

Amanda Ghazale Aziz

www.theguardian.com, Wednesday November 23, 2016

ASA bans Heinz Beanz's Can Song advert for safety concerns

A Heinz TV advert teaching viewers how to use cans of its baked beans to drum out a song has been banned for being dangerous for children to copy.

The commercial, which used the strapline "Learn the #CanSong, featured children, teenagers and adults using Heinz Beanz tins to drum out the rhythm of song.

Mark Sweney

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca



24-11-2016-am.pdf

4543K

TODAY IN THE MEDIA
AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

1

Jeudi 24 novembre 2016
Thursday November 24, 2016



Former CBC Execs, Journalists, Academics and Politicians Call For An Ad-Free CBC

CANADALAND

A group of high-ranking former producers and executives at CBC, calling themselves Public Broadcasting in Canada for the 21st Century, have submitted a proposal to the Heritage Ministry, calling for an ad-free CBC.

The signees include Bernie Lucht, the former Executive Producer of the CBC Radio show Ideas, and Jeffrey Dvorkin, former Managing Editor and Chief Journalist for CBC Radio, and former ombudsman of NPR Radio. Dvorkin currently runs the University of Toronto's Journalism department. They write:

It has become obvious to many that requiring our public broadcaster to apply the practices of the private sector to its civic and cultural mission has not resulted in the creation of a large body of distinctive, informative and inspiring social and cultural capital for Canadians. While French services and English Radio have fared better, it has turned CBC English television into what its own executives have described as a "publicly subsidized commercial network."

[...]

...we recommend that all the services provided by the CBC/Radio-Canada must be non-commercial, including its online operations.

Green Party leader Elizabeth May retweeted (but did not endorse) CANADALAND publisher Jesse Brown's message in support of an #AdFreeCBC.

And Conservative Party leadership hopeful Maxime Bernier laid out his vision for the CBC on Wednesday. Bernier wants to severely limit the CBC's mandate, but also want the broadcaster to replace its revenue from ads through donations from the public, in a way similar to PBS and NPR in the U.S.:

All private media outlets have had to make deep cuts and to lay off journalists by the hundreds in the past few years. Yet, after getting a head start with more than a billion dollars in taxpayers' money, CBC/Radio-Canada unfairly competes with struggling private media in a shrinking advertisement market.

To replace its revenues from advertisement, which amounted to about \$250 million last year, the CBC/Radio-Canada will have to switch to the PBS/NPR model in the US and rely on sponsorships from corporations and foundations, as well as voluntary donations from its viewers and listeners. Of course, changes to the structure of CBC/Radio-Canada will also require changes to the Broadcasting Act.

Michael Geist is a University of Ottawa law professor with an expertise in the digital space. His argument for an ad-free CBC is based on the idea a publicly funded news outlet should be competing for ad dollars on top of eyeballs.

While the CBC should be responding to its audience with a strong digital news service, it does not follow that it should also compete for digital advertising dollars. As noted in the CBC letter, its total digital advertising revenues are relatively small (and they are even smaller — roughly \$6 million — for the online news service) so the foregone earnings will not have a material impact on the CBC. However, there is a market effect of having the CBC compete for ad dollars that affects news organizations of all sizes. This includes large players like the Globe as well as smaller, independent media for whom a loss of thousands in advertising can be significant. An ad-free online service would better justify the public investment in the public broadcaster, make for an enhanced user experience, and remove the concern that the CBC is harming private sector alternatives by competing for advertising dollars.

The full text of the Public Broadcasting in Canada for the 21st Century submission can be found here:

[PBC21 Submission PDF](#)

PBC21: Public Broadcasting in Canada for the 21st Century

CANADA'S NATIONAL PUBLIC BROADCASTER: AN ESSENTIAL CULTURAL PILLAR FOR OUR DIGITAL FUTURE



A SUBMISSION TO FEDERAL CONSULTATIONS ON
CANADIAN CONTENT IN A DIGITAL WORLD

NOVEMBER 2016

www.canadalandshow.com/adfreecbc-roundup/



Why We Need the CBC as an Ad-Free Digital News Competitor

Michael Geist

The Standing Committee on Canadian Heritage wrapped up its lengthy hearing on the media and local news last week with appearances from Facebook, Google, and the Globe and Mail (I appeared before the committee last month and my opening comments and review of the discussion that followed can be found [here](#)). The high profile witnesses sparked another round of debate over the ongoing troubles in the newspaper industry with intensifying criticism of the CBC's emphasis on digital news services, including a new opinion section and its acceptance of digital advertising, which are both viewed as direct competition for the struggling private sector alternatives.

For example, Globe and Mail publisher Phillip Crawley told the committee that the CBC is the Globe's largest competitor in the digital ad space. He expressed concern over the inclusion of opinion, which is viewed as further encroaching on newspapers' turf, and pointed to the BBC's approach, which faces government-backed restrictions on accepting digital advertising on its domestic websites. The CBC criticism has emerged as a common theme for several years with many media organizations and commentators arguing that CBC should not be in the business of competing with newspapers.

The CBC responded on Monday with a letter to the committee titled "limiting access to the digital public space is not in the public interest." The CBC argued that given the struggles of smaller papers, its online presence is more important than ever. Further, it tried to downplay the significance of its digital advertising revenue, arguing that it amounts to \$25 million annually, a very small share of the total digital advertising expenditures in Canada.

It is helpful to separate two issues: the CBC competing in digital news as opposed to it competing for digital advertising dollars. While some have characterized the CBC's role in providing digital news as an unfair, publicly-subsidized competitor to private news services that increasingly rely on paywalls and subscriptions to generate revenue, the industry's reliance on paywalls is precisely why the CBC should be offering a free, taxpayer-backed digital alternative. An informed electorate demands that all Canadians have access to reliable news and expert opinion without regard for their ability to pay for it. In a digital world filled with paywalls and concerns about fake news, the importance of a publicly-funded, freely available, trusted media institution is greater than ever and the CBC (now backed by hundreds of millions of extra tax dollars) is ideally suited to meet that need.

While the CBC should be responding to its audience with a strong digital news service, it does not follow that it should also compete for digital advertising dollars. As noted in the CBC letter, its total digital advertising revenues are relatively small (and they are even smaller – roughly \$6 million – for the online news service) so the foregone earnings will not have a material impact on the CBC. However, there is a market effect of having the CBC compete for ad dollars that affects news organizations of all sizes. This includes large players like the Globe as well as smaller, independent media for whom a loss of thousands in advertising can be significant. An ad-free online service would better justify the public investment in the public broadcaster, make for an enhanced user experience, and remove the concern that the CBC is harming private sector alternatives by competing for advertising dollars.

The government just gave the CBC a \$150 million taxpayer boost – six times its annual digital ad revenue – with the promise of much more to come. It would be entirely appropriate for Minister Melanie Joly and the Standing Committee on Canadian Heritage to attach a condition to the funding that encourages a robust digital presence for the public broadcaster but mandates that the news portion of the site remain ad-free.

CBC/RC à nouveau la cible des critiques

Les concurrents en ont contre leur mandat et leur présence sur le Web

STÉPHANE BAILLARGEON

Avril 1956, il y a donc tout juste 60 ans. Le magazine *Maclean's*, vendu 15 cents, portait alors sur le rôle du diffuseur public canadien. La une reproduit une illustration d'Oscar Cahen montrant un couple dans sa rutilante décapotable sur une route de campagne. Le bolide, représentant peut-être Radio-Canada, est arrêté par une énorme vache, figurant on ne sait quoi. Le gouvernement? Le privé? Le public? Ou la bêtise, pour quoi pas?

Le titre annonce le programme: «*Comment je dirigerais Radio-Canada*» («*How I'd Run the CBC*»). Treize personnalités anglophones ébauchent des plans alors que s'amorcent les travaux de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision. La jeune télé publique a quatre ans. Le privé s'insère dans le secteur prometteur. Il faut départager les rôles et les responsabilités de chacun.

L'écrivain Mavor Moore veut qu'on arrête de copier les Américains tandis qu'un publicitaire souhaite au contraire en embaucher puisqu'eux autres, ils l'ont fait. Plusieurs intervenants réclament davantage de qualité, de théâtre, de culture, de débats. Le directeur des programmes, Roy Ward Dickson, veut que CBC soit libre de publicité.

Autre temps, même humeur. Le défilé de



JACQUES NADEAU LE DEVOIR

CBC/RC a, de tout temps, indisposé ses concurrents du secteur privé.

l'automne 2016 des patrons des médias canadiens devant le Comité permanent du patrimoine canadien (CPPC) sur le thème des services aux communautés locales vient encore de décliner le modèle de la critique du diffuseur public à coups de marteau.

Julie Tremblay, présidente de Québec Média, témoignait mardi. Elle a répété l'inquiétude du secteur privé devant l'ajout de 675 millions sur cinq ans au

budget de la société de la Couronne qui risquerait de déstabiliser le fragile équilibre du milieu.

«*Qu'il s'agisse de grands plateaux de variétés, d'achats de séries américaines ou de projets mettant en vedette des personnalités de premier plan, Radio-Canada concurrence plus que jamais les diffuseurs privés,*

VOIR PAGE 8 : CRITIQUES

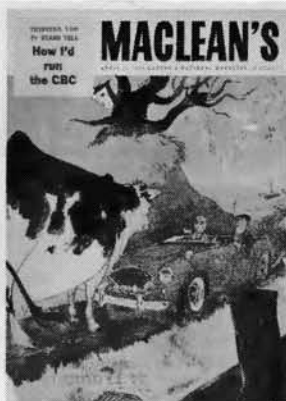
CRITIQUES

SUITE DE LA PAGE 1

le tout sans qu'il y ait de mesures d'imputabilité, a dit la grande patronne du groupe qui comprend TVA, LCN et TVA Sports. *Plus inquiétant encore, le financement supplémentaire constitue un cheque en blanc pour accentuer cette concurrence.*»

Le professeur de l'Université d'Ottawa Pierre Bélanger parle d'un nouvel air sur un vieux refrain. «*On entend toujours la même chanson de la part des concurrents de RC parce qu'à leurs yeux, le diffuseur public a le beurre et l'argent du beurre*, dit le spécialiste de l'économie des médias joint en Europe. *On en a toujours voulu à RC qui reçoit des subsides du gouvernement en plus de jouer sur les plates-bandes publicitaires. Pour les privés, le déloyal concurrent public commence l'année avec un milliard en poche.*»

La question de la raison d'être revient en leitmotiv dans les attaques, comme il y a 60 ans. «*Le mandat de Radio-Canada devrait miser sur la complémentarité plutôt que la concurrence avec les diffuseurs privés*», dit encore M^{me} Tremblay en souhaitant que le public se concentre sur une programmation distincte et cesse de «*nuire aux*



La une du magazine *Maclean's* du 14 avril 1956 s'interrogeait sur le mandat et la place de CBC/RC.

intérêts des autres joueurs.»

Tous contre un

Le reproche est étonnamment repris par d'autres capitaines de médias qu'on n'aurait pas attendus là il y a quelques années à peine. Parmi eux, Philip Crawley, éditeur et directeur général du *Globe & Mail*, vieux journal devenu nouveau média. Il était à Ottawa le 15 novembre. Il a reproché au diffuseur public de concurrencer les sites d'information des journaux comme le sien avec ses services Internet en explosion.

L'apparition récente de chroniqueurs pigistes sur le site de la CBC stimule la grogne.

James Baxter, fondateur du *pure player* iPolitics, a carrément comparé CBC/RC à un «*prédateur à la Uber*».

«*Tout le monde est sur le Web maintenant et tout le monde s'y retrouve en concurrence*, commente encore le professeur Bélanger. *Mon point de vue est politique: RC opère à l'intérieur du cadre que lui impose la loi. Le mandat défini en 1991 ne parlait pas d'Internet, mais lui demandait d'opérer sur toutes les plateformes jugées pertinentes. La véritable solution à ce nœud, c'est Patrimoine Canada qui pourra trancher, par exemple en demandant à RC de sortir de la publicité. Pour l'instant, ça n'a aucun sens.*»

Un pour tous

Le président Hubert T. Lacroix, p.-d.g. de CBC/RC, ouvre ses livres dans une lettre envoyée lundi au président du CPPC. En 2015, sa Société récoltait environ 600 millions en revenus autogénérés, dont 253,2 millions par la pub. À peine 10%, soit 25 millions, proviennent des plateformes numériques alors qu'il se dépense 4,6 milliards dans ce domaine au pays, dont les trois quarts sont récoltés par Facebook, Google et Pages Jaunes.

M. Lacroix balaie aussi les parallèles avec la BBC, toutes les plateformes du prestigieux diffuseur étant sans pub parce qu'elles n'en ont pas besoin, la

redevance britannique étant six fois plus élevée que celle de son petit frère canadien.

«*Limiter ce que fait la radio-diffusion publique se traduit forcément par moins de services pour les Canadiens*, écrit-il. *Cela n'aiderait en rien les entreprises privées à augmenter leurs revenus, pas plus qu'à améliorer la couverture des nouvelles.*»

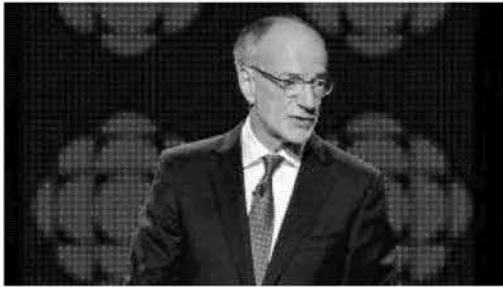
Le professeur Bélanger souligne l'aveuglement volontaire des concurrents spécialisés qui reçoivent des redevances de la câblodistribution. CBC/RC a tenté sans succès d'obtenir ce soutien pour ses chaînes généralistes.

«*Les échos que je reçois, c'est que CBC/RC est perçu comme étant déjà trop gros*, commente Colette Brin, directrice du Centre d'études sur les médias de l'Université Laval. *Le réinvestissement est perçu comme un avantage injuste alors que tout le monde se bat pour des grenailles qui restent sur le Web. C'est vraiment une question de perception. Le réinvestissement peut-être vu comme un rééquilibrage après des années de compressions. Si on est plus sympathique à l'existence d'un diffuseur public, on peut rejoindre les arguments de M. Lacroix: les comparaisons avec la BBC ne sont pas valides, ni en moyens, ni en publics, ni même en réputation.*»

TRENDING NOW

CBC President: Limiting access to the digital public space is not in the public interest

CBC President: Limiting access to the digital public space is not in the public interest



Hubert Lacroix, the president and CEO of CBC/Radio-Canada, has written a strongly-worded letter to the chair of the Standing Committee on Canadian Heritage, as it completes its study on 'Media and Local Communities'.

"The challenges facing media in Canada are many but they are not being caused by the public broadcaster," [writes](#) Lacroix.

What Lacroix fails to mention in his note, however, is the basic fact that CBC's digital efforts are currently disrupting the marketplace. Put another way, Lacroix wants CBC to be 'the solution' without explaining why or how it proposes to do its job in all communities across the country.

<http://newspaperscanada.ca/news/cbc-president-limiting-access-digital-public-space-not-public-interest/>

CANADIAN NEWSPAPER ASSOCIATION

11/23/2016 | News release | Distributed by Public on 11/23/2016 08:18

CBC President: Limiting Access To The Digital Public Space Is Not In The Public Interest

Hubert Lacroix, the president and CEO of CBC/Radio-Canada, has written a strongly-worded letter to the chair of the Standing Committee on Canadian Heritage, as it completes its study on 'Media and Local Communities'.

'The challenges facing media in Canada are many but they are not being caused by the public broadcaster,' **writes** Lacroix.

What Lacroix fails to mention in his note, however, is the basic fact that CBC's digital efforts are currently disrupting the marketplace. Put another way, Lacroix wants CBC to be 'the solution' without explaining why or how it proposes to do its job in all communities across the country.

www.publicnow.com/view/396DC6BF462C9C69D0AA384F936344B7FBE8729C

Vente du terrain de Radio-Canada: la ministre Joly exige plus de transparence



Dominique La Haye

La ministre fédérale Mélanie Joly exhorte la société d'État Radio-Canada à faire preuve de plus de transparence relativement à la vente de son terrain à Montréal.

Comme l'a révélé le **Bureau d'enquête** mercredi, l'un des courtiers impliqués dans le processus de vente est un ex-collecteur de fonds du Parti conservateur, au pouvoir quand le contrat fut octroyé, à l'été 2015.

Avison Young a obtenu le mandat après un processus que Radio-Canada tient à garder confidentiel. L'un des associés de cette firme de courtage, Laurent Benarrou, un conservateur bien en vue, est au cœur du processus de location de nouveaux espaces pour Radio-Canada. «Il va de soi qu'étant donné qu'on vient de réinvestir aussi massivement dans Radio-Canada/CBC, les citoyens s'attendent à ce que Radio-Canada/CBC fasse l'objet de beaucoup plus de transparence. Donc dans les circonstances, j'interpelle Radio-Canada/CBC à faire davantage preuve de transparence», a réagi la ministre du Patrimoine canadien, lorsque questionnée à ce sujet, mercredi, à la sortie de la réunion hebdomadaire du caucus libéral.

«C'est à eux d'arriver avec une approche qui fait preuve de davantage de transparence, de davantage d'information pour informer les citoyens quant à ce processus très important», a renchéri Mme Joly.

À la Fédération canadienne des contribuables, le directeur pour le Québec dénonce l'opacité du processus. «Quand le gros de votre budget vient des contribuables, vous avez une obligation de transparence, dit Carl Vallée. Clairement, Radio-Canada manque à cette obligation.»

La Ligue d'action civique abonde. «On sait que les transactions immobilières présentent des risques de manipulation, dit le président, Frédéric Lapointe. Radio-Canada devrait donner toute l'information pour démontrer que ça a été fait avec rigueur.»

Par courriel, Radio-Canada a pour sa part précisé avoir choisi Avison Young au terme d'un appel de propositions, un «processus non public, puisqu'exécuté à l'intérieur de notre banque de fournisseurs déjà qualifiés».

La société a aussi «choisi de ne pas publier la liste des entreprises ayant participé à la demande de service». La société refuse aussi de dire à combien elle évalue son terrain et son projet de nouvelle Maison de Radio-Canada qui doit y être construite.

- Avec la collaboration d'Hugo Joncas, Bureau d'enquête

Immobilier



PHOTO D'ARCHIVES, PIERRE PAUL POULIN

À la vente de la Maison de Radio-Canada, une commission de 4,5M\$ sera versée au cabinet Avison Young, auquel un ex-collecteur de fonds conservateur est associé.

Radio-Canada doit être plus transparente, dit la ministre

La société garde confidentiel le processus de vente de son terrain

La ministre fédérale Mélanie Joly exhorte Radio-Canada à faire preuve de plus de transparence quant à la vente de son terrain à Montréal.

**DOMINIQUE LA HAYE
ET HUGO JONCAS**

Bureau parlementaire, Bureau d'enquête

Le Journal révélait hier que l'un des courtiers impliqués dans le processus de vente est un ex-collecteur de fonds du Parti conservateur, au pouvoir quand le contrat fut octroyé à l'été 2015.

Avison Young a obtenu le mandat après un processus que Radio-Canada tient à garder confidentiel. L'un des associés de cette firme, Laurent Benarrous, un conservateur bien en vue, est au cœur du processus de location de nouveaux espaces pour la société.

«J'appelle Radio-Canada/CBC à faire davantage preuve de transparence», a réagi la ministre du Patrimoine canadien, lorsque questionnée à ce sujet

hier, à la sortie du caucus libéral. Elle a renchéri en invitant Radio-Canada à publier «davantage d'information pour informer les citoyens quant à ce processus très important».

Par courriel, Radio-Canada dit avoir choisi Avison Young au terme d'un appel de propositions, un «processus non public puisqu'exécuté à l'intérieur de notre banque de fournisseurs déjà qualifiés». La société a aussi «choisi de ne pas publier la liste des entreprises ayant participé à la demande de service».

OPACITÉ

À la Fédération canadienne des contribuables, le directeur pour le Québec dénonce l'opacité du processus.

«Quand le gros de votre budget vient des contribuables, vous avez une obligation de transparence, dit Carl Vallée. Clairement, Radio-Canada manque à cette obligation.»

La Ligue d'action civique abonde. «On sait que les transactions immobilières présentent des risques de manipulation, dit le

président, Frédéric Lapointe. Radio-Canada devrait donner toute l'information pour démontrer que ça a été fait avec rigueur.»

LA TOUR RESTERA DEBOUT

Hier, le conseil d'administration a fait son choix entre les différents promoteurs qui avaient l'œil sur le site.

C'est finalement le groupe Broccolini qui construira la nouvelle Maison de Radio-Canada, dans la partie est du site.

La tour de 25 étages qu'occupent présentement les employés de la société ira quant à elle au Groupe Mach de Vincent Chiara, avec la partie ouest du site, selon un communiqué publié en fin de journée.

Selon nos informations, le promoteur a l'intention de garder le gratte-ciel sur pied pour le projet immobilier qu'il aménagera sur le site. Il agira seul, sans la famille Saputo, son partenaire dans plusieurs immeubles, dont les tours de la Bourse et CIBC, notamment.

Vous avez de l'information à ce sujet ?

438.396.5546

hugo.joncas@quebecormedia.com



MÉLANIE JOLY
Ministre du Patrimoine

La tour de Radio-Canada restera debout



Hugo Joncas

Le CA de la société publique a retenu l'offre du Groupe Mach de Vincent Chiara pour acheter la tour de 25 étages et la partie ouest de son vaste terrain. Selon nos informations, le promoteur a l'intention de garder l'immeuble sur pied et de l'intégrer à son projet.

Il agira seul, sans la famille Saputo, son partenaire dans plusieurs immeubles, dont les tours de la Bourse et CIBC, notamment.

Le CA a aussi choisi le groupe Broccolini pour construire la nouvelle Maison de Radio-Canada. La société deviendra locataire du nouvel immeuble, en vertu d'un bail de 30 ans.

