertinent. Cependant, M. Cormier, que M. Samson connaît bien j'en suis sûr, va venir nous parler d'informations. Il ne parlera pas de la direction générale et des crédits parlementaires, mais bien de ce qui touche l'information. Or il n'y a aucun doute que ce sujet est très pertinent dans le cadre de notre étude.

Je n'ai pas la science infuse à cet égard, mais je pense qu'il serait pertinent de rencontrer ces personnes assez rapidement de façon à savoir quelle orientation elles veulent donner à ce réinvestissement. La participation de M. Cormier est tout à fait pertinente, étant donné qu'il s'agit d'informations régionales. Par contre, comme vous l'avez justement souligné, madame la présidente, cela n'a aucun rapport avec cette motion.

[Traduction]

La présidente: Oui, vous avez donc amendé votre propre proposition pour parler d'une rencontre d'une heure? Par conséquent, je vais relire...

Madame Dabrusin.

Mme Julie Dabrusin: Je vais proposer un second amendement. Je pense que nous sommes tous d'accord pour dire qu'il importe de parler avec Radio-Canada. Nous convenons tous du point fondamental, et ce qu'il reste à régler, c'est la date et la durée de la rencontre. J'allais proposer que l'on remplace les mots suivants de la proposition: « ait lieu avant le vendredi 17 juin 2016 » par les mots suivants: « ait lieu avant... », mais je ne sais pas à quelle date précise

nous reprenons les travaux. Nous pourrions fixer la date à la fin septembre ou choisir une date en octobre, mais...

• (1050)

La présidente: Pourriez-vous nous lire le texte tel quel?

Une voix: À l'automne.

Mme Julie Dabrusin: Le problème, c'est que je ne sais pas quelle date inscrire, mais j'ai écrit qu'elle aurait lieu avant...

Une voix: Le 1^{er} octobre.

Mme Julie Dabrusin: Le 1^{er} octobre? Je l'inscris.

La présidente: Bien. Nous avons un amendement et nous allons nous occuper de l'amendement avant de mettre aux voix la motion. L'amendement concerne le Comité permanent du Patrimoine canadien, pour une réunion d'une heure — c'est l'auteur de la motion qui l'a établi, donc nous n'avons pas à voter là-dessus — afin de mettre à jour les membres du comité sur les plans, stratégies, etc., et cette réunion aura lieu après le 4 octobre.

Une voix: Après ou avant?

La présidente: Avez-vous dit « avant », madame Dabrusin?

Mme Julie Dabrusin: J'essayais de tenir compte du fait que vous souhaitiez une date limite.

La présidente: Donc, c'est avant le 4 octobre, alors?

Mme Julie Dabrusin: Oui.

La présidente: Très bien.

Quelqu'un veut discuter de l'amendement?

Monsieur Waugh.

M. Kevin Waugh: Dans le domaine de la télévision, l'automne est synonyme de récolte, si vous me passez l'expression, parce que c'est à ce moment-là qu'ils organisent leur programmation, mais nous avons également les Jeux olympiques, et le fournisseur, c'est CBC/Radio-Canada et il sera là. Nous avons aussi la tournée d'une durée de quinze jours. Je ne choisirais pas le début d'octobre. Je fixerais cela à une date ultérieure en octobre, si ça ne vous fait rien.

Une voix: Ou le 7 juin.

M. Kevin Waugh: Ou le 7 juin.

La présidente: J'aimerais insister sur cette question auprès des membres du comité. Nous avons dépassé de cinq minutes l'heure prévue pour rendre la salle. Un autre comité attend pour rentrer. Qu'il vienne ou non en raison du vote à venir à 11 h 15, ce n'est pas la question, mais puis-je me permettre de suggérer que l'on renvoie la suite de la discussion à la prochaine réunion.

Des voix: Oui.

La présidente: Merci.

Allez-vous proposer la levée de la séance, monsieur Van Loan?

L'hon. Peter Van Loan: J'en fais la proposition.

La présidente: Merci.

La séance est levée.

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>

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.

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