L'entrepreneur, qui construit en ce moment la tour L'Avenue devant le Centre Bell, a formé pour ce faire un consortium avec Béïque Legault Thuot Architectes, la firme d'ingénieurs Dupras Ledoux et Quadrangle Architects, de Toronto.

Ni Vincent Chiara, ni Broccolini n'a fait de commentaires avant la conférence de presse prévue pour l'annonce des projets et le dévoilement des maquettes, jeudi.

Les transactions doivent être approuvées par le Conseil du Trésor du Canada en janvier.

Au total, le site de la Maison de Radio-Canada fait près d'un million de pieds carrés. C'est le dernier emplacement de cette envergure entre le pont Jacques-Cartier et le centre-ville de Montréal.

www.journaldemontreal.com/2016/11/23/la-tour-de-radio-canada-restera-debout

Radio-Canada confie à Broccolini la construction de ses nouvelles installations

Agence QMI



Le conseil d'administration de Radio-Canada a annoncé mercredi avoir arrêté son choix sur la proposition du groupe Broccolini pour la construction de ses nouvelles installations à Montréal. De plus, Groupe Mach va faire l'acquisition de l'édifice actuel.

Le consortium qui construira les nouvelles installations de ce qui est aussi appelé la «Maison de Radio-Canada» sera constitué de quatre entreprises: Broccolini, Bêique Legault Thuot Architectes (BLTA), Dupras Ledoux ingénieurs et Quadrangle Architects Limited.

«Radio-Canada deviendra locataire de ces nouvelles installations [en vertu] d'un bail de 30 ans», peut-on lire dans un communiqué de Radio-Canada. La société d'État ne sera jamais propriétaire de la nouvelle Maison, a-t-on précisé.

En outre, le site où se trouve l'édifice actuel sera quant à lui acquis par le Groupe Mach, qui possède plusieurs autres édifices à Montréal et Québec, dont la Tour CIBC, la Tour de la Bourse et l'édifice Sun Life.

Groupe Mach met aussi la main sur la portion ouest du terrain, qui fera l'objet d'un «redéveloppement».

L'annonce officielle et le dévoilement des premières images de la nouvelle Maison de Radio-Canada auront lieu jeudi matin.

Les montants impliqués dans ces deux transactions, qui devront obtenir l'approbation du Conseil du Trésor du Canada, n'ont pas été dévoilés.

Plus tôt dans la journée de mercredi, la ministre du Patrimoine canadien Mélanie Joly, avait demandé à la société d'État de se montrer plus transparente dans ses pourparlers liés à la vente de son terrain à Montréal.

www.tvanouvelles.ca/2016/11/23/radio-canada-confie-a-broccolini-la-construction-de-ses-nouvelles-installations

La maison de Radio-Canada est vendue

Marie-Pier Boucher



La maison de Radio-Canada quitte sa grande tour et déménage dans de nouveaux locaux.

Le Groupe Mach se porte acquéreur des installations existantes et de la partie ouest du terrain, dont elle assurera le réaménagement.

Le consortium mené par Broccolini construira le nouvel édifice de la maison de Radio-Canada, dans la partie est de son stationnement actuel, à l'angle du boulevard René-Lévesque et de la rue Papineau.

Radio-Canada va louer cet endroit pendant 30 ans.

On ne sait pas si ce qui adviendra de la tour de Radio-Canada. Le projet immobilier serait à vocation mixte et 2000 nouveaux condos seraient construits.

Une annonce officielle sera faite à 11h30 demain matin par la direction de Radio-Canada.

www.iheartradio.ca/rouge-fm/rouge-fm-drummondville/nouvelles/la-maison-de-radio-canada-est-vendue-1.2227434



Après des années de rebondissements et un processus de vente marqué par une forte mobilisation citoyenne, la Société Radio-Canada confirme qu'elle quittera la grande tour brune du boulevard René-Lévesque pour devenir locataire d'un nouvel immeuble.

Le conseil d'administration de Radio-Canada a approuvé la vente du siège social montréalais et d'une partie des terrains de stationnement au Groupe Mach, « qui en assurera le redéveloppement ».

En parallèle, le diffuseur public a retenu la proposition du constructeur Broccolini pour construire un nouveau siège social dans la portion est de son stationnement actuel, le long de la rue Papineau. Radio-Canada deviendra locataire de cet immeuble en vertu d'un bail de 30 ans.

Les deux transactions devront être approuvées par le Conseil du Trésor du Canada.

104 millions

Le montant des deux transactions n'a pas été dévoilé. La tour brune de Radio-Canada et les terrains adjacents sont évalués à 104 millions de dollars par la Ville de Montréal.

Radio-Canada cherchait depuis plusieurs années des moyens de mettre en valeur ces immenses terrains de stationnement. Le diffuseur se plaignait aussi de la vétusté de ses bureaux actuels, dont le déficit d'entretien cumulé dépasse les 170 millions de dollars.

La mise en vente de la tour brune, annoncée par La Presse en février dernier, avait soulevé une vive inquiétude chez plusieurs groupes de citoyens. Ils craignaient les impacts d'un éventuel déménagement de Radio-Canada à l'extérieur du site actuel.

Gros joueurs

Le Groupe Mach, qui doit redévelopper la portion ouest du site ainsi que la grande tour brune, possède plusieurs immeubles de prestige à Montréal. Son portefeuille de 17 millions de pieds carrés comprend la Tour CIBC, la Tour de la Bourse et l'édifice Sun Life.

Broccolini, pour sa part, s'est fait connaître pour ses nombreux projets commerciaux dans l'ouest de l'île ainsi que pour la tour de 50 étages L'Avenue, à côté du Centre Bell.

Béique Legault Thuot Architectes (BLTA), Dupras Ledoux ingénieurs et Quadrangle Architects Limited font aussi partie du consortium qui construira le nouveau siège social de Radio-Canada.

Des maquettes du projet seront dévoilées aux médias jeudi matin.

<http://affaires.lapresse.ca/economie/immobilier/201611/23/01-5044429-radio-canada-quitte-sa-grande-tour.php>
http://plus.lapresse.ca/screens/3a8257ad-af20-4259-940e-a41a7c98ea27%7C_0.html

CBC picks builders for new Maison Radio-Canada

The Broccolini group has been selected to build a new Maison Radio-Canada in Montreal, while the current building will be acquired by the Mach group, Radio-Canada announced on Wednesday afternoon.

The CBC/Radio-Canada Board of Directors approved the moving plan on Tuesday. The new Maison de Radio-Canada will be near the current one on René-Lévesque Blvd. downtown. The Broccolini group will be responsible for constructing the new building at the corner of René-Lévesque Blvd. and Papineau St. Radio-Canada, which will be a tenant, will sign a 30-year lease.

The consortium consists of Broccolini, Bega Legault Thuot Architects (BLTA), Dupras Ledoux engineers and Quadrangle Architects Limited.

The Mach group acquired the current Maison Radio-Canada and will be responsible for development on the western portion of the site.

The transactions must be approved by the Treasury Board of Canada.

The public broadcaster will make the news official on Thursday morning, with images of the new building to be unveiled.

Last May, CBC/Radio-Canada pre-selected the projects of two groups — the Broccolini Consortium and another one led by Busac and Pomerleau — after receiving a dozen proposals.

Presse Canadienne

LE DEVOIR, JEUDI 24 NOVEMBRE 2016

p.A8

Radio-Canada vend sa tour au Groupe Mach

La société d'État sera locataire d'un édifice dans la partie est de la propriété

JEANNE CORRIVEAU

Radio-Canada cédera sa tour au Groupe Mach et confiera la construction de ses nouvelles installations au groupe Broccolini, qui relèvera le diffuseur dans la partie est du site, à l'angle du boulevard René-Lévesque et de l'avenue Papineau.

Le conseil d'administration de CBC/Radio-Canada a fait savoir mercredi après-midi que ses membres avaient approuvé le plan de modernisation de la Maison de Radio-Canada.

Entreprise fondée en 1949, Broccolini est un constructeur ayant réalisé quatre millions de pieds carrés de bureaux au cours des dix dernières années. Son projet baptisé L'Avenue, et situé en face du Centre Bell, deviendra en 2017 la plus haute tour résidentielle à Montréal avec ses 50 étages.

Broccolini a formé un consortium avec les firmes

Béique Legault Thuot Architectes (BLTA), Dupras Ledoux ingénieurs et Quadrangle Architects afin de faire une proposition pour la réalisation de la nouvelle Maison de Radio-Canada. Son offre a été préférée à celle du consortium réunissant Busac et Pomerleau.

Le groupe dirigé par Broccolini construira les nouvelles installations de Radio-Canada dans la partie est du site et le diffuseur en deviendra locataire en vertu d'un bail de 30 ans.

L'avenir de la tour

Pour sa part, la tour de Radio-Canada a été cédée au Groupe Mach, qui mettra aussi la main sur la section ouest du vaste terrain.

La société immobilière détient l'homme d'affaires Vincent Chiara occuperait le quatrième rang des propriétaires d'immeubles commerciaux dans la

grande région de Montréal. Avec son associé Jolina Capital inc., l'entreprise est notamment propriétaire de la tour de la Bourse et de la tour CBC.

Radio-Canada avait reçu une douzaine d'offres pour l'achat de sa tour, et le diffuseur s'était associé à la firme de courtage immobilier Avison Young et Brookfield Financial pour procéder à l'analyse des offres d'achat. Quatre propositions avaient par la suite été retenues.

Le Groupe Mach a refusé mercredi de commenter la transaction ou de révéler ses intentions concernant l'avenir de la tour dont il a fait l'acquisition.

Opposition syndicale

Radio-Canada présentera jeudi matin les premières images du projet de sa nouvelle Maison. La société n'a pas voulu dévoiler les montants des transactions avant que celles-ci ne

soient approuvées par le Conseil du Trésor du Canada au printemps prochain.

Comme il l'avait fait en mars dernier, le Syndicat des communications de Radio-Canada a réclamé mercredi la suspension de la vente de la Maison, accusant la haute direction de la société d'avoir manqué de transparence dans ce dossier. Le syndicat a aussi demandé l'intervention du gouvernement fédéral.

Rappelons que le diffuseur avait mis en vente son siège social et ses terrains couvrant 93 hectares après des années de tergiversations. Un quartier complet, connu sous le nom de Faubourg à m'lasse, avait été rasé dans les années 1960 afin d'aménager la tour et ses immenses terrains de stationnement à ciel ouvert.

Le Devoir

CBC to sell its Montreal headquarters



The CBC is selling Maison Radio-Canada at the corner of René Levesque and Papineau

CTV Montreal

CBC and Radio-Canada are moving -- but not very far.

The public broadcaster announced last year it would sell off all its property across the country, including the tower at Papineau Ave. and René Levesque Blvd.

On Wednesday CBC said it had sold that building, and the parking lot that takes up the western edge of the property, to the Mach Group.

The sale must still be approved by the Treasury Board of Canada.

Meanwhile Broccolini will construct a new building on the eastern parking lot of the CBC property.

The design for the new building will be unveiled Thursday, but it is expected that the CBC and Radio-Canada will rent studio and office space on a 30-year lease.

No price for the sale was released, but the city of Montreal has evaluated the property's value at \$104 million.

CBC initially acquired the territory in the 1960s, when the federal government and the city of Montreal picked a location and expropriated 678 families.

The Mach Group currently owns and operates the CIBC Tower, and the former Sun Life building.

Broccolini has multiple properties in the Montreal area.

<http://montreal.ctvnews.ca/cbc-to-sell-its-montreal-headquarters-1.3174442>

**Maxime Bernier: I will stop the CBC competing with private media,
and the CBC will be better for it**

Maxime Bernier, Special to Financial Post



CBC's downtown Toronto headquarters.

Nathan Denette/The Canadian Press

The following is adapted from an announcement Wednesday by federal Conservative leadership candidate, Maxime Bernier

When it was created 80 years ago, CBC/Radio-Canada was meant to give a voice to Canadians in the new world of radio broadcasting. It did the same later when television became a mass media.

At the time, there were only a few private channels. There was an obvious role for a public broadcaster trying to reach all Canadians in big cities or small and remote communities; to connect them to the rest of the country and the world; and to bring them together through a shared expression of ideas and culture. It worked very well for several decades and had a profound influence on how we see ourselves and the world.

Fast forward to 2016. The media landscape, with its hundreds of channels and its millions of sources of information and culture, is radically different. Yet, CBC/Radio-Canada seems frozen in time. It tries to occupy every niche, even though it doesn't have and will never have the means to do so, with the result being lower-quality programming. The viewership for its English service in particular has reached new lows. To stay relevant, it reinterprets its mandate every few years, going from crisis to crisis.

What should be done? If I am elected leader of my party and prime minister, I propose to implement two fundamental reforms. First, the role and mandate of CBC/Radio-Canada have to be refocused. Do we need a public broadcaster that does game shows and cooking shows? Do we need a public broadcaster involved in sports when we have all-sports channels? Do we need a public broadcaster that runs bad Canadian copies of American popular shows? Do we need a public broadcaster that offers music streaming on the Web when there are thousands of music channels available? Do we need a public broadcaster that now has a website devoted to opinion journalism that competes with newspapers and magazines? The answer to all these questions is clearly no.

The CBC should stop doing three quarters of what it still does, which any private broadcaster can do, and concentrate on what only it can do

I believe there is still a role in our media landscape for a public radio and television network. But it has to be something other than what the private sector already offers. We should not reinvent the wheel. Already, the mandate of CBC/Radio-Canada states that it should be predominantly and distinctively Canadian and contribute to our national consciousness and identity; it should reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions; it should actively contribute to the flow and exchange of cultural expression; and it should reflect the needs and circumstances of our language communities, and also the multicultural and multiracial nature of Canada.

CBC/Radio-Canada has the widest network of journalists and correspondents across the country. That's one of its unique qualities. Yet, over the past couple of years, when it had to adjust to a smaller budget, it cut back on its regional stations and concentrated more resources in the big towers in Toronto and Montreal instead. It should have done the opposite. Canadians don't want to see their world only through the eyes of Toronto or Montreal.

A more focused CBC/Radio-Canada should offer more quality public affairs programs, and not all based in Toronto, Ottawa and Montreal. When was the last time you saw a panel of guests on national TV debating the issues of the day in New Brunswick, Saskatchewan or the North? It should show us what is going on in the neighbourhoods of our big cities, but also in our small towns and rural areas, in our remote and aboriginal communities. It should explain the outside world to us with more foreign correspondents. It should team up with the fantastic cultural institutions, theatres, orchestras, festivals, that exists in every parts of our country, and show what they do to the rest of Canada. It should make us think, with more quality documentaries, more programs about science, history, or religion. Canadians are notoriously ignorant of their own history. Shouldn't it be the role of a public broadcaster to show it in interesting ways?

In short, CBC/Radio-Canada should stop doing three quarters of what it still does, which any private broadcaster can do, and concentrate on what only it can do. To achieve this, my government will make changes to the Broadcasting Act to clarify and refocus the CBC/Radio-Canada mandate.

The second reform that I propose to implement is to get the CBC/Radio-Canada out of the advertising market. All private media outlets have had to make deep cuts and to lay off journalists by the hundreds in the past few years. Yet, after getting a head start with more than a billion dollars in taxpayers' money, CBC/Radio-Canada unfairly competes with struggling private media in a shrinking advertisement market. To replace its revenues from advertisement, which amounted to about \$250 million last year, the CBC/Radio-Canada will have to switch to the PBS/NPR model in the US and rely on sponsorships from corporations and foundations, as well as voluntary donations from its viewers and listeners. Of course, changes to the structure of CBC/Radio-Canada will also require changes to the Broadcasting Act.

There are several advantages to this. It will end the unfair competition with other media. It will ensure more quality programming by eliminating the need to constantly get higher ratings to sell advertising space. Instead of competing with private networks for a mass audience, CBC/Radio-Canada will be more responsive to the viewers willing to contribute to its unique programming. As for its public subsidy, a Conservative government under my leadership will rescind the \$150 million in additional annual funding announced by the current government. That will bring back public funding to \$1 billion, as it was last year. My government will also review the remaining funding in light of the more focused mandate and structure I just discussed, and of the state of public finances after several years of runaway spending and deficits by the Trudeau government. I cannot give any arbitrary number today, but I assume that the taxpayers' contribution will be lower than \$1 billion.

My campaign is based on the principles of freedom, responsibility, fairness and respect. With my proposal, CBC/Radio-Canada will stop competing unfairly with private media, and will be more respectful of the taxpayers that help fund it. It will also become a more relevant public institution, helping to reinforce our culture and our national identity.

<http://business.financialpost.com/fp-comment/maxime-bernier-i-will-stop-the-cbc-competing-with-private-media-and-the-cbc-will-be-better-for-it>

CANADA

CBC SHOULD
QUIT THREE-
QUARTERS OF
WHAT IT DOES:
MAX BERNIER.

Page A4



Tory hopeful Bernier takes aim at CBC

Vows to cut
funding,
ad business

JASON FEKETE

OTTAWA • Conservative leadership candidate Maxime Bernier is promising to overhaul CBC/Radio-Canada — an institution he says “seems frozen in time” — by cutting hundreds of millions in funding, streamlining its mandate and getting it out of the advertising market.

Bernier says CBC/Radio-Canada “should stop doing three-quarters of what it still does” that private broadcasters are already doing, including running game shows and cooking programs, sports programming, music streaming and a website devoted to opinion journalism.

It also needs to stop “unfairly” competing with struggling private media in a shrinking advertising market, he says.

With a media landscape that now includes hundreds of channels and millions of sources of information and culture, “CBC/Radio-Canada seems frozen in time,” he said. “It tries to occupy every niche, even though it doesn’t have and will never have the means to do so, with the result being lower-quality programming,” Bernier said.



LIAM RICHARDS / THE CANADIAN PRESS FILES

Conservative leadership candidate Maxime Bernier said public broadcaster CBC/Radio-Canada, in an attempt to stay relevant, reinterprets its mandate every few years and simply moves from one crisis to another.

“With my proposal, CBC/Radio-Canada will stop competing unfairly with private media, and will be more respectful of the taxpayers that help fund it. It will also become a more relevant public institution, helping to reinforce our culture and our national identity.”

Bernier said that CBC/Radio-Canada, in an attempt to stay relevant, reinterprets its mandate every few years and simply moves from one crisis to another.

If elected Conservative leader and prime minister, Bernier is promising:

- Refocusing the corporation’s mandate toward more programming that contributes to Canadian consciousness and identity, reflects all of Canada’s regions, and the needs of various language communities and the multicultural nature of Canada. To do so, he would make changes to the Broadcasting Act. A more focused CBC/Radio-Canada should

offer more quality public affairs programs that are not all based in Toronto, Ottawa and Montreal; and

- Ensure CBC/Radio-Canada gets out of the advertising market, at a time it is drawing critical advertising dollars away from private media outlets that have cut millions in spending and laid off hundreds of people.

To replace lost advertising revenue — which amounted to roughly \$250 million last year — CBC would have to

rely on sponsorships from corporations and foundations, as well as donations from viewers and listeners (similar to PBS and National Public Radio in the U.S.).

Bernier is promising to cut CBC’s taxpayer funding, including rescinding the additional \$150 million announced by the Liberal government. As well, he is committing to reviewing overall funding and lowering the public subsidy below last year’s \$1 billion, although he

didn’t specify a final figure.

His announcement came two days after CBC/Radio-Canada president Hubert Lacroix sent a strongly worded letter to the House of Commons heritage committee, which has been examining the state of Canada’s news industry — including the public broadcaster — amid a challenging environment for newspapers and private-sector TV and radio networks.

“Over the past several months, private media owners have been using their own newspapers and digital platforms, and your Parliamentary Committee, to argue for a weaker public broadcaster. This is unfortunate,” Lacroix wrote.

“As we have said before; limiting what public broadcasting does will only mean fewer services for Canadians. It won’t help private companies become more profitable. It won’t increase news coverage or the diversity of views, especially in smaller communities.”

Fellow leadership candidate Brad Trost sent out a fundraising email criticizing Bernier for advocating “CBC-lite.”

“Rank-and-file members of our party don’t want their elected representatives running around pretending to be media moguls. They don’t want us deciding what model works best for a national broadcaster,” Trost says in the fundraising email.

Rather, Conservative members want the government “to get out of the media business altogether,” he says.

Ottawa Citizen

jfekete@postmedia.com

Bernier calls for overhaul of CBC mandate

JASON FEKETE

Conservative leadership candidate Maxime Bernier is promising to overhaul CBC/Radio-Canada — an institution he says “seems frozen in time” — by cutting hundreds of millions in funding, streamlining its mandate and getting it out of the advertising market.

Bernier says CBC/Radio-Canada “should stop doing three-quarters of what it still does” that private broadcasters are already doing, including running game shows and cooking programs, sports programming, music streaming and a website devoted to opinion journalism.

It also needs to stop “unfairly” competing with struggling private media in a shrinking advertising market, he says.

With a media landscape that now includes hundreds of channels and millions of sources of information and culture, “CBC/Radio-Canada seems frozen in time,” he said.

“It tries to occupy every niche, even though it doesn’t have and will never have the means to do so, with the result being lower-quality programming,” Bernier told reporters.

“With my proposal, CBC/Radio-Canada will stop competing unfairly with private media, and will be more respectful of the taxpayers that help fund it. It will also become a more relevant public institution, helping to reinforce our culture and our national identity.”

Bernier said that CBC/Radio-Canada, in an attempt to stay relevant, reinterprets its mandate every few years.

If elected Conservative leader and prime minister, Bernier is promising to:

- Refocus the corporation’s mandate toward more programming that contributes to Canadian consciousness

and identity, reflects all of Canada’s regions, and the needs of various language communities and the multi-cultural nature of Canada. To do so, he would make changes to the Broadcasting Act. A more focused CBC/Radio-Canada, he says, should offer more quality public affairs programs that are not all based in Toronto, Ottawa and Montreal; and

- Ensure CBC/Radio-Canada gets out of the advertising market, at a time it is drawing critical advertising dollars away from private media outlets that have cut millions in spending and laid off hundreds of people.

To replace lost advertising revenue — which amounted to roughly \$250 million last year — the CBC would have to rely on sponsorships from corporations and foundations, as well as donations from viewers and listeners (similar to PBS and National Public Radio in the U.S.).

Bernier is promising to cut CBC’s taxpayer funding, including rescinding the additional \$150 million announced by the Liberal government. As well, he is committing to reviewing overall funding and lowering the public subsidy below last year’s \$1 billion, although he didn’t specify a final figure.

Shortly after Bernier’s announcement, fellow leadership candidate Brad Trost sent out a fundraising email criticizing Bernier for advocating “CBC-lite.”

“Rank-and-file members of our party don’t want their elected representatives running around pretending to be media moguls. They don’t want us deciding what model works best for a national broadcaster,” Trost says in the fundraising email.

Rather, Conservative members want the government “to get out of the media business altogether,” he says.

jfekete@postmedia.com
[Twitter.com/jasonfekete](https://twitter.com/jasonfekete)

Bernier calls for overhaul of CBC mandate

JASON FEKETE

OTTAWA • Conservative leadership candidate Maxime Bernier is promising to overhaul CBC/Radio-Canada — an institution he says “seems frozen in time” — by cutting hundreds of millions in funding, streamlining its mandate and getting it out of the advertising market.

Bernier says CBC/Radio-Canada “should stop doing three-quarters of what it still does” that private broadcasters are already doing, including running game shows and cooking programs, sports programming, music streaming and a website devoted to opinion journalism.

It also needs to stop “unfairly” competing with struggling private media in a shrinking advertising market, he says.

With a media landscape that now includes hundreds of channels and millions of sources of information and culture, “CBC/Radio-Canada seems frozen in time,” he said.

“It tries to occupy every niche, even though it doesn’t have and will never have the means to do so, with the result being lower-quality programming,” Bernier told reporters.

“With my proposal, CBC/Radio-Canada will stop competing unfairly with private media, and will be more respectful of the taxpayers that help fund it. It will also become a more relevant public institution, helping to reinforce our culture and our national identity.”

Bernier said that CBC/Radio-Canada, in an attempt to stay relevant, reinterprets its mandate every few years.

If elected Conservative leader and prime minister, Bernier is promising to:

- Refocus the corporation’s mandate toward more programming that contributes to Canadian consciousness

and identity, reflects all of Canada’s regions, and the needs of various language communities and the multi-cultural nature of Canada. To do so, he would make changes to the Broadcasting Act. A more focused CBC/Radio-Canada, he says, should offer more quality public affairs programs that are not all based in Toronto, Ottawa and Montreal; and

- Ensure CBC/Radio-Canada gets out of the advertising market, at a time it is drawing critical advertising dollars away from private media outlets that have cut millions in spending and laid off hundreds of people.

To replace lost advertising revenue — which amounted to roughly \$250 million last year — the CBC would have to rely on sponsorships from corporations and foundations, as well as donations from viewers and listeners (similar to PBS and National Public Radio in the U.S.).

Bernier is promising to cut CBC’s taxpayer funding, including rescinding the additional \$150 million announced by the Liberal government. As well, he is committing to reviewing overall funding and lowering the public subsidy below last year’s \$1 billion, although he didn’t specify a final figure.

Shortly after Bernier’s announcement, fellow leadership candidate Brad Trost sent out a fundraising email criticizing Bernier for advocating “CBC-lite.”

“Rank-and-file members of our party don’t want their elected representatives running around pretending to be media moguls. They don’t want us deciding what model works best for a national broadcaster,” Trost says in the fundraising email.

Rather, Conservative members want the government “to get out of the media business altogether,” he says.

jfekete@postmedia.com
[Twitter.com/jasonfekete](https://twitter.com/jasonfekete)

CBC needs to slim down and refocus, Conservative leadership candidate says



Conservative MP Maxime Bernier says the CBC has stretched itself too thin.

(Eduardo Lima/THE CANADIAN PRESS)

POLITICS BRIEFING

One Conservative leadership candidate says he has a plan for the CBC if he is elected: a little smaller, and more focused.

Maxime Bernier, a Quebec MP and former Harper minister, says the public broadcaster is trying to do too many things at once and is stretching itself too thin. "It tries to occupy every niche, even though it doesn't have and will never have the means to do so, with the result being lower-quality programming," Mr. Bernier said in a statement, citing cooking shows, sports coverage and its streaming music website.

Instead, he says, CBC should focus on its strength: its network of correspondents across the country. "Over the past couple of years, when it had to adjust to a smaller budget, it cut back on its regional stations and concentrated more resources in the big towers in Toronto and Montreal instead. It should have done the opposite. Canadians don't want to see their world only through the eyes of Toronto or Montreal," Mr. Bernier said in the statement.

He also said the CBC should stop taking ads, and instead rely on sponsorship and donations, like public broadcasters in the United States. He also said he would reverse the Liberal increases to the broadcaster, and hinted at shrinking budgets in the future.

In a scrum Wednesday, Heritage Minister Mélanie Joly said Mr. Bernier was just trying to replicate cuts the CBC budget went through under the previous Conservative government.

www.theglobeandmail.com/news/politics/cbc-needs-to-slim-down-and-refocus-conservative-leadership-candidate-says/article33013040/

Maxime Bernier: CBC Needs 'Focused' Mandate, Should Get Out Of Advertising Market

Ryan Maloney

A Conservative leadership candidate who has built his campaign on libertarian principles says he wants to “refocus” the mandate of the Canadian Broadcasting Corporation (CBC), but isn’t calling for its privatization.

Quebec MP Maxime Bernier, who has already called for the privatization of Canada Post and the country’s major airports, unveiled his plans at a press conference in Ottawa on Wednesday.

Bernier said while the public broadcaster was created 80 years ago to unite Canadians, CBC-Radio Canada seems “frozen in time” in a media landscape that now includes hundreds of broadcasters and online outlets. The CBC should “stop doing three-quarters of what it still does,” he said.

Canadians, he continued, don’t need a public broadcaster that features game shows, sports, and “bad Canadian copies of American, popular shows.”

“I do believe there is still a role in our media landscape for a public radio and television network, but it has to be something other than what the private sector offers,” he said.

Bernier said he would change the Broadcasting Act and streamline CBC’s mandate to focus resources on its regional stations across the country and public affairs programming outside of Montreal and Toronto.

“

"I do believe there is still a role in our media landscape for a public radio and television network, but it has to be something other than what the private sector offers."

The former cabinet minister also wants the CBC to stop competing for advertising dollars with private outlets that have had to make cuts and lay off journalists. Bernier called the practice unfair, given CBC’s “head start with more than a billion dollars in taxpayers’ money” each year.

Instead, Bernier proposes shifting the CBC to a model similar to that of the Public Broadcasting Service (PBS) in the United States, where support comes from sponsors and donations from viewers.

But Bernier also said that, if elected, his government would withdraw the \$150 million in annual funding the current Liberal government has promised to the CBC until 2020-2021. He would then review funding going forward, in light of a revamped mandate, and expects taxpayers would end up spending less than \$1 billion on the institution each year.

Trost calls for privatization

Bernier’s plan won’t satisfy all Tories. Veteran Ontario MP Tony Clement, who dropped out of the leadership race in October, had earlier pledged that annual CBC funding would “go the way of the Dodo bird” if he became PM.

And Saskatchewan MP Brad Trost, who is also running for leader, took to Twitter just before Bernier’s press conference to call on all other candidates to support the privatization of the CBC.

www.huffingtonpost.ca/2016/11/23/maxime-bernier-cbc-mandate-advertising_n_13178492.html

Bernier would streamline CBC's mandate, remove ads as CPC leader

Charelle Evelyn, Anja Karadeglija

OTTAWA — Conservative MP Maxime Bernier said Wednesday that if he is selected as the next leader of the federal Conservative Party and the next Canadian prime minister, he would move to make changes to **CBC/Radio-Canada** that would keep it from competing with the private sector.

"Do we need a public broadcaster that runs bad Canadian copies of American popular shows?" Bernier asked, during a press conference on Parliament Hill, also questioning the need for CBC to air cooking and game shows, sports and be involved in music streaming.

Under a Bernier-led government, the CBC would refocus on its mandate to be "predominantly and distinctively Canadian and contribute to our national consciousness and identity" as well as "reflect Canada and its regions to national and regional audiences," Bernier said.

"When was the last time you saw a panel of guests on national TV debating the issues of the day in New Brunswick, Saskatchewan or the North?" he said.

Bernier would also claw back the additional \$150 million the Liberals restored to the broadcaster, bringing public funding back down to \$1 billion, and, if more funds are required, have the CBC shift to a model used by public broadcasters in the United States where they solicit sponsorship from corporations and foundations as well as from their audiences.

"For me, the most important thing for the Canadian taxpayers is for the Canadian government, it will cost less," said Bernier, who earlier this summer said he would dismantle the CRTC.

Of the 12 confirmed leadership candidates, Bernier is the first to outline a campaign plank regarding the CBC, though Brad Trost has long called for the privatization of the public broadcaster. Trost currently has a private member's bill in front of Parliament to incorporate the CBC. The other candidates vying to win the May 2017 leadership race are Chris Alexander, Steven Blaney, Michael Chong, Kellie Leitch, Daniel Lindsay, Deepak Obhrai, Erin O'Toole, Lisa Raitt, Andrew Saxton, and Andrew Scheer.

Unlike Trost, Bernier said he wants to keep the CBC as a public broadcaster and that his plan would be a worthy challenge "because I think we need a public broadcaster in Canada in line with the new mandate to promote Canadian identity, to promote news from all across the country in different regions, and I think there's a role to play."

He disagreed with CBC president Hubert Lacroix's letter sent Monday to the House of Commons standing committee on Canadian Heritage, addressing concerns raised by private companies that CBC's participation in the digital space hurts local media.

Bernier said it's not CBC's role "to please everyone," and that he wasn't happy when the public broadcaster made cuts to regional stations and coverage, which came after the previous government cut its subsidy.

"That's their role and their mandate and they must do that," Bernier said. "So I think it is not their role to compete with other broadcasters and the way to do that is to be sure, first of all, they don't do any advertising anymore and they will try to raise money from the public or from other solutions, but not from the taxpayers."

www.thewirereport.ca/news/2016/11/23/bernier-would-streamline-cbc%E2%80%99s-mandate-remove-ads-as-cpc-leader/31536

Maxime Bernier veut que Radio-Canada se repositionne



Maxime Bernier

PHOTO ARCHIVES LA PRESSE CANADIENNE

Mélanie Marquis
La Presse Canadienne
Ottawa

Moins d'émissions de cuisine, moins de sport, moins de «mauvaises copies canadiennes d'émissions populaires américaines»: le candidat à la direction du Parti conservateur Maxime Bernier veut que Radio-Canada se recentre sur son mandat.

En conférence de presse au parlement, mercredi, le député de Beauce a dit souhaiter que la société d'État se colle à ce que stipule son mandat, notamment en revoyant à la hausse son offre d'émissions d'affaires publiques, et pas seulement à partir des stations de Montréal, Toronto et Ottawa.

Le candidat à la chefferie propose également de modifier la Loi sur la radiodiffusion pour faire sortir le diffuseur public du marché de la publicité. Il voit Radio-Canada suivre le modèle de PBS ou NPR, aux États-Unis, qui sont partiellement financés par des dons de téléspectateurs et de fondations.

Cela mettrait fin à ce qu'il a qualifié de «concurrence déloyale avec les autres médias» et assurerait une programmation de plus haute qualité, car la société d'État cesserait de chercher à «obtenir constamment des cotes d'écoute plus élevées pour vendre de l'espace publicitaire», selon lui.

Sur le plan du financement, un gouvernement conservateur dirigé par Maxime Bernier annulerait les 150 millions \$ supplémentaires annuels annoncés par le gouvernement actuel, ce qui ramènerait le financement public à environ 1 milliard \$, a annoncé le candidat.

www.lapresse.ca/arts/television/201611/23/01-5044389-maxime-bernier-veut-que-radio-canada-se-repositionne.php

Radio-Canada

Bernier ne veut plus d'émissions de cuisine

DOMINIQUE LA HAYE
Bureau parlementaire

OTTAWA | Le député Maxime Bernier veut mettre fin à la diffusion d'émissions de cuisine et grand public sur les ondes de Radio-Canada/CBC et propose de revoir à la baisse le financement du diffuseur public.

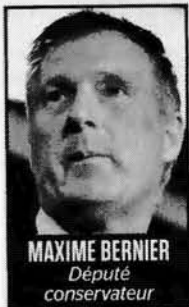
Le candidat dans la course à la direction du Parti conservateur qualifié de «concurrence déloyale» envers les médias privés ce créneau qu'occupe la société d'État, ainsi que sa formule de financement provenant de recettes publicitaires et du fédéral.

PAS PRIVATISÉE

Sans aller jusqu'à proposer la privatisation de Radio-Canada/CBC, comme le souhaitent certains conservateurs, M. Bernier veut en revoir le mandat et le mode de financement.

Le député de Beauce veut ainsi que Radio-Canada/CBC cesse de produire des émissions de cuisine, de jeux et de sports et qu'elle resserre ses activités en produisant plus de documentaires et d'émissions d'affaires publiques.

Il déplore aussi une certaine concentration des ressources à Montréal et à Toronto.



MAXIME BERNIER
Député conservateur

LE DROIT, JEUDI 24 NOVEMBRE 2016
p.56

PLUS D'AFFAIRES PUBLIQUES, SELON MAXIME BERNIER

Moins de sport et de cuisine à la SRC

La Presse canadienne

Moins d'émissions de cuisine, moins de sport, moins de «mauvaises copies canadiennes d'émissions populaires américaines»: le candidat à la direction du Parti conservateur Maxime Bernier veut que Radio-Canada se recentre sur son mandat.

En conférence de presse au parlement, mercredi, il a dit souhaiter que la société d'État se colle à ce que stipule son mandat, notamment en revoyant à la hausse son offre d'émissions d'affaires publiques, et pas seulement à partir des stations de Montréal, Toronto et Ottawa.

Puisque «les Canadiens sont reconnus pour être ignorants de leur propre histoire», le diffuseur public devrait les «faire réfléchir» davantage en proposant «plus de documentaires de qualité, plus d'émissions sur la science, l'histoire ou la religion», a-t-il plaidé.

En somme, selon le député de Beauce, Radio-Canada «devrait cesser de faire les trois quarts de ce qu'elle fait et que tout radiodiffuseur privé peut faire, et se concentrer sur ce qu'elle seule peut faire».

Le candidat à la chefferie propose également de modifier la Loi sur la radiodiffusion pour faire sortir le diffuseur public du marché de la publicité. Il voit Radio-Canada suivre le modèle de PBS ou NPR, aux États-Unis, qui sont partiellement financés par des dons de téléspectateurs et de fondations.

«Ça se fait partout ailleurs dans le monde, et je pense que Radio-Canada doit être capable de compenser les revenus publicitaires (environ 250 millions \$ par année) qu'ils vont perdre en utilisant un autre modèle», a offert M. Bernier.

Cela mettrait fin à ce qu'il a qualifié de «concurrence déloyale avec les autres médias» et assurerait une programmation de plus haute qualité, car la société d'État cesserait de chercher à «obtenir constamment des cotes d'écoute plus élevées pour vendre de l'espace publicitaire», selon lui.

Sur le plan du financement, un gouvernement conservateur dirigé par Maxime Bernier annulerait les 150 millions \$ supplémentaires annuels annoncés par le gouvernement actuel, ce qui ramènerait le financement public à environ 1 milliard \$, a annoncé le candidat.

Peu avant que le Beauceron ne fasse son annonce au parlement, l'un de ses rivaux, Brad Trost, a appelé à la privatisation de la société d'État dans une vidéo diffusée sur son compte Twitter.

LE DEVOIR, JEUDI 24 NOVEMBRE 2016
p.A2

Bernier en a contre la «concurrence déloyale» de Radio-Canada

Ottawa — Maxime Bernier en a marre des «shows de cuisine», des jeux télévisés et du journalisme d'opinion à CBC/Radio-Canada. Le candidat à la chefferie conservatrice souhaite modifier le mandat de la société d'État, et du même coup réduire son financement. «Radio-Canada/CBC doit cesser de faire les trois quarts de ce qu'elle fait et que tout radiodiffuseur privé peut faire, et se concentrer sur ce qu'elle seule peut faire», a-t-il plaidé en pro-

nant une SRC calquée sur le modèle de PBS. La société d'État ne pourrait plus solliciter de publicités — en chute libre dans les médias privés auxquels la SRC livre une «concurrence déloyale» selon lui — et Radio-Canada devrait plutôt récolter des commandites et des dons de téléspectateurs. Quant au budget, M. Bernier le retrancherait des 150 millions supplémentaires octroyés par année par les libéraux et il examinerait l'enveloppe restante à la lumière du mandat qu'il prévoit de remodeler. Il n'a pas voulu prédire le montant qui serait retranché, «mais je présume que la contribution des contribuables sera inférieure», a-t-il prédit.

**SRC: moins de sport et de cuisine,
plus d'affaires publiques, propose Bernier**

Mélanie Marquis, La Presse canadienne

OTTAWA – Moins d'émissions de cuisine, moins de sport, moins de «mauvaises copies canadiennes d'émissions populaires américaines»: le candidat à la direction du Parti conservateur Maxime Bernier veut que Radio-Canada se recentre sur son mandat.

En conférence de presse au parlement, mercredi, le député de Beauce a dit souhaiter que la société d'État se colle à ce que stipule son mandat, notamment en revoyant à la hausse son offre d'émissions d'affaires publiques, et pas seulement à partir des stations de Montréal, Toronto et Ottawa.

Le candidat à la chefferie propose également de modifier la Loi sur la radiodiffusion pour faire sortir le diffuseur public du marché de la publicité. Il voit Radio-Canada suivre le modèle de PBS ou NPR, aux États-Unis, qui sont partiellement financés par des dons de téléspectateurs et de fondations.

Cela mettrait fin à ce qu'il a qualifié de «concurrence déloyale avec les autres médias» et assurerait une programmation de plus haute qualité, car la société d'État cesserait de chercher à «obtenir constamment des cotes d'écoute plus élevées pour vendre de l'espace publicitaire», selon lui.

Sur le plan du financement, un gouvernement conservateur dirigé par Maxime Bernier annulerait les 150 millions \$ supplémentaires annuels annoncés par le gouvernement actuel, ce qui ramènerait le financement public à environ 1 milliard \$, a annoncé le candidat.

www.lactualite.com/actualites/src-moins-de-sport-et-de-cuisine-plus-daffaires-publiques-propose-bernier/

SRC : moins de sport, plus d'affaires publiques, propose Bernier

Mélanie Marquis, La Presse canadienne



Le candidat à la chefferie propose également de modifier la Loi sur la radiodiffusion pour faire sortir le diffuseur public du marché de la publicité.

Photo: Jacques Nadeau Le Devoir

Ottawa - Moins d'émissions de cuisine, moins de sport, moins de « mauvaises copies canadiennes d'émissions populaires américaines » : le candidat à la direction du Parti conservateur Maxime Bernier veut que Radio-Canada se recentre sur son mandat.

En conférence de presse au parlement, mercredi, le député de Beauce a dit souhaiter que la société d'État se colle à ce que stipule son mandat, notamment en revoyant à la hausse son offre d'émissions d'affaires publiques, et pas seulement à partir des stations de Montréal, Toronto et Ottawa.

Le candidat à la chefferie propose également de modifier la Loi sur la radiodiffusion pour faire sortir le diffuseur public du marché de la publicité. Il voit Radio-Canada suivre le modèle de PBS ou NPR, aux États-Unis, qui sont partiellement financés par des dons de téléspectateurs et de fondations.

Cela mettrait fin à ce qu'il a qualifié de « concurrence déloyale avec les autres médias » et assurerait une programmation de plus haute qualité, car la société d'État cesserait de chercher à « obtenir constamment des cotes d'écoute plus élevées pour vendre de l'espace publicitaire », selon lui.

Sur le plan du financement, un gouvernement conservateur dirigé par Maxime Bernier annulerait les 150 millions supplémentaires annuels annoncés par le gouvernement actuel, ce qui ramènerait le financement public à environ 1 milliard, a annoncé le candidat.

www.ledevoir.com/politique/canada/485402/src-moins-de-sport-et-de-cuisine-plus-d-affaires-publiques-propose-bernier

Une critique des analystes du TJ de Radio-Canada



Affiche tenue par une des personnes présentes à la mobilisation en appui aux femmes autochtones de Val-d'Or, ce vendredi.
Photo : Radio-Canada / Sandra Ataman

La professeure Marie-Pierre Bousquet de l'Université de Montréal critique le travail des analystes du Téléjournal de Radio-Canada en ce qui concerne la crise de Val-d'Or. Pour elle, leur analyse « permet de ne pas remettre en question plus fondamentalement le fonctionnement de la société, dont nous faisons tous partie » en ce qui concerne notre relation avec les Autochtones.

Quelqu'un pourrait-il m'expliquer pourquoi, à Radio-Canada le jeudi 17 novembre 2016, Céline Galipeau avait invité les mêmes « experts » que d'habitude (Tasha, Michel David et Daniel Lessard) pour parler des Autochtones alors que le même Radio-Canada a ouvert en grande pompe la veille « Espaces autochtones »?

Bien sûr, il y a des experts non autochtones sur les questions autochtones. Mais on peut penser qu'il aurait été cohérent de faire appel à des commentateurs bien placés pour parler des Amérindiens puisqu'ils en sont eux-mêmes. Et surtout, vu que ce qu'ont dit Tasha, Michel et Daniel, cela aurait été encore plus souhaitable.

Le sujet de débat était « Femmes autochtones à Val-d'Or : le point de vue de nos collaborateurs ». Ça débutait bien, jusqu'à la 3e minute.

Florilège :

Michel au sujet du fait que Mme Lafontaine constate un racisme systémique : « Est-ce qu'il y a un racisme systémique au Québec? Oui. Est-ce qu'il y en a un au Canada? Oui. Est-ce qu'il est pire au Canada? Oui ». Et de citer un article disant que Winnipeg a la palme du racisme. Cela devrait-il nous reconforter, vu que c'est là-bas dans l'Ouest?

Il ajoute qu'on ne fait rien pour enrayer le problème, blâmant le manque de volonté politique. C'est pratique, on met tout sur le dos de l'État, institution impersonnelle. Cela permet de ne pas remettre en question plus fondamentalement le fonctionnement de la société, dont nous faisons tous partie.

Michel se rattrape en remarquant que la police reflète la société dans laquelle elle œuvre. Ça ne dure pas, surtout il ne faut pas culpabiliser les Québécois : « on n'est pas pire qu'ailleurs, on est peut-être même mieux ». Nous sommes rassurés alors? Comme nous sommes moins pires, nous nous pétons les bretelles en chœur?

Et ça continue : « ça ne veut pas dire que comme on est mieux, on est parfaits ». C'est bien de nous encourager à nous regarder en face. Mais il ajoute : « Et d'ailleurs les Autochtones ne sont pas parfaits non plus ».

S'ouvre alors une nouvelle porte avec Tasha, qui pense que comme les problèmes sont connus, il faut plutôt mettre en place des changements. Lutter contre la drogue, l'abus d'alcool, la pauvreté. Nous sommes d'accord. Mais vous dites quoi, là, tous les deux? Que les problèmes viennent d'eux. S'ils ont affaire à la police, ce n'est pas à cause de racisme systémique donc. Ça vient du fait qu'ils boivent trop, qu'ils prennent des drogues. Retour à la case départ : ça doit être de leur faute...

Entre dans la course une autre idée avec Daniel : quand on constate des problèmes chez les Autochtones, on verse de l'argent, qui ne produit rien. La piste de solution est une proposition du gouvernement Harper : l'imputabilité.

Commence la diatribe sur l'air connu de « Les Autochtones coûtent cher » (idée véhiculée par les politiques fédérales depuis le 19e siècle, soit dit en passant). Il cite les Cris, modèle à suivre selon lui, se contredisant immédiatement en expliquant qu'il y a aussi plein de problèmes chez les Cris. Du coup son argument manque de conviction.

Là, Tasha propose de mettre fin au système des réserves. Comme si aucun ministre des Affaires autochtones n'avait essayé. Pas si simple de faire tomber le dernier rempart des Autochtones contre l'assimilation.

Pourtant, Tasha connaît le Livre blanc de 1969 de Jean Chrétien, qu'elle cite, auquel Harold Cardinal avait répondu par son percutant livre « The Unjust Society ». Tasha insinue qu'on force les gens à rester sur les réserves pour garder leur statut indien.

Tasha, de sérieuses révisions de vos connaissances sur la Loi sur les Indiens s'imposent! En plus, tout le monde ne rêve pas de vivre en ville. Il y a des Amérindiens qui aiment vivre dans leurs communautés. Une réserve n'est pas forcément un environnement malsain, arrêtons les généralisations.

La question de l'imputabilité revient alors sur le tapis. Il y a de la corruption, il faudrait suivre comment les Autochtones dépensent. Parce qu'on ne les surveille pas assez, les Autochtones? On leur dit tellement quoi faire avec l'argent des programmes qu'on continue à faire vivre un système paternaliste et colonial!

Ce furent 11 minutes très énervantes. SVP, Radio-Canada, appelez vos experts autochtones la prochaine fois!

<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1001766/une-critique-des-analystes-du-tj-de-radio-canada>

Suzanne (et Céline Bonnier) a fait ses adieux à *Unité 9* mardi soir. En entrevue, l'actrice se dit extrêmement reconnaissante d'avoir pu tenir ce rôle au cours des cinq dernières années. «On ne m'offrait jamais des personnages comme ça avant. On préférerait me confier des rôles de femmes fortes et tough.»

PHOTO COURTOISIE VÉRO BONCOMPAGNI

« C'EST UN PERSONNAGE
QUI FAISAIT RÉSONNER
DES CHOSES PARTICULIÈRES
CHEZ MOI »

-Céline Bonnier



La série *Unité 9* perd un gros morceau

Le personnage de Suzanne a aidé Céline Bonnier à traverser une période difficile

Contrairement à 1 575 000 Québécois, Céline Bonnier n'a pas regardé *Unité 9* mardi soir. L'actrice, qui était prise au théâtre, devrait toutefois se rattraper au cours des prochains jours, histoire d'honorer Suzanne, un personnage qui l'a accompagnée durant une période plutôt difficile.

MARC-ANDRÉ LEMIEUX
Le Journal de Montréal

En entrevue au *Journal de Montréal*, la comédienne révèle avoir perdu ses deux parents depuis le début d'*Unité 9* en 2012. Incarner cette femme douce, fragile et maternelle l'a aidée à surmonter plusieurs obstacles.

«C'est un personnage qui faisait résonner des choses particulières chez moi, confie Céline Bonnier. Sa candeur, sa propension à faire confiance aux autres... Ce sont des traits de personnalité qui m'ont rapprochée de l'enfance. Ça a été très bon pour moi. Ça m'a ouverte sur plein de choses.»

À FLEUR DE PEAU

Le départ de Suzanne de Lietteville s'est retrouvé au cœur d'un épisode à fleur de peau d'*Unité 9*. Rares sont les téléspectateurs qui sont restés de marbre devant les scènes réunissant Céline Bonnier, Guylaine Tremblay (Marie) et Eve Landry (Jeanne), les trois actrices qui forment le noyau dur du drame carcéral de Radio-Canada. Ajoutez à cela les retours en arrière montrant les adieux de

Michelle (Catherine Proulx-Lemay) et Élise (Micheline Lanctôt) et vous obtenez un flot continu de larmes.

Jointe au téléphone, l'auteure Danielle Trottier dit avoir peiné à libérer Suzanne. «Je veux toujours trouver un tour de passe-passe pour garder mes personnages en prison le plus longtemps possible, mais en même temps, c'est ce qui fait l'originalité de cette série: un jour, on doit les laisser aller. Chaque fois, c'est épeurant, parce qu'en télévision, quand on obtient du succès avec une série, on laisse habituellement les choses telles qu'elles sont. Mais pas avec *Unité 9*.»

AU TOUR DE L'HEURE BLEUE

Céline Bonnier savait depuis près d'un an que Suzanne allait obtenir son congé. L'actrice a ainsi pu accepter de jouer dans *L'heure bleue*, une nouvelle série de TVA dont elle vient de tourner les 12 premiers épisodes.

«C'était très étrange de jouer quelqu'un d'autre. Parce que Suzanne, je l'ai dans le corps depuis cinq ans. Ça marque.»

Le visage d'*Unité 9* a beaucoup changé depuis la rentrée. Combiné aux départs surprises de Georges (Paul Doucet) et Gwendoline, l'infirmière transgenre campée par Patricia Larivière, celui de Suzanne inflige un nouveau coup dur aux fans fidèles du feuilleton. Sur Twitter et Facebook mardi soir, ils étaient nombreux à partager leur peine de voir une de leurs chouchoutes s'éclipser.



UN NOUVEAU PERSONNAGE

L'arrivée d'une nouvelle détenue prénommée Mariposa marquera la finale automnale d'*Unité 9* mardi prochain. On parle d'une toxicomane interprétée par Sabrina Bégin Tejada, une jeune actrice de 20 ans qu'on a pu voir dans *Subito texto* et *Tactik* à Télé-Québec. «Elle est époustouflante, déclare Danielle Trottier. C'est une découverte. Elle a été extrêmement bien dirigée par Jean-Philippe Duval.»

Fait à signaler, Sabrina Bégin Tejada jouera la fille d'une femme actuellement incarcérée à Lietteville. Les paris sont maintenant ouverts pour deviner qui est sa mère...

CHRONIQUE



So long, Suzanne !

Leonard Cohen avait sa Suzanne, les fans d'*Unité 9* aussi. On se doutait depuis plusieurs semaines déjà que Suzanne Beauchemin (Céline Bonnier), la prisonnière la plus présente dans la série après Marie Lamontagne (Guylaine Tremblay), orchestrait son départ.

Son ticket pour la liberté, Sue l'a finalement obtenu mardi dans un épisode fort émouvant qui a fait verser des larmes à plusieurs des 1 575 000 personnes rivées à leur petit écran.

HUGO DUMAS
LA PRESSE

Céline Bonnier est une actrice formidable. Elle a rendu sa Suzanne, en apparence simplette, super attachante.

Leonard Cohen avait sa Suzanne, les fans d'*Unité 9* aussi. On se doutait depuis plusieurs semaines déjà que Suzanne Beauchemin (Céline Bonnier), la prisonnière la plus présente dans la série après Marie Lamontagne (Guylaine Tremblay), orchestrait son départ.

Son ticket pour la liberté, Sue l'a finalement obtenu mardi dans un épisode fort émouvant qui a fait verser des larmes à plusieurs des 1 575 000 personnes rivées à leur petit écran.

Le montage d'extraits de ses camarades disparues ou relâchées, dont Élise, Laurence et Michèle (Micheline Lanctôt, Sarah-Jeanne Labrosse, Catherine Proulx-Lemay), nous a rappelé à quel point ce personnage féminin – mon préféré de toute la population carcérale – a été au cœur des meilleures intrigues.

Céline Bonnier est une actrice formidable. Elle a rendu sa Suzanne, en apparence simplette, super attachante. Suzanne aurait pu être juste « nounoune » et ridicule avec ses tics nerveux et son regard fuyant. Mais non. Céline Bonnier lui a insufflé une humanité et une intelligence émotionnelle épatantes.

Quand les premiers accords de la chanson *Je pars à l'autre bout du monde*, interprétée par l'artiste montréalaise Beyries, ont résonné à Lietteville, j'ai eu les yeux dans l'eau. Déjà que les scènes d'adieu entre Suzanne et Jeanne (Ève Landry) avaient été chargées, la dernière sortie de l'ancienne responsable de la bibliothèque, et sa réconciliation muette avec Jessica (Geneviève Schmidt), m'ont achevé. Où sont les mouchoirs ?

Écrite par Paul Daraïche – les paroles sont d'Isabelle Fiset –, cette très belle pièce n'a pas été enregistrée au complet par Beyries, qui n'a fait que le bout requis par le réalisateur Jean-Philippe Duval. La chanson n'a donc pas été commercialisée en format électronique. C'est la version de Laurence Jalbert qui a grimpé à la deuxième place du palmarès iTunes hier.

C'est un gros morceau d'*Unité 9* qui part, un personnage qui vibrait fort auprès du public.

Céline Bonnier traverse à TVA, où elle a décroché un des rôles principaux dans *L'heure bleue*, la nouvelle série d'Anne Boyer et Michel d'Astous (*Yamaska*) qui jouera les mercredis à 21 h dès janvier, directement contre *Votre beau programme* de Véronique Cloutier à Radio-Canada.

L'auteure d'*Unité 9*, Danielle Trottier, est arrivée à un carrefour dans son histoire. Suzanne a purgé sa peine. Marie Lamontagne a confié son lourd secret au psychologue Steven Picard (Luc Guérin). L'infirmière transgenre et l'aumônier ont été virés. Et l'IPL Caroline Laplante (Salomé Corbo) a été pincée pour ses magouilles.

Ça serait étonnant que Caroline Laplante soit incarcérée à Lietteville après son procès. La série australienne *Wentworth*, offerte sur Netflix et l'Extra de Tou.TV, a joué cette carte dans sa quatrième saison, avec des résultats plus ou moins crédibles.

Dans *Wentworth*, l'ancienne directrice de la prison, Joan « The Freak » Ferguson, une dame machiavélique à tendance psychopathe, a fini par être emprisonnée dans l'établissement qu'elle a dirigé d'une main de fer. Évidemment, Joan a tout de suite été prise en grippe par les détenues qu'elle avait malmenées. Mettons que c'était difficile à avaler pour le téléspectateur. Cela dit, *Wentworth* demeure une excellente production, avec des touches beaucoup plus sombres et violentes qu'*Unité 9*.

LE CRESCENDO DU LUNDI

C'est lundi à 20 h que décolle officiellement, après les auditions, la compétition de chant choral *Crescendo* de Gregory Charles à Radio-Canada. Honnêtement, après *La voix junior*, *Virtuose* et *La relève*, la perspective de rembarquer dans une compétition musicale d'enfants et d'ados ne m'enchantait guère. Pourtant, c'est très bien fait.

Six écoles secondaires de Montréal et sa grande couronne s'y affrontent toutes les semaines. Sally Folk et Louis-Jean Cormier leur accordent des notes sur 100 et l'établissement qui aura cumulé le plus de points, à la fin du tournoi, se sauvera avec le trophée, remis lors de la finale du 26 décembre.

La caméra de *Crescendo* suit les jeunes pendant les répétitions et recueillent leurs commentaires à chaud, ce qui donne un résultat à mi-chemin entre *Degrassi* et *Glee*, format télé-réalité.

Les *mash-up* concoctés par Gregory Charles, qui entraîne toutes les chorales, sans avoir de chou-chou, vous surprendront. Deux écoles sortent particulièrement du lot pendant la première heure. Beaucoup de talent à revendre dans ces ensembles vocaux. Beaucoup de diversité également. Bravo.

http://plus.lapresse.ca/screens/7f00bf81-ca54-4ae1-9bde-95841499b66b%7C_0.html



Anne: le cheval de Troie de Netflix

Le club Illico et tou.tv continuent d'être des obstacles de taille pour le fougueux cheval Netflix derrière lequel piaffent impatiemment Amazon et Google. L'excellent répertoire français ces deux services semble satisfaire pour l'instant la majorité des francophones, surtout que Netflix ne montre pas beaucoup d'égards à leur endroit. Le géant américain juge même sans intérêt de doubler ses séries avec des interprètes du Québec, comme il l'a fait pour les deux premières saisons de *House of Cards*.

Si les Québécois résistent tant bien que mal à Netflix, ce n'est pas le cas des anglophones. Non seulement sont-ils de plus en plus nombreux à s'y abonner, ils sont aussi des dizaines de milliers à accéder «illégalement» au répertoire américain de Netflix en s'abonnant à un réseau privé virtuel (VPN en anglais). Shomi, l'enfant tardif qu'avait mis au monde le couple Rogers-Shaw pour ralentir la croissance de Netflix, rendra l'âme le 30 de ce mois.

LA CBC EST COMPLICE

La CBC est devenue la complice de Netflix. Elle lui a cédé les droits de la prestigieuse série *Les Tudors*, de la série sur le curling *Men With Brooms*, ainsi que les droits sur *Republic of Doyle*. Étrangement, cette série pleine d'humour mettant en vedette le père et le fils, détectives privés à Terre-Neuve, n'a pas encore trouvé preneur dans le marché francophone.

Non contente d'alimenter le répertoire de Netflix, la CBC coproduit avec l'américain une nouvelle version d'*Anne of Green Gables* (*Anne... la maison aux pignons verts*). Presque un crime de lèse-majesté! Aucune œuvre canadienne pure laine n'a connu pareil succès. Le roman de Lucy Maud Montgomery, enseignante à Cavendish dans l'Île-du-Prince-Édouard, a été traduit en 40 langues et tiré à 50 millions d'exemplaires. On en a fait sept longs métrages, six radio-romans, neuf séries de télévision et au moins sept comédies musicales, dont l'une qu'on présente chaque été à Charlottetown depuis 1965.

EN CONCURRENCE AVEC TROIS FILMS

La série que produit la CBC avec Netflix sera diffusée en septembre prochain. Elle entrera en concurrence directe avec deux autres téléfilms qui mettent en vedette la jeune Ella Ballentine et l'acteur américain Martin Sheen dans une autre adaptation d'*Anne... la maison aux pignons verts*. Le premier a été diffusé en février dernier sur YTV, chaîne jeunesse de Corus, et il est diffusé ce soir même sur PBS. Les deux autres seront diffusés en 2017 et 2018.

Il n'y avait donc pas d'urgence pour que la CBC enclenche une autre adaptation du célèbre roman. Par simple décence, le diffuseur public aurait pu attendre que Netflix, qui ne paie ni taxes ni impôt chez nous, se trouve en situation plus régulière avant de s'acquiescer avec lui pour coproduire *Anne*. C'est comme si les Troyens eux-mêmes avaient fourni à Ulysse et ses guerriers grecs le bois qu'il fallait pour construire leur cheval d'assaut!

MES EXCUSES À GREGORY ET MARC

Dans ma chronique de mardi, j'ai écrit qu'on n'avait pas interprété de chansons en français dans la première partie du spectacle *Noir et Blanc 2* de Gregory Charles et Marc Hervieux. On m'a envoyé le «menu» et je dois confesser que j'ai erré. On a interprété un medley de Fugain ainsi qu'une chanson de Stromae et Yannick. La première partie s'est déroulée à un rythme si vivant et si rapide que j'ai dû en oublier des bouts, restant sur l'enchantement que m'avaient procuré les autres chansons.

Maya Annik Bedward wins CBC broadcasting mentorship

The Toronto filmmaker will take part in a five-day intensive program presented by WIFT-T and the pubcaster.

Regan Reid



Maya Annik Bedward is the recipient of WIFT-T's 2016 CBC Business of Broadcasting Mentorship.

The five-day mentorship will give Annik Bedward a look at the inner workings of the pubcaster. Annik Bedward will receive one-on-one mentorship with CBC staff, and gain insight into the CBC's production, branding, acquisition and programming strategies, as well as research and scheduling.

"If we don't build our young creators and people of the industry, the industry will crumble," Michelle Daly, senior director, Comedy at CBC, told *Playback Daily*. "It's just really important that we provide opportunities to help them learn and grow. I think it's a responsibility to do that."

Annik Bedward is a Toronto-based Jamaican-Québécoise filmmaker. Her short film *The Foreigner* (2014) was released by Third Culture Media, a production company she launched with the support of the Michaëlle Jean Foundation. She recently completed the short documentary *A Hidden History: The Story of the New Orleans Tribune* with co-writer/director/editor and producer Sean Liliani.

The CBC mentorship is now in its 10th year. Past recipients include **Jensenne Roculan**, who joined *Corner Gas* prodco Verite Films in 2016 as a production and business affairs executive, as well as Courtney Graham, who launched production company Glamazon Pictures in 2015 with Melanie Windle. The company **recently optioned** L.E. Sterling's literary trilogy *True Born* to adapt for TV.

<http://playbackonline.ca/2016/11/23/maya-annik-bedward-receives-cbc-business-of-broadcasting-mentorship/>

The strangest tale of horror, forgiveness and love



JOHN DOYLE
TELEVISION
jdoyle@globeandmail.com

Look up the phrase “We live in hope and die in despair,” and you’ll find it described as an old adage. Well, like a lot of old adages it isn’t accurate or universally true. Most of us hope to never reach despair and we hope that even from bitter failure and loss, something positive emerges.

In certain circumstances, of course, we react in terrible anger and many people want retribution, and that is what our criminal justice system tries to weigh, day in and day out. As a society we tend to ebb and flow on the issue of punishment and retribution. There are times when we despair and times when we hope, desperately, for the inherently benign to emerge after horrific crimes are committed.

John Kastner’s extraordinary, award-winning documentaries have dealt emphatically with this issue. His *Life with Murder*, released in 2010, dealt with a



Not Criminally Responsible: Wedding Secrets is a sequel to Not Criminally Responsible, a vividly illuminating documentary made three years ago.

mother and father faced with the reality that their son stood accused of murdering his sister.

Not Criminally Responsible, made three years ago, was a fine and vividly illuminating documentary – and something of a sensation at Toronto’s Hot Docs festival – about the rehabilitation of Sean Clifton. The man, diagnosed as a paranoid schizophrenic with an obsessive-compulsive disorder, had stabbed and almost killed a woman, a stranger to him, in Cornwall, Ont. In the doc, the woman’s family came to know and forgive Clifton.

Not Criminally Responsible: Wed-

ding Secrets (Thursday, CBC, 9 p.m., on *Firsthand*) is an astonishing, at times mind-boggling, sequel to the story. If you are in search of hope, of glimmers of benevolence and enchantment in the world, watch this. It is, as it states at the start, about “a wedding born of a terrible act of violence. Most of those involved will be coming to the ceremony.”

First, some context, which is duly delivered in the documentary. Sean Clifton stabbed the young woman, Julie Bouvier, six times. She almost died. Clifton was placed in a forensic psychiatric facility and put on heavy

medication. He was paranoid and, says a doctor, “had the worst case of OCD I ever witnessed.”

Julie’s family wanted him kept in hospital. That is the natural response of a victim or a victim’s family. When Clifton showed extraordinary improvement, after many painful years for everyone, eventually he was released and supervised, but on his own for part of every day. Julie’s family was devastated.

In the first *Not Criminally Responsible* doc, footage of Clifton’s recovery was shown to the Bouvier family. They were transfixed and astonished by his OCD rituals. They came to terms with the fact that the man who had injured their daughter was very, very ill. Julie went to the Hot Docs screening. On TV, she said of Sean Clifton, “You can’t help but feel sorry for him.” But she struggled with the idea of meeting him.

Meanwhile, in the intervening time, John Kastner continued to document Clifton’s life and struggles. Clifton had admitted that he got his girlfriend pregnant when he was 15. The child, Jonathan, was put up for adoption. Clifton hoped his son would contact him and he waited, as the first documentary made his case famous. But the adult Jon McMahon didn’t want to meet him, didn’t want to

watch the doc all the way through and wrote to the filmmakers asking about the pros and cons of possibly meeting his father. Eventually, Sean and Jon met. A bit wary of each other, but Jon began to help Sean with mental-health issues. Then Jon met Julie Bouvier and “an improbable friendship” grew between them.

While this was being chronicled, Jon met Nicole Rogers, a producer on *Not Criminally Responsible*. As Nicole says, “It was the closest thing to love at first sight I have ever experienced.”

And that is the “wedding secret” that emerges eventually from this tangled tale of anger, violence, grief, acrimony, fear and forgiveness. Jon and Nicole invited the Bouvier family, including Julie, to the wedding, which took place this past summer. What ensues is profoundly important as an insight into what the heart can deal with. There is no showdown, no great drama. There is only evidence that the heart is a complicated thing, that the adage “Life is full of surprises” is more apt than “We live in hope and die in despair.”

The program is also a reminder, as it is meant to be, that the criminal-justice system cannot embrace all the complexities of life and human nature.

CRTC licence renewal hearings: day one

Greater Cancon spending flexibility was a key theme from Quebecor Media, Groupe V and Bell Media at yesterday's hearing.

Regan Reid

Day one of the licence renewal hearings for French-language television broadcasters wrapped yesterday, with Quebecor Media, Groupe V Media and Bell Media all telling the CRTC to lighten the regulatory load.

Quebecor was first up to bat, telling a panel of CRTC officials headed by chairman Jean-Pierre Blais that despite advertising revenue decreases and competition from global players (and the CBC), between 2012 and 2015 its TVA Network devoted more than the required 80% of programming expenditures on Canadian content.

Additional regulatory requirements, Quebecor stated, would hamper its ability to compete in a hectic, unstable market. Instead, it proposed the group devote 70% of programming expenditures to Cancon. It also asked that the \$20 million per broadcast year that it spends on programs acquired from independent producers be maintained.



Next up was Groupe V Media, which compared itself to a Gallic village surrounded by Romans – an independent player competing against media giants. In addition to changing television consumption habits, the company stated competition from Radio-Canada, which recently received a \$675 million funding commitment from the federal government, is a significant concern.

V Media also stated that, despite efforts to obtain a larger performance envelope, the amount of funding it receives from the Canada Media Fund is inadequate, stating its performance envelope was for little more than \$1 million, while Radio-Canada received \$31.8 million, TVA received \$22.3 million and Bell Media received \$12.4 million. The media co proposed it be made into designated groups composed of its five traditional TV stations and its optional services, MusiquePlus and MAX, with 50% of its programming expenditure devoted to Cancon. While the company said it was aware this would represent a decrease in programming expenditure, it said declining ad revenues necessitate the reduction.

V Media also asked not to be subjected to mandatory program expenditures on programs of national interest, stating that, unlike its competitors, it doesn't have the support to finance the programs.

Lastly, Bell Media also asked for greater flexibility. It proposed a standardized Canadian programming expenditure requirement of 32%, based on industry revenues, as well as a national interest expenditure requirement of 5%. The company stated its proposed programming expenditure would give programmers more flexibility to adapt to changing market dynamics.

The French-language hearings continue today, with Corus Entertainment presenting to the commission, and will wrap on Thursday. English-language hearings begin next week. Earlier this week, the CRTC announced it would renew licences of most TV service providers for *one year*, as opposed to the usual seven-year term.

<http://playbackonline.ca/2016/11/23/crtc-licence-renewal-hearings-day-one/>

TV License Renewal: Producers forced to defend their demands

Steve Faguy

LAVAL — After a day of pushing major French-language television broadcasters to justify their demands for fewer regulatory burdens, the CRTC pushed the other way on Wednesday, for interest groups to justify the need for regulatory intervention as Canadians increasingly get their audiovisual content from unlicensed sources.

“I see a representation of a corporate interest, but not necessarily from the person that the CRTC must serve, the TV viewer,” chairman Jean-Pierre Blais told the Association québécoise de la production médiatique, one of many production groups to present at the licence renewal hearing in Laval, north of Montreal.



The AQPM pushed for high levels of Canadian programming expenditures for TVA, Groupe V Média and Bell Media (50, 48 and 34 per cent of gross revenues, respectively) and programs of national interest (19, 15 and 17 per cent of gross revenues, respectively), as well as a requirement for 75 per cent of PNI funding to go to independent producers.

Blais asked AQPM president Hélène Messier if the financial risk of producing television series is being shared properly between broadcasters and producers.

“An independent producer doesn’t have the risk,” Blais said.

“That’s false,” Messier responded. “A producer that doesn’t deliver successes won’t be hired again.”

“But they could still cash their cheque,” Blais retorted.

Later, a group representing TVA labour unions called for the CRTC to impose the same requirements of local programming on TVA and V and opposed allowing independent production of local news, as is being done currently by V. It said that case should be treated as an exception (V got special treatment after the former TQS went bankrupt and was sold) and not the new rule. Richard Labelle (pictured above), president of the SCFP union local representing TVA employees in Saguenay, Trois-Rivières, Sherbrooke and Rimouski, argued that independent producers have no pride in their stations, and for them the network is just another client. The quality of production, he argued, could only diminish with the lack of passion.

“It would be easier for a broadcaster to evade responsibility for its obligations if they’re produced by a subcontractor,” said Labelle.

(Blais noted that the broadcaster is responsible for what is aired regardless of the producer.)

The unions argued that regional TVA stations are counting repeats toward local programming requirements, in violation of conditions of licence, and wanted high requirements for CPE funding, of 80% for the TVA network, 70% for V and 50% for the two groups’ discretionary channels.

The union group called for three-year licence renewals in light of the federal government’s wide-ranging review of Canadian content. Blais challenged that call, noting that the implementation of any changes from that review would take years to implement anyway, and the CRTC cannot simply wait until it’s finished to do its job.

*"It's impossible to do a 30-minute newscast with one or two journalists."
– Martin Everett, SCFP*

The union representing TVA's Quebec City station was more aggressive, accusing the company of replacing local programming with programs from Vidéotron's MAtv community channel, saying that only half the local newscast in Quebec City is local news, that "every day we receive orders from Montreal" and that often there are as few as one or two journalists working on a given day.

"It's impossible to do a 30-minute newscast with one or two journalists," said Martin Everett, the union vice-president.

Blais noted the complaints about TVA's Quebec City station come up every time its licence is up for renewal.

The day began with Corus Entertainment making its case for renewals of its licences for Séries+ and Historia, acquired in the Bell-Astral deal, the French version of the Disney Channel and the bilingual service Teletoon. Corus called for more flexibility but also more predictability in regulations. It noted that the French version of the Disney Channel is not yet at the point where it can afford to commission original programming.

The Commission threw Corus for a loop when it inquired about splitting Teletoon's bilingual licence into separate ones for the English and French channels. Blais noted that it would make a difference by, for example, counting as two services in the ratio of how many related channels are carried by Shaw Cable.

Corus resisted strongly, arguing that a standalone francophone channel would have minimal revenue and difficulty meeting obligations. "With one licence, we have a revenue base that allows us to have quality programming," said vice-president Sylvie Courtemanche. "Why add complexity when we have a formula that works and is simple?"

As with many responses on unexpected questions, the full response will come in written form by Dec. 2.

Other issues brought forward Wednesday included:

- Jeremy Torrie, calling for more representation from indigenous communities in conventional television programming. He said it was inappropriate to "ghettoize" indigenous voices at the Aboriginal Peoples Television Network, and in any case APTN does not have the financial resources to support Canada's many indigenous artists.
- ADISQ, Quebec's music industry association, argued that YouTube can't replace specialty channels as a source of music videos, and demanded that MusiquePlus be required to maintain some music video programming, worried in part because of the funding its members would lose.
- The Union des Artistes and associations of Quebec directors and screenwriters, defending requirements for PNI funding for all groups.
- The Documentary Organization of Canada demanding a minimum requirement for, unsurprisingly, documentary programming.

After a very quiet day on Tuesday with only a single question asked, new commissioner Judith LaRocque was much more active on Wednesday, leading the questioning of Corus and some interveners.

The hearing concludes Thursday with replies from the four broadcasting groups. The hearing on English-language TV licence renewals begins on Monday in Gatineau.

Photo by Steve Faguy

<https://cartt.ca/article/tv-license-renewal-producers-forced-defend-their-demands>

Netflix growth undaunted by local competitors: study

Despite the low price point of the service, there's still a positive correlation between household income and subscription rates.

Bree Rody-Mantha



When it comes to Canada's media landscape, Netflix is no longer just a niche — nearly half of Canadian anglophones (48%) subscribe to the service, and it's not just reserved for those in the millennial age range.

That's all according to the Media Technology Monitor (MTM)'s newest survey results, which looked not only at the rate of subscription to Netflix in Canada but also into the various factors that lead to Canadians subscribing to Netflix.

The survey was deployed through phone interviews with 4,000 Anglophone Canadians over the fall.

Households identified as cell phone-only (no landline) are more likely to be subscribers, with 60% of those households subscribing. On the other hand, 42% of households that had a landline (but weren't necessarily exclusive to landlines) are subscribers.

Unsurprisingly, age was also a factor, with the 18 to 34 demographic making up the biggest group of Netflix subscribers.

Of respondents, 67% of that age group reported to subscribe to the SVOD. The next most-subscribing age group was the 35 to 49 (Gen X) group, with 55% subscribing. Boomers (50 to 64) saw a subscription rate of 37% and 20% of those over 65 subscribed.

But despite the price point of Netflix (\$8 to \$12 in Canada) generally being cheaper than most cable packages, price still appears to be a factor in who subscribes. The survey found a positive correlation between household income and rate of subscribing to Netflix — 33% of households with under \$35,000 in annual income were members, with the percentage growing in every income bracket (73% of people with incomes of over \$200,000 subscribe).

Netflix in Canada doesn't face quite as much competition as it does in the U.S. — competitors such as Hulu and Amazon Prime have not yet made their way north of the border, nor have smaller subscription services such as Fullscreen and YouTube Red. However, the MTM found that Netflix's competition in Canada — Bell Media-owned Crave and Rogers and Shaw's shomi, which closes at the end of the month — have barely made a dent in Netflix.

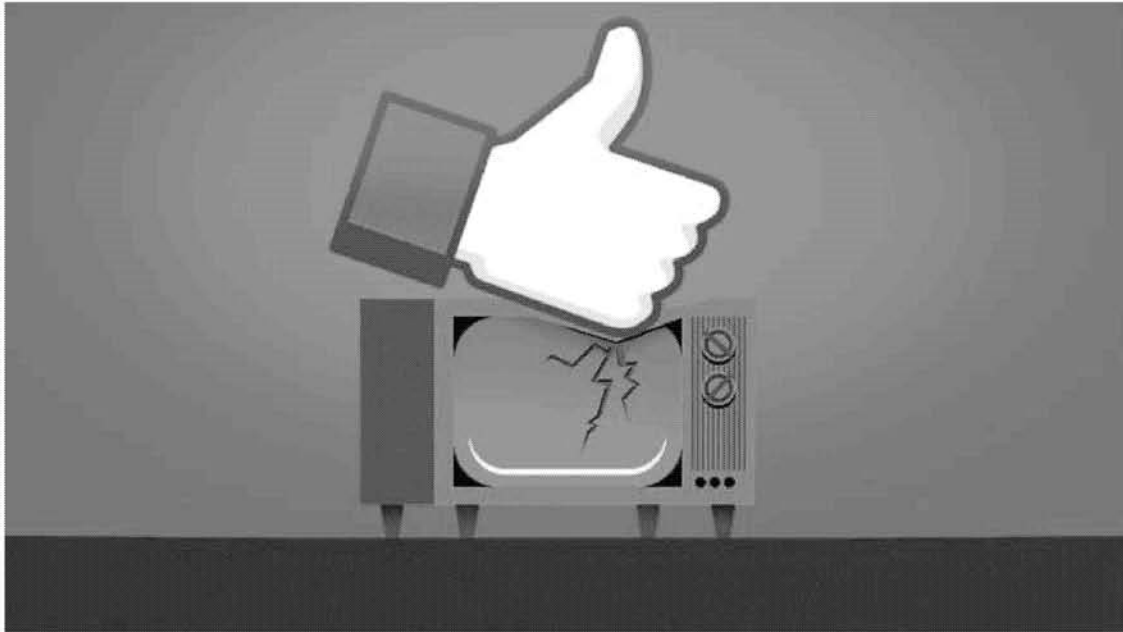
A total of 51% of Canadians subscribe to one or more SVOD service. But of those subscribers, 80% subscribe to only Netflix, whereas an additional 13% subscribe to Netflix along with another service (7% also subscribe to Crave TV, while 6% also reported subscriptions to shomi). Only 4% subscribed to only shomi while 3% subscribe to Crave.

*From Media in Canada
Image via flickr*

<http://playbackonline.ca/2016/11/23/netflix-growth-undaunted-by-local-competitors-study/>

Facebook Makes More Money With Ads Than Comcast, Disney (Report)

Janko Roettgers
Senior Silicon Valley Correspondent
@jank0



NOVEMBER 22, 2016 | 09:42AM PT

VARIETY

Facebook's North American ad revenue has overtaken the money traditional media companies like CBS, Disney and Comcast make with ads in the U.S. for the first time this year, according to an analysis from *The Information*. This could be another sign of trouble for traditional media, as advertisers are increasingly shifting their budgets from TV networks to digital.

Facebook generated \$9.1 billion in ad dollars in North America during the first nine months of this year, according to SEC filings analyzed for the report. Comcast's North America ad revenue for the same time frame was \$7.6 billion; Disney followed closely with \$6.7 billion, and CBS trailed with \$5.4 billion. A year ago, Facebook was still behind Comcast, with both companies generating ad revenue of \$5.5 billion and \$6.6 billion respectively during the first three quarters of 2015.

It's worth noting that even with its explosive growth, Facebook isn't getting anywhere close to Google, which generated \$21.5 billion with advertising in North America during the first three quarters of 2016.

Also, these numbers alone don't say much about the financial health of the companies involved. Comcast has a highly profitable internet access business, and media companies like CBS generate a growing percentage of their revenue with retransmission fees paid by TV operators to carry their programming.

In fact, CBS saw its profits rise during the last quarter due to a 32 percent jump in retransmission and affiliate fees. However, the flip side of this coin is that CBS's broadcast ad revenue declined by 2 percent.

Facebook's ad revenue on the other hand has been skyrocketing in recent months. The company generated a total of \$7 billion during its most recent quarter, up from \$4.5 billion during the same time a year ago.

<http://variety.com/2016/digital/news/facebook-north-america-ad-revenue-1201924827/>

NEWSPAPERS

Postmedia executives receive \$2.3-million in bonuses

JAMES BRADSHAW
MEDIA REPORTER

Amid another year of dramatic restructuring at **Postmedia Network Canada Corp.**, the company's five most senior executives were awarded nearly \$2.3-million in retention bonuses.

The payouts, which are outlined in company disclosures filed on Wednesday, are tied to a recent debt restructuring that wiped out more than \$268-million (U.S.) in debt, thereby reducing the company's interest payments by about \$50-million (Canadian) each year.

Canada's largest newspaper chain has endured a trying 2016 fiscal year that saw the company merge competing newsrooms in major cities, cut hundreds of jobs, offer staff buyouts and close a printing plant in London, Ont. The filings show that the five executives were not awarded regular short-term incentives because they missed a consoli-



Paul Godfrey

dated operating-profit target of \$125-million, recording just \$82.3-million for the fiscal year.

The retention bonuses were created "to ensure that key employees remained with Postmedia both during and after the Recapitalization Transaction," which was announced on July 7 and closed on Oct. 5, according to the documents.

"It's not uncommon in transactions like this for a key employee-retention program to be put into place as it was here, which was approved by the board and benchmarked against other similar transactions that have happened," said Phyllise Gelfand, the company's spokeswoman.

Rod Phillips, chair of the board of directors, was not available to comment.

Total amounts awarded under the plan include \$900,000 to president and chief executive officer Paul Godfrey, \$450,000 to chief financial officer Doug Lamb, \$425,000 to chief operating officer Andrew MacLeod, \$300,000 to executive vice-president and legal counsel Jeffrey Haar and \$200,000 to Gordon Fisher, president of the National Post and the Pacific Newspaper Group.

The bonuses are due in three instalments, only one of which has been paid so far, with the remaining two due on Dec. 2

and on July 14, 2017, "subject to the satisfaction of certain conditions." That means only about \$1.3-million of the total was accrued in the 2016 fiscal year.

Despite the bonus, Mr. Godfrey's total compensation declined slightly to \$1.66-million in 2016, from \$1.76-million in 2015, when Postmedia paid lesser bonuses to executives for negotiating a \$316-million deal to purchase the Sun newspapers and related digital properties from Quebecor Inc.

Earlier this month, Postmedia announced it had extended Mr. Godfrey's contract, which had been due to expire at the end of 2018, for a further two years.

Compensation paid to Mr. Lamb, Mr. MacLeod, Mr. Haar and Mr. Fisher rose in the 2016 fiscal year, though base salaries paid to all five executives remained unchanged.

After announcing the debt restructuring in July, company executives struck a hopeful tone. Mr. Godfrey proclaimed the

beginning of "a new chapter for Postmedia," which owns the National Post, Calgary Herald, Ottawa Citizen and numerous other newspapers. "We're going to have the ability to invest more," he said at the time.

But after Postmedia's net loss ballooned to \$99.4-million in the fourth quarter, the company announced the latest in several rounds of aggressive cost-cutting, aiming to slash a further 20 per cent of salary costs as revenue continues to decline.

In the meantime, Postmedia is pursuing new digital ventures and partnerships, as digital advertising revenue has proven too meagre to make up for print ad sales that fell by more than 20 per cent in the latest quarter.

"We take a look at those companies that are digitally oriented and have real growth potential, and we're working with them," Mr. Godfrey said in late October.

Postmedia (PNC.B)

Close: \$1.20, up 18¢

JOURNALISTS' SOURCES

Not warranted

The discovery that the Montreal Police obtained a warrant to monitor the phone of La Presse journalist Patrick Lagacé, for several months, has rightly galvanized efforts to give substantially stronger protection to journalists and their sources.

It wasn't that the police were investigating Mr. Lagacé; on the contrary, they were piggybacking on the columnist's work, and that of his sources, to investigate one of their own. They also obtained a warrant to tap the communications of another La Presse journalist, Vincent Larouche. As a result, Montreal Chief Philippe Pichet has been unrepentant, saying, "There were criminal allegations against a police officer, and we have a job to do."

This isn't only about cops and robbers and reporters. Much of our legal system, and our way of life, is based on the idea that a person's home and personal effects are his or her castle. They cannot be violated without a warrant. A judge or justice of the peace has to assess whether a violation of privacy is legally justified. Police turning reporters into unwitting police sources stretches the limits very far.

The newly arrived independent Senator André Pratte, formerly also of La Presse, had already expressed hope that the Liberal government would act to give better protection to reporters and their sources. And Senator Claude Carignan, a Conservative, this week introduced a private member's bill, the Journalistic Sources Protection Act. Bill S-231 would amend both the Criminal Code and the Canada Evidence Act.

Of course, private members' bills, especially those that begin in the Senate, don't often become law. They tend to get lost in the shuffle, unless the government smiles upon them. This is an issue, and a bill, that the Trudeau government should make part of its agenda.

What happened in Montreal raises question about when warrants are granted to police, under what circumstances and by what judicial authority. Warrants are a fundamental guarantee that the privacy rights of all citizens will only be infringed in exceptional circumstances, and after a careful and legal test that balances public safety against privacy. Yet it was clearly too easy for the Montreal police to obtain their warrants in this case. Fixing that should be top of mind for the government.

The effects of a less-than-diverse media workforce



Photo courtesy of Marjory Collins/Public Domain.

Amanda Ghazale Aziz

When Carleton University asked reporter Judy Trinh to give a talk on diversity in the journalism industry to students in the journalism and communications program, she said yes.

She suspected why the university had asked her: She works full-time for the *Canadian Broadcasting Corporation (CBC)*, and she's not white. Even with some reservations, she took the speaking opportunity with a plan in mind.

Up to this point, high schools had been her regular venues to give lectures about journalism. When these schools had asked her to present on diversity, it was always about women in journalism, not race. Carleton's request was a first.

Carleton's invitation was an opportunity for Trinh to encourage racialized students to pursue a career in journalism. She truly believed that diverse representation in newsrooms matters, and the first step would be to start an honest discussion on race and the Canadian newsroom. If these students were going to build a meaningful career in media, then they would have to know the full truth.

In a visual slideshow presentation, Trinh presented a comparison of statistics from a study in the *Columbia Journalism Review*: 49 per cent of minority journalism graduates find a job in journalism, compared to 66 per cent of white journalism graduates. This is the reality for Black, Indigenous and people of colour (lumped into one vague group as "minorities") who want to break in this industry in the U.S.

A now infamous Laval University study in 2000 had found that 97 per cent of journalists at that time were white. For Trinh, the lack of in-depth reporting on non-white cultures was the sad consequence of the statistic.

"In terms of access, in terms of building trust," said Trinh. "If you have visible minorities in your newsroom, those ties are stronger.

"When you don't have those ties, it's much more difficult to get into those communities and cover them, because there is always a sense of distrust as an outsider."

Gaining access to racialized communities and reporting on their cultures in more depth are two of many reasons that Trinh thinks that newsroom should be trying to diversify more. A white journalist could conduct thorough research for a piece on a racialized culture and community but there would still be missed nuances.

Even despite these obvious advantages, the statistics suggest that employers still don't get it. Recently, the *CBC* came under fire from *CANADALAND* for not abiding by the Multiculturalism Act's guidelines on equal opportunity employment for racialized folks. According to the report, a staggering 90–93 per cent of *CBC* staff were white whereas according to Statistics Canada only around 75 percent of Canadians are white. What's unsettling in this report is the possibility that employers aren't compelled to address their discriminatory hiring practices.

Currently, the Multiculturalism Act, along with the Employment Equity Act, is the driving government legislation when it comes to ensuring diverse representation in the newsroom — and the act only applies to newsrooms that are publicly funded. Even then, the act isn't so heavily implemented as it should be, nor is it fit to match our racial climate today.

The act was written in an era that believed it had achieved a post-racial society. Pierre Trudeau introduced the idea of a Multiculturalism Act in 1971, and Brian Mulroney ratified it a decade later.

Today, however, one in five Canadians identify as a visible minority and we aren't embracing multiculturalism as much as we think we are. A recent poll by *the CBC and Angus Reid* shows that 68 per cent of Canadians believe "minorities should do more to fit in with mainstream American/Canadian society," indicating access to diverse media representation is lacking.

And the Multiculturalism Act itself hasn't been as accessible as it should be. The language of the act itself is dependent on a dated sense of what equality is, which gives the idea that the act is one size fits all for everyone:

"3 (1) It is hereby declared to be the policy of the Government of Canada to (e) ensure that all individuals receive equal treatment and equal protection under the law, while respecting and valuing their diversity;"

Yasmin Jiwani, a communications studies professor at Concordia University, has been researching the relationship between policy and media over the last few years. In a project with other researchers, Jiwani carefully looked at how Indigenous youth and Muslim youth were portrayed in a three-year time frame at *The Globe and Mail*. They saw that stories on these groups typically fit narratives such as either "Youth in Trouble" or "Youth as Trouble", while non-Indigenous and non-Muslim youth were often portrayed as overachievers and young entrepreneurs.

"What my research has shown," said Jiwani, "is that when we do see people of colour in the media we only see them as 'problem people'—people who are criminals, people who are taking advantage of Canadian benevolence, or people who are out in war zones."

"If you are a policy-maker, who most likely doesn't always encounter folks who are marginalized, what does the press tell you? It tells you that these are 'problem people' and they don't belong in our nation."

Canada likes to hail itself as a multicultural mosaic. And with Donald Trump's win in the U.S. election early this November, many citizens have been taking the opportunity celebrate Canada's apparent superiority—forgetting that the country is rampant with its own problems.

After Trump's victory, Kellie Leitch—who is currently running to be the leader of Canada's Conservative Party—sent out a mass email calling Trump's victory an "exciting message that needs to be delivered in Canada as well."

Before the 2016 U.S. election, she'd already announced plans for tougher screening processes for immigrants and refugees and was promoting the Conservative Party's idea of creating a "barbaric cultural practices" tipline for the RCMP, which she later said she regretted.

You don't have to look far online or in print to notice that we've fallen short of our nation's ideal of equality and multiculturalism. Is Canadian journalism today operating under an act that depicts not only an aged view, but one that is unrealistic in its depiction of what multiculturalism is? It's unclear how employers are required to fulfill their obligations under the Multiculturalism Act and the Employment Equity Act in their workplaces.

Shree Paradkar said it best in her *Toronto Star* column: "Non-representation in journalism is a form of oppression. It happens when we—Canadians—invite or accept newcomers to our mutual benefit, but then allow only one dominant group—whites—to play gatekeeper to all the stories, generation after generation. Indigenous people, too, are not exempt from exclusion."

Equally, there is anxiety about newsrooms using racialized writers as tokens instead of addressing changing their overall hiring practices. Jiwani said she is concerned about the trend of news organizations hiring racialized writers to report exclusively on diversity. She calls these token writers "race ambassadors."

Denise Balkissoon, currently the editor of the life section at *The Globe and Mail*, recalls that early in her career pitches concerning race and diversity were often shut down. Now she sees the opposite hap|A0063698_44-000671

Emerging journalists are being offered the chance to write on these topics. The dilemma, though, is that the opportunity doesn't extend beyond that assignment.

"Usually a young journalist of colour will get tapped to write a sensationalist story and that story will turn out great," Balkissoon said. "But then that journalist doesn't get hired as a staff writer or nurtured to be a well-rounded writer."

"People have figured out," added Balkissoon, "that diversity is relevant at a time when there's no money dedicated to hiring anyone."

Along with being an editor, and writing a column, Balkissoon is the co-host (with Hannah Sung) of the *Colour Code* podcast. *Colour Code* was first conceived after *The Globe and Mail* gave workers the opportunity to apply for a special projects fund.

The idea for the podcast was originally about Canadian identity but shifted to focusing on race and Canada. "Our goal was not to prove that racism exists," said Balkissoon, "but that it was already assumed."

There were already plenty of American podcasts out there on race, and Balkissoon and Sung wanted to do something just as "meaningful and hard-hitting."

While some white listeners reached out to Balkissoon and Sung to thank them for helping them learn and to re-examine their privilege, others sent hate mail—especially when the show tackled difficult topics. A particularly large amount of hate mail followed the episode "Eggshells," in which Balkissoon revisits a heated discussion she had on assimilation at *CKNW*, a radio show in Vancouver. That backlash inspired her column piece, "We all profit from soldiers on the front lines of hate."

Readers also have responsibility over what they want to get out of a newspaper since they choose what content and publications they read. Balkissoon insists that people who are interested in good journalism should also not hesitate to "tell the people who run it that diversity is important to them."

She also sees that importance being reflected on their financial contribution, and how it's contingent on progressing journalism. After starting the crowdfunded digital magazine *The Ethnic Aisle* with a group of friends, she was surprised over how many people responded with interest to an online publication solely focused on race and ethnicity.

"[*The Ethnic Aisle*] was envisioned as a side-conversation," said Balkissoon, "because when I had first joined Twitter I found myself getting into conversations about race in a way I had never before. And then it also became a way for younger journalists to get practice in pitching and to get practice in editing."

Beyond small publications, spaces for young and racialized journalists to flourish can be hard to find.

Second-year journalism student Andrew (whose name has been changed to protect his identity) finds himself completely alone in the concentration of his program as the only person who identifies as Black.

When he considered going into radio, he was cautioned by the program staff about how the medium was "unbearably white." His instructors had another recommendation. "They asked me, why would you want to stay here? Toronto has a bigger market—which I kind of get," he said.

"But it was as if they had wanted me to be the lone Black reporter for a while and then leave for a larger city. The question is, are they really making an effort to attract people to the East coast to work here? Or are they looking for what's good 'locally?' As in hiring what locals want, as they aren't interested in seeing people of colour in the media."

As he carries on with his studies, Andrew still plans to continue airing out concerns to his school's faculty. These are discussions that are frank, he adds, but necessary.

It's becoming more and more obvious to the public that, in attempts to address this issue, racialized folks are finding a way to speak out. For the last issue of *The Ryerson Review of Journalism*, the masthead chose diversity as its main focus. Every single article inside the print issue was dedicated to that theme. "Because it's 2016" was plastered in bold text on the front cover.

And while the year is nearing its end, the discussion is far from over.

Amanda Ghazale Aziz is a student at the University of Toronto, and is a senior editor at the Intersections: The Clapback Journal and associate editor at Acta Victoriana. In 2014-2015, she was one of the Editors-in-Chief at The Strand, and has also contributed to The Varsity, CWA's Media Works Guide as well as with other publications. Sometimes, she writes on napkins before using them. You can find her as a part of Badass Muslimah's upcoming podcast and as a member of Femifesto.ca.

This story was originally published on belaboured, and is published under a Creative Commons Attribution 4.0 International license.

www.j-source.ca/article/effects-less-diverse-media-workforce

ASA bans Heinz Beanz's Can Song advert for safety concerns

Watchdog rules can-drumming commercial encourages potentially dangerous behaviour in viewers copying it



Mark Sweney

A Heinz TV advert teaching viewers how to use cans of its baked beans to drum out a song has been banned for being dangerous for children to copy.

The commercial, which used the strapline "Learn the #CanSong, featured children, teenagers and adults using Heinz Beanz tins to drum out the rhythm of song.

Nine viewers lodged complaints with the Advertising Standards Authority that the advert encouraged "unsafe practice", with six believing that it could be dangerous for children to emulate.

Heinz, which said that it had posted video tutorials on how to safely perform the Can Song on social media sites including Facebook, said the ad did not show anyone putting their hand or fingers inside an empty can.

The company said the advertisement only showed people tapping cans on the sealed top, bottom or sides, which were all "safe" surfaces.

Consumers who had uploaded their own versions of the song on social media sites proved that copying the ad was "not prejudicial to their health or safety", the company added.

The ASA said that given the speed at which the Can Song is played in the ad it was not always clear that the cans were always tapped on "safe" surfaces.

"We considered that consumers encouraged to learn the Can Song were unlikely to be as proficient as the actors," the watchdog said. "In any case, particularly given the manoeuvres required, it might still be possible that mistakes could be made with an empty can, which might include a hand or fingers being inserted into an open tin, with the associated risk of cuts."

The ASA added that the onscreen text, which referenced Facebook, was not "sufficient to alert consumers" to make sure the tin cans were safe before attempting to learn the song.

It said the advert itself did not include any instructions to consumers to ensure a tin can was made safe before attempting to learn the song.

The ASA said that there was a "health and safety risk" in copying the Can Song, particularly if a child attempted it with an empty tin without adult supervision.

"The ad condoned and encouraged behaviour that prejudiced health or safety," the ASA ruled. "Because the ad was likely to condone or encourage behaviour that could be dangerous for children to emulate, we concluded it breached the [advertising] code. The ad must not be broadcast again in its current form."

A Heinz spokesman said: "We believe this popular ad did not pose any safety risk and many fans were inspired to create their own video versions. Of course safety is our number one priority and our online tutorials also included tapping the can end as an extra precaution. Although we acknowledge the ASA decision the TV campaign is over and we have no plans to run it again."

Fwd: Highlights Thursday November 17, 2016 / Jeudi 17 novembre 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:40 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: **Roger Belanger** <roger.belanger@cbc.ca>
Date: Thu, Nov 17, 2016 at 9:16 AM
Subject: Highlights Thursday November 17, 2016 / Jeudi 17 novembre 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>

Highlights Thursday November 17, 2016 / Jeudi 17 novembre 2016**Le Journal de Montréal, jeudi 17 novembre 2016****Le talon d'Achille de CBC/Radio-Canada**

Dans un pays comme le nôtre où existe ce qu'on appelle un système «mixte» de radiodiffusion, le diffuseur public est sans cesse la cible de tout un chacun. Non sans raison, puisque CBC/Radio-Canada commence chaque nouvelle année avec un milliard de dollars en poche (et plus), tandis que ses concurrents commencent la leur les poches vides. C'est un combat de boxe entre un poids lourd et des poids coq.

...Fait nouveau, les diffuseurs privés ne sont plus les seuls à s'en prendre à la concurrence de Radio-Canada.

...S'ils ne veulent pas que Radio-Canada en embrasse trop large sur internet, c'est qu'ils craignent comme la peste de perdre leurs annonceurs les plus payants au profit du diffuseur public.

Guy Fournier**National Post / Ottawa Citizen / Montreal Gazette, Thursday November 17, 2016****A clash of mediocrity, cluelessness****(Lots of reasons to take away CBC's subsidy, but saving private newspapers isn't one)**

As a subsidized CBC opinion-maker, you ask, what do I think of the CBC's recent foray into subsidized opinion-making? Well, naturally, I'm torn.

... the problems of the newspaper business run a lot deeper than one state-funded website, and while there are lots of reasons to take away the CBC's subsidy, saving the private newspaper industry isn't one of them.

Andrew Coyne**www.straight.com, Wednesday November 16, 2016****Why CBC's predatory behaviour riles some media executives**

The Canadian Broadcasting Corporation has a looming public-relations problem.

...The controversy has arisen over CBC's insistence on competing with other media companies for digital advertising.

And it comes after the Trudeau government announced \$675 million in new funding for CBC over the next five years.

...So far, the prime minister and the minister of Canadian heritage, Mélanie Joly, have not publicly expressed any concerns about this.

It might not be such of a concern if CBC programming was radically different from what's available from private media outlets. But in the 21st century, those lines have become increasingly blurred.

Charlie Smith**The Globe and Mail, Thursday November 17, 2016****CBC's reach**

Re Ottawa Pressed To Curb CBC's Growth (Nov. 16): The CBC is required by law to make its programming available throughout Canada by the most appropriate and efficient means. It follows that digital distribution should be fully utilized by the CBC to fulfill its role as the nation's public broadcaster.

The real issue appears to be advertising revenue.

Tony Manera, former president of the CBC**National Post, Thursday November 17, 2016 (rpt)****CBC, the uncreative predator****(Maybe CBC could use its resources to do something other than steal other people's ideas?)**

Imagine, for a second, that Via Rail started a pizza delivery service.

...Well, this parable provides a small window into why Canada's beleaguered private media is more-than-usually upset at the CBC right now.

The CBC is a broadcaster with resources the likes of which most can only dream. It has bureaus in every province and territory. It has correspondents in virtually every Canadian ethnic and linguistic community. It has \$1 billion in stable government funding and an extra \$150 million per year to come.

Tristin Hopper

www.cbc.ca, Tuesday November 15, 2016

Community prepares for sale of CBC Calgary building, and what comes next

Departure of CBC opens nearly a hectare of land for redevelopment along Memorial Drive

The Hillhurst-Sunnyside Community Association is collecting feedback from residents about the future of the CBC Calgary site after the building was put up for sale this fall, leaving almost a hectare open for redevelopment.

...No buyer, no plans

The current zoning of the site allows for office space as well as radio and television studio or single and semi-detached houses, but the association wants to be prepared if there are applications to change the zoning for higher-density development.

There is no buyer or redevelopment plans in place at this time.

Drew Anderson, CBC News

The Globe and Mail, Thursday November 17, 2016

What does it mean to give the gift of life?

Canada's organ-donation rate is among the lowest in the industrialized world. CBC's Vital Bonds opens up the discussion

Vital Bonds (Thursday, CBC, 8 p.m. on The Nature of Things) brings viewers inside Canada's busiest transplant centre, at the University of Alberta in Edmonton. In this program, there is extraordinary access to surgeries and intensive-care units, and viewers see the reality of what ensues when human organs are donated. There is a very powerful scene of a family trying to cope with the imminent loss of their 28-year old son, and making the difficult decision to donate.

John Doyle

The Toronto Star, Thursday november 17, 2016

Murdoch Mysteries to become escape room

Fans of history, mystery and fictional Toronto crime solver Detective William Murdoch will soon have a new form of escapism to enjoy.

...Secret City general manager Leonardo Dell'Anno said the concept for the escape game has the enthusiastic support of Shaftesbury CEO Christina Jennings.

...Solving all six enters the winner in a draw for VIP passes to the Feb. 23 launch at which a member of the Murdoch Mysteries cast will be present.

Bruce Demara

The Globe and Mail, Thursday November 17, 2016

Wise-cracking matriarch of Corner Gas

Janet Wright, the Gemini and Genie Award-winning actress best known to Canadians for her long-running role as Emma Leroy on the hit sitcom Corner Gas, died Monday in Vancouver. She was 71.

Over a long career in film, television and theatre, Ms. Wright appeared on almost every major Canadian television program from The Beachcombers to Street Legal to Due South – but the Saskatoon-raised actress shot to greater prominence in 2004 when she started playing the mother of Brent Butt's character on Corner Gas, a television series set in fictional town of Dog River, Sask. The show ran for five seasons and spawned a feature film in 2014.

J. Kelly Nestruck

plus.lapresse.ca, jeudi 17 novembre 2016

Appelez mon agent à ARTV et TVA

Vous vous ennuyez de la série Entourage et du superagent mal engueulé Ari Gold ? Vous retrouverez cet esprit « d'accès privilégié aux stars » dans la savoureuse comédie française Appelez mon agent, qui démarre ce soir à 20 h sur ARTV.

...Si l'envie de dévorer d'une seule bouchée Appelez mon agent vous prend, sachez que tout le matériel est offert sur l'Extra de Tou.TV.

...GROS MARDI !

Radio-Canada a connu un excellent mardi soir, plaçant deux de ses émissions au top du palmarès des cotes d'écoute, soit Unité 9 (1 714 000) et District 31(1 026 000). À 21 h, les téléromans O' (838 000) et Mémoires vives (826 000) ont pratiquement fait match nul. Le hockey du Canadien à RDS a rallié 705 000 fans.

Hugo Dumas

Le Journal de Montréal, jeudi 17 novembre 2016

Humilié par Éric Salvail

Martin Levac dénonce les médias montréalais

Humilié par Éric Salvail durant son talk-show, l'auteur-compositeur-interprète Martin Levac, qui s'est fait connaître en personnifiant Phil Collins, s'en est pris sur Facebook «au pouvoir des médias de Montréal».

Cédric Bélanger

www.cartt.ca, Wednesday November 16, 2016

Cartt.ca Interview: Ten minutes with Jean-Pierre Blais; does he want to stay? (pdf attached)

AFTER HIS SPEECH TO IIC Canada Wednesday afternoon in Ottawa, we sat down with CRTC chairman Jean-Pierre Blais for a quick chat about his talk – and a few other things.

What follows is an edited transcript, lightly edited for clarity

That was an aggressive speech, from my point of view. Was that a goodbye?

Greg O'Brien

www.cartt.ca, Wednesday November 16, 2016

IIC Canada: Blais tells industry to accept his changes, embrace its future

CRTC chair looks back, and ahead, and finds industry is lagging

"We as a nation have to stop spinning our wheels on legacy issues and embrace where we're heading," CRTC chairman Jean-Pierre Blais said Wednesday in a strongly worded speech to delegates to the International Institute of Communications Canadian chapter conference.

www.cartt.ca

The Wire Report, Wednesday November 16, 2016

CRTC chair OK with being 'disruptive showman'

With more than six months left in his term as CRTC chairman, Jean-Pierre Blais isn't ready to start using the word "legacy" in relation to his term as head of the Canadian regulator, but in a speech to a communications conference Wednesday, he gave a glimpse into a self-awareness of his own CRTC epitaph.

Charelle Evelyn, Anja Karadeglja

www.huffingtonpost.ca, Wednesday November 16, 2016

CRTC's Jean-Pierre Blais Slams Rogers, Shaw Over Shomi Shutdown

The head of Canada's broadcast regulator criticized Rogers and Shaw for shutting down Shomi — a platform he called the future of content.

CRTC chairman Jean-Pierre Blais said in prepared remarks for a speech in Ottawa today that he couldn't help but be surprised to see major players throw in the towel on the platform so soon after it launched.

The Canadian Press

The Globe and Mail, Thursday November 17, 2016

Blais raps Rogers, Shaw over Shomi

Jean-Pierre Blais is defending his four-year record as chairman of the federal telecom and broadcast regulator with a defiant speech that took on critics and industry players and emphasized Canadian consumers are central to everything he does.

...His speech featured notably harsh words for Shaw Communications Inc. and Rogers Communications Inc. regarding their September announcement that they plan to shut down their joint venture online-streaming service Shomi at the end of November.

Christine Dobby

Financial Post, Thursday November 17, 2016

CRTC chief slams Shomi shutdown

(CRTC chairman knocks Rogers, Shaw for axing video streaming service Shomi)

Jean-Pierre Blais, the head of Canada's telecom regulator, took a swipe at two telecommunications giants for killing their nascent video streaming service in an age in which the Internet has disrupted traditional platforms and the "viewer is emperor."

Emily Jackson

plus.lapresse.ca, jeudi 17 novembre 2016

Le président du CRTC souhaite plus de risques au petit écran

À une semaine du renouvellement des licences des chaînes de télé au pays, le président du CRTC Jean-Pierre Blais aimerait que les conglomérats médiatiques prennent plus de risques – autant dans le choix de séries à l'écran qui pourraient s'exporter que dans leur modèle d'affaires.

...« [La télé francophone] est extrêmement populaire, mais il y a très peu de place pour une deuxième diffusion, c'est parfois du contenu qui parle tellement au marché local. Il faut penser dès le départ [à l'exportation] », dit Jean-Pierre Blais en entrevue à La Presse, donnant l'exemple du film québécois La grande séduction, « un thème universel, international » qui s'exporte bien.

Vincent Brousseau-Pouliot

ryersonjournalism.ca, Friday November 11, 2016

Suburban and rural communities underserved by local media, new election research suggests

The amount of news available about local contests for member of Parliament during the 2015 federal election depended on where in Canada voters were living, a new study by Ryerson University's Local News Research Project suggests. The research, which compared local coverage of the race for MP in eight communities in Ontario, Manitoba and British Columbia, was presented to the House of Commons Heritage Committee on Oct. 6.

Jasmine Bala

Montreal Gazette, Thursday November 17, 2016

TV viewing (discoverability)

...shows are too serious. Sorry, but there is not much drama.

Annie Lane

The Globe and Mail, Thursday November 17, 2016

Canadian journalists push for 'shield law' to protect sources

Journalists and parliamentarians are putting pressure on the Liberal government to enhance the protection of reporters and confidential sources, calling for quick legislative changes instead of rhetorical support for the freedom of the press.

Daniel Leblanc

Le Droit, jeudi 17 novembre 2016

Protection des sources: des journalistes réclament une loi fédérale

Le premier ministre Justin Trudeau, qui s'est présenté comme un défenseur de la liberté de la presse, doit joindre la parole aux actes et légiférer afin de protéger les sources confidentielles des journalistes.

Mélanie Marquis, La Presse Canadienne

Le Devoir, jeudi 17 novembre 2016

Des journalistes demandent à Ottawa d'agir pour protéger la liberté de la presse

Le gouvernement fédéral est à son tour invité à agir pour endiguer les filatures policières visant des reporters. Quatre journalistes ont convergé vers Ottawa mercredi pour exiger de l'administration Trudeau qu'elle adopte trois mesures pour rendre plus difficile l'obtention de mandats visant un des leurs. Ils demandent aussi la tenue d'une enquête publique pour faire la lumière sur les potentiels cas passés de surveillance.

Hélène Buzzetti

Le Devoir, jeudi 17 novembre 2016

SOURCES JOURNALISTIQUES

La commission d'enquête a 15 mois pour faire le travail

Trop long, et un mandat trop restreint, dit l'opposition

La Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques imaginée par le gouvernement libéral présente de gros défauts de fabrication, signalent les partis d'opposition à l'Assemblée nationale.

Marco Bélair-Cirino

Le Droit, jeudi 17 novembre 2016

Québec crée une commission d'enquête

Le gouvernement Couillard a adopté mercredi le décret créant la commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques.

Elle sera présidée par le juge Jacques Chamberland, de la Cour d'appel, et devra formuler des recommandations au gouvernement et remettre son rapport d'ici le 1er mars 2018.

Jocelyne Richer, La Presse canadienne

www.lapresse.ca, mercredi 16 novembre 2016

Québec crée la commission d'enquête sur les sources journalistiques

La Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques devra remettre son rapport en mars 2018, quelques mois avant les prochaines élections générales au Québec.

Les audiences seront publiques, sauf pour les témoignages qui, s'ils étaient tenus publiquement, pourraient court-circuiter des enquêtes policières en cours ou des processus judiciaires.

Jean-Marc Salvé

Montreal Gazette, Thursday November 17, 2016

Judge, lawyer, ex-police chief to probe spying on journalists

A judge, a media lawyer and a former police chief have been given a mission: scrutinize police surveillance of Quebec journalists and possible political interference in investigations.

They will preside over a 14-month public inquiry into police practices over the past six years, including allegations that calls from politicians led two police forces to spy on reporters.

Andy Riga

www.bloomberg.com, Wednesday November 16, 2016

Facebook Finds More Ad-Metric Errors, Vows Clarity About Fixes

Facebook Inc. said it discovered several mistakes in its reporting of metrics to partners and advertisers and vowed to be more transparent about errors in the future as it fixes the issue.

...To avoid future errors, the company said it's establishing a measurement council made up of top advertisers and partners. Facebook will also allow more third party measurement companies such as Nielsen to track and supplement its metrics. Additionally, Facebook is revising the descriptions for its data to explain exactly what they measure, for example reporting "3-second video views" instead of just "video views."

Sarah Frier

www.nytimes.com, Wednesday November 15, 2016

Mark Zuckerberg Is in Denial

Donald J. Trump's supporters were probably heartened in September, when, according to an article shared nearly a million times on Facebook, the candidate received an endorsement from Pope Francis.

...Mark Zuckerberg, Facebook's chief, believes that it is "a pretty crazy idea" that "fake news on Facebook, which is a very small amount of content, influenced the election in any way." In holding fast to the claim that his company has little effect on how people make up their minds, Mr. Zuckerberg is doing real damage to American democracy — and to the world.

Zeynep Tufekci

Le Devoir, jeudi 17 novembre 2016

Trudeau et Trump: deux gagnants, un même combat médiatique

Une surprise politique de droite peut en cacher une autre de gauche. Le principal stratège numérique du Parti libéral du Canada explique que Donald Trump a gagné la présidence américaine en suivant l'exemple précédent de Justin Trudeau. Après tout, lui aussi a remporté une surprenante victoire électorale.

Stéphane Baillargeon

www.journalism.co.uk, Wednesday November 16, 2016

NBC News is experimenting with live virtual reality to cover news events

With live VR, the news organisation aims to give audiences the chance to interact with its anchors in a more intimate way

...While the Virtual Democracy Plaza cannot be easily repurposed for other projects, NBC News will be looking at how virtual reality and similar spaces can be used for upcoming news events.

"We learned a lot quickly about what personalities we need in this space and about the challenges around livestreaming and mirroring an environment to multiple people so that the pages were light enough to load quickly.

Mădălina Ciobanu

www.theguardian.com, Tuesday November 15, 2016

Radio National to lose eight staff as ABC cuts several programs from 2017 schedule

The ABC is imposing a new round of cuts at Radio National with eight staff and several programs to be slashed from the 2017 schedule.

Sources told Guardian Australia all but one of RN's music programs will be cancelled as the network becomes a talk-only station.

Amanda Meade

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca

 17-11-2016-am.pdf
4988K

TODAY IN THE MEDIA

AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

1

Jeudi 17 novembre 2016
Thursday November 17, 2016



Le talon d'Achille de CBC/Radio-Canada

Dans un pays comme le nôtre où existe ce qu'on appelle un système «mixte» de radiodiffusion, le diffuseur public est sans cesse la cible de tout un chacun. Non sans raison, puisque CBC/Radio-Canada commence chaque nouvelle année avec un milliard de dollars en poche (et plus), tandis que ses concurrents commencent la leur les poches vides. C'est un combat de boxe entre un poids lourd et des poids coq.

L'annonce du nouveau gouvernement Trudeau promettant 675 millions \$ de plus sur cinq ans à Radio-Canada n'a pas arrangé les choses. Surtout qu'elle est survenue au moment où la plupart des chaînes de télévision en arrachent et ne voient pas le moment où le beau temps va revenir. En fait, les diffuseurs ne se font plus aucune illusion. Ils savent que l'époque où la télé était une machine à imprimer de l'argent est bel et bien révolue.

Fait nouveau, les diffuseurs privés ne sont plus les seuls à s'en prendre à la concurrence de Radio-Canada.

DES ÉDITEURS EN COLÈRE

Cette semaine, comparissant devant le Comité permanent du Patrimoine canadien de la Chambre des Communes, des éditeurs ont comparé Radio-Canada à leurs deux plus grands ennemis, Google et Facebook. James Baxter, fondateur d'iPolitics, a même traité Radio-Canada de «prédateur à la Uber!»

Vous me direz que la télévision n'a rien à voir avec les journaux? Détrompez-vous. Phillip Crawley, l'éditeur du *Globe and Mail*, et John Honderich, l'éditeur du *Toronto Star*, s'en sont pris au diffuseur public parce qu'il ne cesse de développer avec «notre argent» son site internet au détriment des sites d'information de leurs journaux.

C'est une nouvelle initiative du site CBC News qui a mis le feu aux poudres. Le site la CBC va désormais publier des chroniques de pigistes (comme le fait avec succès notre journal) et ça, on l'avale de travers. Pour ces éditeurs, blogues et chroniques de pigistes doivent rester la chasse gardée des journaux. S'ils ne veulent pas que Radio-Canada en embrasse trop large sur internet, c'est qu'ils craignent comme la peste de perdre leurs annonceurs les plus payants au profit du diffuseur public.

UNE MAIN ATTACHÉE DANS LE DOS

C'est difficile de donner tort à ces éditeurs, pas plus qu'on ne peut blâmer les diffuseurs privés de se plaindre d'aller au combat, une main attachée dans le dos.

Même s'il reçoit plus d'un milliard \$ du trésor public chaque année, le diffuseur public n'en a pas moins droit à tous les avantages dont jouissent les diffuseurs privés. Il profite des mêmes fonds d'aide et les producteurs chez qui il s'approvisionne d'émissions et de séries ont droit aux mêmes crédits d'impôt.

En France, la grogne des diffuseurs privés s'est bien atténuée depuis qu'en temps de haute écoute, France 2 ne diffuse plus de publicité. En Angleterre, la situation est sans équivoque: la BBC n'a pas le droit de vendre de publicité ou de faire commanditer ses services, quels qu'ils soient. Elle peut le faire uniquement dans les services qu'elle offre à l'extérieur de Grande-Bretagne. Les revenus qu'elle peut en tirer sont affectés à la diminution générale de ses coûts.

La publicité, c'est le talon d'Achille de Radio-Canada. Pourquoi ne pas la remettre en question alors qu'en matière de radiodiffusion et de culture, la ministre Mélanie Joly a déclaré que «tout est sur la table»?

TÉLÉPENSÉE DU JOUR

Par temps clair, le maire Labeaume espère qu'on verra de Montréal le futur gratte-ciel de Québec!

COMMENT

A clash of mediocrity, cluelessness



ANDREW COYNE

As a subsidized CBC opinion-maker, you ask, what do I think of the CBC's recent foray into subsidized opinion-making? Well, naturally, I'm torn.

On the one hand, the case for forcing the taxpayer to foot the bill for my double lattes seems to me airtight. On the other hand, in my day job as a paid propagandist for the corporate media I am bound to object to the state broadcaster using the taxes we pay to steal the audiences and the advertising dollars that are rightfully ours. You see my dilemma. The CBC is taking the food off my table that the CBC put on it.

But why take it from deeply compromised me?

My corporate masters have grown increasingly vocal in their own right over the subsidized threat the CBC poses to our beloved industry. The latest skirmish is over the CBC's recent expansion into the opinion business. Hang on, I hear you saying: hasn't the CBC always been in the opinion business? Have you listened to *The Current*? Yes, only now it's labelled as such.

More important, the opinions it is now publishing online are delivered, not in the oral tradition of, say, *At Issue*, but in textual form — just like, well, like this. You will instantly grasp how this changes everything. It's one thing for the CBC to be competing with the private broadcasters, as it has since time began, i.e. 1960. But now, heaven preserve us, it's competing with the newspapers.

So the demands have grown for the government to rein in the CBC: cut its funds, forbid it from selling ads online, stop it from publishing opinion pieces, something. This week witnessed



AFP / GETTY IMAGES FILES

CBC headquarters in downtown Toronto.

the spectacle of representatives of the Globe and Mail and Rebel Media — special pleading makes strange bedfellows — appearing together before a Commons committee to press their case. But the argument has also been made, with increasing vehemence, by my fellow pundits. It's one thing, they say, for the CBC to make bad documentaries and worse sitcoms, but what's it doing monkeying around in our business?

All I can say to these late-

comers is: where have you been? Some of us have been making the case for defunding the Corpse for, um, decades, at a time when most of my media colleagues were instructing the public in the worship of the CBC as The Only Thing that Keeps Us Together. But then, as they say, when the watering hole starts to run dry, the animals tend to look at each other differently.

Only it's just a wee bit self-serving, isn't it? I don't doubt the CBC's presence in the marketplace, propped up by \$1 billion-plus in public funds, eats into our digital ad sales. But the problems of the newspaper business run a lot deeper than one state-funded website, and while there are lots of reasons to take away the CBC's subsidy, saving the private newspaper industry isn't one of them.

The main reason to cut off the CBC's parliamentary grant is that the circumstances that once justified it have vanished. In the early days of television (and radio) it was technically impossible to charge viewers directly for the programs they watched, or to exclude those who did not. That left two possible sources of funds: either ad-

vertising, or the state. Neither has proved satisfactory — advertising, because of its bias to the mass audience over more specialized tastes; public funding, because it made it possible to neglect the audience altogether. But for a time there was a bona fide market-failure case for public broadcasting, as a way to mimic the range of offerings in a well-functioning market.

With the advent of pay television, that argument began to dissolve. With the proliferation of first hundreds and now, thanks to the Internet, tens of thousands of video (and audio) sources, it has disappeared entirely. There are any number of higher uses for a billion-plus in scarce public funds than to underwrite a television network. At the same time, for a public broadcaster — er, platform-agnostic content provider — to be financing itself from advertising defeats whatever lingering purpose it might have. In its own interests, as much as those of the taxpayers, the CBC needs to move the bulk of its offerings (there can be exceptions) to a subscription model.

That won't be easy, as it has not been for our indus-

try. But our own failure to cultivate a paying audience is exactly that: our own. It is indeed a testament to the industry's manifold shortcomings that it keeps looking around for others to blame. It's the CBC now, it was Google a while ago and it will be someone else before long. But it wasn't Google that forced us to make unreadable websites and unusable apps, and it wasn't the CBC that induced us to give away our content for free, any more than either is to blame because so much of what we produce isn't worth paying for. We made this mess — we didn't need any help from others.

I have to imagine the people running our industry know this. Indeed, I suspect the current campaign to "level the playing field" is driven less by any hope the current government will trim the CBC's wings than it is preparing the way to argue for putting newspapers on the public dole as well. We might then combine the private media's historic commitment to mediocrity with the CBC's entitled cluelessness. Naturally I am one hundred per cent in favour.

National Post

Industry vocal
about subsidized
menace of CBC



ANDREW COYNE
Comment

As a subsidized CBC opinion-maker, you ask, what do I think of the CBC's recent foray into subsidized opinion-making? Well, naturally, I'm torn.

On the one hand, the case for forcing the taxpayer to foot the bill for my double lattes seems to me airtight. On the other hand, in my day job as a paid propagandist for the corporate media I am bound to object to the state broadcaster using the taxes we pay to steal the audiences and the advertising dollars that are rightfully ours. You see my dilemma. The CBC is taking the food off my table that the CBC put on it.

But why take it from deeply compromised me? My corporate masters have grown increasingly vocal in their own right over the subsidized threat the CBC poses to our beloved industry. The latest skirmish is over the CBC's recent expansion into the opinion business. Hang on, I hear you saying: hasn't the CBC always been in the opinion business? Have you listened to *The Current*? Yes, only now it's labelled as such.

More important, the opinions it is now publishing online are delivered, not in the oral tradition of, say, *At Issue*, but in textual form — just like, well, like this. You will instantly grasp how this changes everything. It's one thing for the CBC to be competing with the private broadcasters, as it has since time began, i.e. 1960. But now, heaven preserve us, it's competing with the newspapers.

So the demands have grown for the government to rein in the CBC: cut its funds, forbid it from selling ads online, stop it from publishing opinion pieces, something. This week witnessed the spectacle of representatives of the *Globe and Mail* and *Rebel Media* — special pleading makes strange bedfellows — appearing together before a Commons committee to press their case. But the argument has also been

A clash of mediocrity, cluelessness

made, with increasing vehemence, by my fellow pundits. It's one thing, they say, for the CBC to make bad documentaries and worse sitcoms, but what's it doing monkeying around in our business?

All I can say to these latecomers is: where have you been? Some of us have been making the case for defunding the Corpse for, um, decades, at a time when most of my media colleagues were instructing the public in the worship of the CBC as *The Only Thing that Keeps Us Together*. But then, as they say, when the watering hole starts to run dry, the animals tend to look at each other differently.

Only it's just a wee bit self-serving, isn't it? I don't doubt the CBC's presence in the marketplace, propped up by \$1 billion-plus in public funds, eats into our digital ad sales. But the problems of the newspaper business run a lot deeper than one state-funded website, and while there are lots of reasons to take away the CBC's subsidy, saving the private newspaper industry isn't one of them.

The main reason to cut off the CBC's parliamentary grant is that the circumstances that once justified it have vanished. In the early days of television (and radio) it was technically impossible to charge viewers directly for the programs they watched, or to exclude those who did not. That left two possible sources of funds: either advertising, or the state. Neither has proved satisfactory — advertising, because of its bias to the mass audience over more specialized tastes; public funding, because it made it possible to neglect the audience altogether. But for a time there was a bona fide market-failure case for public broadcasting, as a way to mimic the range of offerings in a well-functioning market.

With the advent of pay television, that argument began to dissolve. With the proliferation of first hundreds and now, thanks to the Internet, tens of thousands of video (and audio) sources, it has disappeared entirely. There are any number of higher uses for a billion-plus in scarce public funds than to underwrite a television network. At the same time, for a public broadcaster — er, platform-agnostic content provider — to be financing itself from advertising defeats whatever lingering purpose it might have. In its own interests, as much as those of the taxpayers, the CBC needs to move the bulk of its offerings (there can be exceptions) to a subscription model.

That won't be easy, as it has not been for our industry. But our own failure to cultivate a paying audience is exactly that: our own. It is indeed a testament to the industry's manifold shortcomings that it keeps looking around for others to blame. It's the CBC now, it was Google a while ago and it will be someone else before long. But it wasn't Google that forced us to make unreadable websites and unusable apps, and it wasn't the CBC that induced us to give away our content for free, any more than either is to blame because so much of what we produce isn't worth paying for. We made this mess — we didn't need any help from others.

I have to imagine the people running our industry know this. Indeed, I suspect the current campaign to "level the playing field" is driven less by any hope the current government will trim the CBC's wings than it is preparing the way to argue for putting newspapers on the public dole as well. We might then combine the private media's historic commitment to mediocrity with the CBC's entitled cluelessness. Naturally I am one hundred per cent in favour.

National Post

Why CBC's predatory behaviour riles some media executives

Charlie Smith



The heavily subsidized public broadcaster is aiming for more digital revenues after the Trudeau government promised \$675 million in new funding over five years. STEPHEN HUI

The Canadian Broadcasting Corporation has a looming public-relations problem.

That's because in the eyes of other media, the public broadcaster is seen as an uber predator in an age of diminishing ad revenues.

In fact, *iPolitics* publisher James Baxter even used this term, "uber predator", in a recent presentation to the Commons Heritage committee.

The controversy has arisen over CBC's insistence on competing with other media companies for digital advertising. And it comes after the Trudeau government announced \$675 million in new funding for CBC over the next five years.

Torstar chairman John Honderich pointed out that in the United Kingdom, the publicly owned British Broadcasting Corporation is "not allowed to take advertising". It generates money through licensing fees.

Yet in Canada, the CBC is an aggressive digital-advertising competitor to Torstar and other newspaper companies. And the Crown-owned broadcaster plans to launch an online opinion section, which is designed to harvest more page views.

So far, the prime minister and the minister of Canadian heritage, Mélanie Joly, have not publicly expressed any concerns about this.

It might not be such of a concern if CBC programming was radically different from what's available from private media outlets. But in the 21st century, those lines have become increasingly blurred.



Heritage Minister Mélanie Joly has supported CBC management's desire to generate digital advertising revenue.

It started in earnest in the 1990s when local CBC Radio programs decided to broadcast snappier, shorter interviews while ramping up traffic, weather, and stock-market coverage to appeal to wider audiences. The local TV newscasts, some of which had terrible ratings, focused more on crime to draw in the masses.

Local TV newscasts were increasingly targeted at suburban viewers, who watch more television than people who live in the downtown cores. And radio became the junior partner to TV, losing some of its distinct edge as cultural coverage was diminished to appeal to suburban concerns.

From 2004 to 2010 when Richard Stursberg headed English-language programming at CBC, walls were broken down between radio, television, and digital divisions. It resulted in harmonized radio and TV newscasts, with one often serving as a promotional tool for the other. TV shows that would normally appear on private channels, like *Battle of the Blades* and *Republic of Doyle*, became primetime fare on the public broadcaster.

Over the past two decades, CBC has also hired high-profile hosts from the entertainment world, such as Jian Ghomeshi, George Stroumboulopoulos, and Sook-Yin Lee, further blurring the lines between public and private broadcasting. And a popular radio program that was truly in the public-broadcasting realm, the foreign-affairs show *Dispatches*, was killed in 2012.

Dispatches featured documentaries and analysis of what was happening far beyond Canada's borders, presenting compelling tales from Africa, China, the Middle East, and South Asia. It was an ideal antidote to the Trumpism and Farageism that's contaminating modern political discourse.

Now that the federal Liberals are pumping up the CBC treasury with hundreds of millions of dollars from the taxpayers, there's no good reason why a show like *Dispatches* can't be revived to provide a public service. It was distinct, educational, and fell well within the CBC's traditional mandate.



George Stroumboulopoulos was one of several entertainment-oriented hosts who rose to prominence during the Stursberg era at CBC. JMACPHERSON

Consider this: local CBC Radio One morning and afternoon programs in Vancouver each have critics who review Hollywood movies every week. But there's no critic invited on these local programs on a regular basis to discuss local artists in dance, theatre, or classical music.

Similarly, the so-called national radio arts and culture program, *q*, seems far more interested in talking to international celebrities and reviewing the recent U.S. presidential election than what's happening in performing-arts venues in Vancouver or Calgary.

CBC still has some exceptional and distinct programming, such as *The Sunday Edition*, which is hosted by Michael Enright. *The Current*, hosted by Anna Maria Tremonti, is another example. But with hundreds of millions of new dollars coming into its treasury, the network as a whole should be aiming higher than aping the private media in pursuit of more and more money. For goodness sakes, the Harper era is over.

iPolitics publisher James Baxter made a good point: CBC has become an uber predator. And it's starting to look like corporate platform owners, like Amazon, Facebook, and Apple, that have demolished competitors in their industries. It's time for MPs and other Canadians to wake up to this fact and start asking questions about what that means for everyone else.

www.straight.com/news/828321/why-cbcs-predatory-behaviour-riles-some-media-executives

CBC's reach

Re Ottawa Pressed To Curb CBC's Growth (Nov. 16): The CBC is required by law to make its programming available throughout Canada by the most appropriate and efficient means. It follows that digital distribution should be fully utilized by the CBC to fulfill its role as the nation's public broadcaster.

The real issue appears to be advertising revenue. As I have noted on many occasions, the CBC should be funded in such a way that it does not have to rely excessively on commercial advertising for its core mandate. It would be more helpful to their cause if the commercial media would work with the CBC and the government to find practical methods for reducing such reliance. Successive governments have paid lip service to this notion, but no concrete action has been taken.

— *Tony Manera, former president of the CBC, Ottawa*

CBC, the uncreative predator

TRISTIN HOPPER

Imagine, for a second, that Via Rail started a pizza delivery service.

Canada already has plenty of pizza delivery businesses, of course. But those pizza-makers don't have what Via Rail does: a massive, recession-proof chest of public money. And Via Rail is technically in the transportation business, so why not gussy up the normally dour year-end report with an easy win? Canadians love pizza.

So, bolstered by a vast war chest of public cash, Via Rail proceeds to steamroll the Canadian pizza business. Panago and Pizza Pizza franchisees look on helplessly as a taxpayer-subsidized monolith snaps up their best drivers, bids up their suppliers and uses its immense advertising budget to dwarf them in public exposure.

Sounds pretty frustrating, right?

This parable provides a small window into why Canada's beleaguered private media are more-than-usually upset at the CBC right now. The CBC is a broadcaster with resources the likes of which most others can only dream. It has bureaus in every province and territory. It has correspondents in almost every Canadian ethnic and linguistic community. It has \$1 billion in stable government funding and an extra \$150 million a year to come.

In the right hands, this kind of wealth could be wielded in awesome, history-changing ways. Look at National Public Radio. Even with a budget only five per cent supported by government, it has rolled out revolutionary projects like Planet Money. NPR member station WBEZ provided seed funding for Serial. Both projects have permanently changed the

face of the podcast medium.

Or look at NPR One, a listening app that uses state-of-the-art metrics and A/B testing to automatically generate a personalized radio stream for each user.

Across the Atlantic, the Norwegian Broadcasting Corp. has pioneered "slow television," broadcasting hours-long, commercial-free specials featuring nothing more than a camera mounted on a ferry, train or bird feeder. It was a huge risk, but it paid off: the NBC's slow TV specials have seen up to 20 per cent of the Norwegian population tuning in.

It's this kind of stuff that CBC could be doing. Instead, it has a bad habit of simply cribbing from the private sec-

website. Somehow, a room full of CBC executives concluded that Canada is in need of more people spouting their opinions on the web.

I need not remind you all this comes during a time of unprecedented constriction and competition in the on-line news business. Having a Crown Corporation busily developing new ways to crib revenue streams isn't helping.

The point of giving taxpayers' money to a broadcaster is so it can provide a service that would not exist without government support. This was the reason the proto-CBC Canadian Royal Broadcasting Commission was founded. Private capital was not up to the task of sending radio

This isn't just uncreative, it's predatory — and has the predictable effect of kneecapping CBC's non-subsidized competitors.

Take the Olympic Games. For every Olympics between 2014 and 2024, CBC has successfully outbid its private-sector competitors for the Canadian broadcast rights. The price is not disclosed, but it can hover close to \$100 million a games.

Why would CBC feel the need to do this? Canadians get Olympic coverage in either case; we don't need a public broadcaster to help us watch speedskating. We don't even need them to watch Hockey Night in Canada. And yet, apparently devoid of other ideas for attracting viewers, when Olympic bidding time comes around, CBC turns to its strategy of muscling out the competitors that — conveniently — help to fund its budget every April 30.

It's like the Royal Canadian Navy trying to stay relevant by opening a container shipping division. Or the National Arts Centre outbidding private promoters for the next Justin Bieber tour. Or the Royal Canadian Mint bidding up the licensing rights to manufacture Star Wars action figures.

I get it, CBC: nobody watches you anymore, and you're trying to get people to come back. But here's an idea. Take a good long look at your towering pile of resources and potential, and think to yourselves, "Maybe we could start using all this for something that doesn't otherwise exist."

I may not know much about the Canadian character, but I think a camera bolted to the front of a Marine Atlantic ferry for nine hours would utterly slay Murdoch Mysteries in the ratings.

National Post
thopper@nationalpost.com
Twitter.com/tristinhopper

CBC'S STRATEGY IS A TWO-PART EQUATION: A, SEE WHAT EVERYBODY ELSE IS DOING; B, DO THE SAME THING, BUT 'FOR FREE.'

tor.

First there was CBC Comedy. In an Internet overflowing with comedic videos and satirical newssites, CBC decided that Canada needed one that was state-sponsored. The site's absence from your Facebook feed should be a clue to how well it's going.

Then there was the CBC News smartphone app, which primarily offers text content, much of it reprinted from Reuters, The Canadian Press and other wire services. In the words of iPolitics executive editor Stephen Maher, the app (and CBC's various websites) makes the CBC the "biggest newspaper in Canada."

Now there's CBC Opinion, a new section of the CBC

into all corners of the world's second-largest land mass, so a government agency was set up to do it instead.

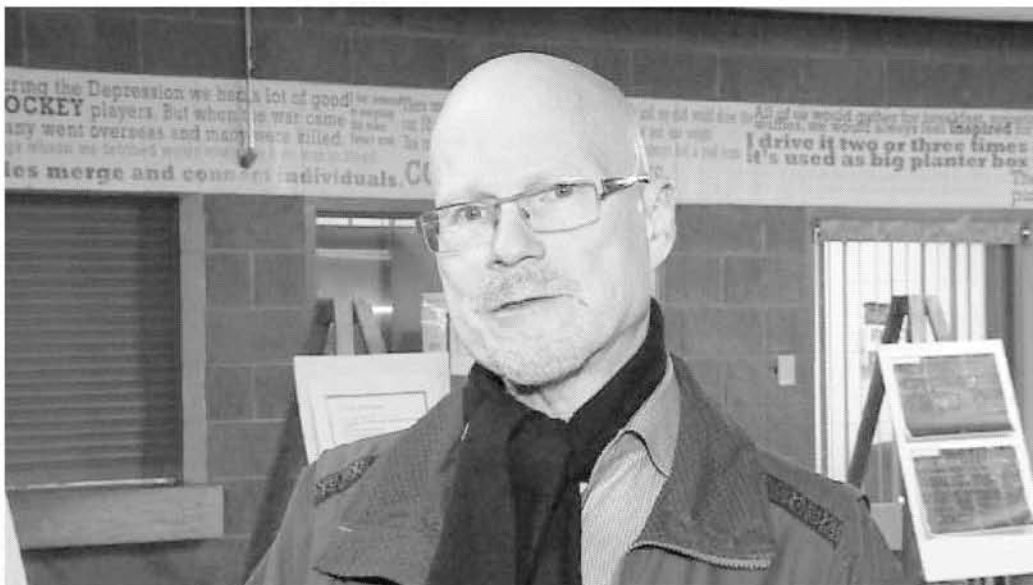
CBC is supposed to fill the gaps regular broadcasters can't: getting news to remote areas, backing years-long investigative projects, taking risks that aren't possible for a programming director who has to answer to investors each quarter. Instead, it acts as if it's just another fish in the Canadian media pool — albeit one that doesn't need to worry about ratings, debt or subscriber numbers.

In fact, the CBC strategy can be easily broken down into a two-part equation: a, see what everybody else is doing; and b, do the same thing, but "free."

Community prepares for sale of CBC Calgary building, and what comes next

Departure of CBC opens nearly a hectare of land for redevelopment along Memorial Drive

Drew Anderson, CBC News



Hans Verwijs said he'd like to see a building no taller than six storeys on the old CBC Calgary site if it's redeveloped. (Justin Pennell/CBC)

The Hillhurst-Sunnyside Community Association is collecting feedback from residents about the future of the CBC Calgary site after the building was put up for sale this fall, leaving almost a hectare open for redevelopment.

It hosted an open house on Tuesday night.

"We wanted to start the process early in getting feedback from the community and get engagement as early as possible in the process with the city," said the association's executive director Quentin Sinclair.

He said the association isn't taking a stance on what it wants to see on the site at this point as it gathers resident feedback, but he did say they'll work to ensure it fits within the established area redevelopment plan.

Concerns over density

Residents on hand on Tuesday expressed concern over potential high-density development, pointing to the nearby Kensington Legion building that will be eight storeys.

Traffic, blocking of the sun and noise were all cited as major concerns if that were to take place.

Hans Verwijs lives just east of the building on Westmount Blvd. and said he hopes to see a mixed-use development that's no more than six storeys.

"You know, I've studied architecture and one of the principles that seem to work in Europe very well is that these shorter buildings of up to six floors, they work well in terms of integrating people into the neighbourhood," he said.

"It's an effect you do not see in tall highrises. So the current building that you see going in the Legion, to my view, is too tall and out of character."

No buyer, no plans

The current zoning of the site allows for office space as well as radio and television studio or single and semi-detached houses, but the association wants to be prepared if there are applications to change the zoning for higher-density development.

There is no buyer or redevelopment plans in place at this time.

Roger Macleod, who lives on nearby Broadview Road, doesn't really want to see anything change.

"I'd like to see you guys stay there for another 20 years. Move back in. Just the way it is right now," he told a CBC reporter.

The community association plans to post the information it gathers to its online portals and will share the information it gathers with stakeholders in the process.

www.cbc.ca/news/canada/calgary/cbc-calgary-building-sale-community-concerns-1.3852835

What does it mean to give the gift of life?

Canada's organ-donation rate is among the lowest in the industrialized world. CBC's *Vital Bonds* opens up the discussion



JOHN DOYLE
TELEVISION
jdoyle@globeandmail.com

In Denys Arcand's wonderful movie *Jesus of Montreal*, an actor, Daniel (Lothaire Bluteau), increasingly comes to resemble Jesus during a production of the Passion Play. Much of Arcand's witty and sensitive film is a commentary about the gulf between the true message of Jesus and how it is interpreted by the church today.

In the end, Daniel is injured and taken to a hospital. There are attempts to revive him, but Daniel is pronounced brain-dead. A doctor asks for consent of his friends to take Daniel's organs for donation. And Daniel's organs are duly donated to other patients. In allegorical terms, the act of donation is roughly equated with the Resurrection of Jesus. In broader terms, the final act is about the beauty of giving life to others.

Here's the thing: Canada's organ-donation rate is among the lowest in the industrialized world.

Vital Bonds (Thursday, CBC, 8 p.m. on *The Nature of Things*) brings viewers inside Canada's busiest transplant centre, at the University of Alberta in Edmonton. In this program, there is extraordinary access to surgeries and intensive-care units, and viewers see the reality of what ensues when human organs are donated. There is a very powerful scene of a family trying to cope



Vital Bonds brings viewers inside Canada's busiest transplant centre, putting a human face on the country's organ-donation crisis.

with the imminent loss of their 28-year old son, and making the difficult decision to donate.

Although the program is about medicine and science, it has some very tender stories of children being given life after an organ transplant. In the main, it is a plea for the importance of organ donation. It puts a human face on the country's organ-donation crisis and tries to answer the question, "What does it really mean to give the gift of life?"

The program, directed by Niobe Thompson, is unflinching in its coverage of medical procedures. We see a new heart go into a baby and the doctor comments, "it's a good heart. It's just that it came from a long way away. It was in that bucket for about five and a half hours." We see a family pray-

ing tearfully by the bedside of Matthew, that 28-year-old man, who has serious brain damage.

A doctor tests repeatedly for signs of life in the young man's brain. The circumstance is terribly fraught. Then the doctor has to raise the issue of organ and tissue donation. A surgeon explains to us, the viewers, that many people die while on the list for a transplant. In fact, more than 4,500 Canadians are waiting for kidneys. Every day, four of them die.

There is a side trip in the program into the revolutionary area of organs being developed from stem cells. While an artificial organ can't be built, technology is allowing rapid advances in other areas. That area of research hasn't reached the clinical-trials stage and the advance, when it comes,

will be too late for many patients.

Meanwhile, the organ and tissue donation process is explained to Matthew's family. His mother takes it very hard, and she balks at the tissue donation. Then a surgical team must ready the young man's body to harvest his organs immediately. As his body is moved into surgery, his distraught mother says, "Go, Matthew. Go save some lives."

And here are some staggering statistics: 90 per cent of Canadians support organ donation in Canada, but only 25 per cent have registered to donate.

Arcand's powerful movie had deep and abiding resonance for anyone who has seen it, for good reason.

Clearly, as *Vital Bonds* illustrates, how the movie ends needs to be

recalled with some force.

Also airing tonight - *The Great Indoors* (CBS, Global, 8:30 p.m.) is one of the first hits of this new TV season ... to my surprise, actually. In the sitcom, Joel McHale plays Jack, a rugged fortysomething type with a big reputation for writing about his exotic travels for a magazine called *Outdoor Limits*. Somehow, the digital revolution passed him by and now he's brought in to work on the web-only version of the magazine. The staff are mostly tech-genius twentysomethings. Jack laughs at their selfie and texting preoccupations. They mock his old-school, clueless attitude. That's it. If you want to figure out why it's a hit, go ahead and check it out. I really must do that, too.

Murdoch Mysteries to become escape room

Online contest will give fans the chance to attend launch at George Brown House

BRUCE DEMARA
ENTERTAINMENT REPORTER

Fans of history, mystery and fictional Toronto crime-solver Det. William Murdoch will soon have a new form of escapism to enjoy.

Shaftesbury, which produces the popular series *Murdoch Mysteries*, and Secret City Adventures, which produces the escape rooms at Casa Loma, are joining forces for "The Secret of Station House No. 4," set to launch Feb. 23 at historic George Brown House.

Secret City general manager Leonardo Dell'Anno said the concept for the game has the enthusiastic support of Shaftesbury CEO Christina Jennings.

"She (Jennings) is very excited about the escape games we have at Casa Loma," Dell'Anno said. The escape game series there remains popular.

"We talked about the fact that Murdoch has been on the air for now 10 seasons.

"It's a very popular Canadian show that has a very (large) audience across the world, not just in Canada. We thought, 'What better way to keep Murdoch alive than as an immersive experience?'" he added.



CHRISTOS KALOHORIDIS/CBC

Const. Crabtree (Jonny Harris, left) and Det. Murdoch, (Yannick Bisson) will be part of the escape game.

Secret City game designers have met extensively with the production team and toured the set of the TV series "so we can make sure that the Murdochian world is properly produced and brought to life," Dell'Anno said.

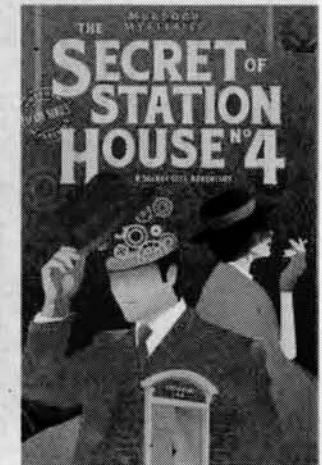
Murdoch characters will be part of

the game through audio content, photos and articles in the "escape room" where the game is played, which will match the historical period, the dawn of the 20th century.

The company will also launch an online contest over the next six months featuring six puzzles. Solv-

ing a puzzle will give the winner a chance to win free tickets to the game. Solving all six enters the winner in a draw for VIP passes to the Feb. 23 launch, at which a member of the *Murdoch Mysteries* cast will be present.

If the game is popular, Dell'Anno



"The Secret of Station House No. 4" is set to launch in February.

said it's likely the company will launch a series of escape games based on the series.

"We've definitely got a relationship with George Brown House. It's difficult when you have a heritage space... it's been a little bumpy, but they're so excited and we have everything lined up and secured."

Tickets go on sale Monday at 10 a.m. at secretcityadventures.com/murdoch. *Murdoch Mysteries* airs Mondays at 8 p.m. on CBC.

OBITUARIES

JANET WRIGHT ACTOR, 71

Wise-cracking matriarch of Corner Gas

Though best known for her turn on the TV series, she was also a veteran of Stratford who had won both Genie and Gemini awards

J. KELLY NESTRUCK

Janet Wright, the Gemini and Genie Award-winning actress best known to Canadians for her long-running role as Emma Leroy on the hit sitcom *Corner Gas*, died Monday in Vancouver. She was 71.

Over a long career in film, television and theatre, Ms. Wright appeared on almost every major Canadian television program from *The Beachcombers* to *Street Legal* to *Due South* – but the Saskatoon-raised actress shot to greater prominence in 2004, when she started playing the mother of Brent Butt's character on *Corner Gas*, a television series set in the fictional town of Dog River, Sask. The show ran for five seasons and spawned a feature film in 2014. "Janet was like no other person I've ever met," Mr. Butt said in a statement. "She had a giant wit, a giant heart, and was one of the strongest human beings to ever stride around this planet."

The wise-cracking, crocheting Emma Leroy wasn't the only small-town Canadian character Mr. Wright received notice for playing. In 1992, Ms. Wright won a Genie Award for best actress for her leading role in *Border-town Café* – Norma Bailey's film based on Kelly Rebar's play of the same name about a rural Alberta café on the border with the United States. And, in 2003, she won a Gemini for her supporting performance in the TV movie *Betrayed* – playing a small-town Prairie doctor trying to find the source of an E. coli outbreak.

Born in Farnborough, England, on March 8, 1945, Janet Wright immigrated to Canada with her family when she was just a year old, eventually settling in Saskatoon. She was the eldest of four siblings who all became actors.

Starting in the mid-1960s, Ms. Wright began working with Vancouver's Arts Club Theatre Company, where she ultimately appeared in or directed more than 40 productions over the years. In recent seasons, Ms. Wright staged a string of major contemporary American plays for the company, such as Katori Hall's *The Mountaintop* and Ayad Akhtar's *Disgraced*.



Award-winning actor Janet Wright is best known for her role as Emma Leroy, Brent Butt's long-suffering mother on *Corner Gas*. She was also a co-founder of Saskatoon's Persephone Theatre. THE CANADIAN PRESS

“Janet was an artist on an uncompromising search for the truth in all its unvarnished beauty.”

Antoni Cimolino
Artistic Director, Stratford Festival

She also had an important impact on theatre in her hometown, co-founding Saskatoon's Persephone Theatre in 1974 with her then-husband Brian Richmond and sister Susan. The theatre company is now the largest in Saskatchewan.

In addition to her career in film and television, Ms. Wright was in demand as an actor and director at theatres across the country – and appeared on stages from Neptune Theatre in

Halifax to Theatre Calgary. In the summer of 1991, she made her debut at the Stratford Festival – acting alongside her sisters Anne and Susan in director Marti Maraden's hit production of Michel Tremblay's *Les Belles Soeurs*. The *Globe and Mail's* Ray Conlogue praised its fine ensemble work and declared it: "A superlative show."

Just months later, Ms. Wright's sister Susan and was killed in a house fire in Stratford, along

with her parents, John and Ruth Wright, who were visiting from Saskatoon for the holidays.

Ms. Wright returned to the Stratford Festival for six more seasons, the last one in 2011, playing Ma Joad in *The Grapes of Wrath* and *Mistress Quickly* in *The Merry Wives of Windsor*.

"Janet was an artist on an uncompromising search for the truth in all its unvarnished beauty," said Stratford Festival artistic director Antoni Cimolino, who directed Ms. Wright in *The Grapes of Wrath*.

"She was a profoundly talented actress, director and champion for the importance of the arts. I will never forget her passion and forever be inspired by her commitment to our work."

In 1995, Ms. Wright gave a performance, now legendary, as King Lear in Richard Rose's gender-bending production of Shakespeare's tragedy at Canadian Stage, in Toronto – becoming the first woman in Canada to take on the iconic role in a professional production.

"Wright captures brilliantly Lear's descent from unreasonable irascibility into outright madness, from poor judgment and abuse of power to poverty and powerlessness," wrote critic H.J. Kirchoff, reviewing her performance in *The Globe and Mail*.

"She looks the part, from regal to angry to confused, and gives exceptionally clear and emotive readings to the powerful text."

She was predeceased by her daughter Rachel Davis, who was fatally shot in Vancouver in 2004, after helping a stranger who was being beaten outside a bar.

Ms. Wright leaves her husband, Bruce Davis; daughter, Cylene Richmond; son, Jacob Richmond; granddaughter, Renee Burford; grandson, Spencer Burford; sister, Anne Wright; and brother, John Wright.

With files from Canadian Press and *Globe and Mail* staff

To submit an I Remember: obit@globeandmail.com

Send us a memory of someone we have recently profiled on the Obituaries page. Please include I Remember in the subject field.

CHRONIQUE



**Appellez mon agent
à ARTV et TVA**

Vous vous ennuyez de la série *Entourage* et du superagent mal engueulé Ari Gold ? Vous retrouverez cet esprit « d'accès privilégié aux stars » dans la savoureuse comédie française *Appellez mon agent*, qui démarre ce soir à 20 h sur ARTV.

HUGO DUMAS
LA PRESSE

Appellez mon agent brouille les frontières entre la réalité et la fiction grâce à une sympathique astuce : dans chacun des six épisodes d'une heure, une vraie vedette y joue son rôle, avec une bonne rasade d'autodérision.

Vous vous ennuyez de la série *Entourage* et du superagent mal engueulé Ari Gold ? Vous retrouverez cet esprit « d'accès privilégié aux stars » dans la savoureuse comédie française *Appellez mon agent*, qui démarre ce soir à 20 h sur ARTV.

C'est franchement divertissant, pour autant qu'on s'intéresse un brin à ce qui grouille dans les coulisses du showbiz hexagonal. En France, cette télésérie, dont le titre original est *Dix pour cent*, a généré un immense buzz, notamment parce qu'elle a été imaginée par le célèbre agent Dominique Besnehard, qui a déjà représenté Isabelle Adjani, Sophie Marceau et Emmanuelle Béart, et qui a puisé dans son propre sac à anecdotes pour bâtir les intrigues.

Dix pour cent réfère à la commission que s'octroient automatiquement les agents d'acteurs connus du cinéma et de la télévision. La série nous dépose entre les quatre murs d'une prestigieuse agence artistique parisienne, qui représente les plus grosses pointures du pays, il va sans dire.

On y suit quatre agents, Andréa, Mathias, Arlette et Gabriel, qui forment une famille hautement dysfonctionnelle. Tous les jours, ils gèrent de gros ego ou des crises sur des plateaux, ils se volent des clients, s'espionnent, mais se serrent tout de même les coudes après l'évènement tragique qui clôt le premier épisode.

Appellez mon agent brouille aussi les frontières entre la réalité et la fiction grâce à une sympathique astuce : dans chacun des six épisodes d'une heure, une vraie vedette y joue son rôle, avec une bonne rasade d'autodérision.

Cécile de France, vue dans *L'auberge espagnole*, est la première à se prêter à l'exercice. Dans l'histoire, elle essaie désespérément de décrocher un premier rôle dans le prochain film de Quentin Tarantino. Le hic ? La productrice la trouve trop vieille – elle n'a pas encore 40 ans – et lui suggère une panoplie d'injections pour la rajeunir. Comme le remarquera le patron de l'agence : « 40 ans, pour une actrice, c'est comme 60 ans pour les autres femmes ou 80 ans pour un homme ».

Julie Gayet et Joey Starr apparaîtront dans les épisodes à venir, dont deux ont été réalisés par le cinéaste Cédric Klapisch. Si l'envie de dévorer d'une seule bouchée *Appellez mon agent* vous prend, sachez que tout le matériel est offert sur l'Extra de Tou.TV.

Cette série aurait pu être hermétique, avec ses gags d'initiés et son regard corrosif sur un monde privilégié, inaccessible pour le commun des mortels. Mais non. C'est humain, rigolo, intelligent, avec un aspect caustique non négligeable.

Pas étonnant qu'une adaptation québécoise, destinée à TVA, se concocte depuis presque un an. C'est le réalisateur Alexis Durand-Brault (*Au secours de Béatrice*) et sa conjointe, l'actrice et productrice Sophie Lorain, qui pilotent ce dossier, avec Catherine Léger (*La petite reine*) comme auteure principale.

« TVA est très intéressé. Ils nous poussent à être plus *crunchy* que la version française », explique Alexis Durand-Brault, que j'ai joint hier.

Évidemment, le star-système français diffère de celui du Québec, moins flamboyant et hiérarchisé. L'adaptation québécoise de *Dix pour cent* en tiendra compte. Et le titre original restera, car il évoque tout le côté business du métier de comédien que ne transmet pas *Appelez mon agent*.

« Les quatre agents, je les trouve très intéressants. Plus, même, que les caméos de vedettes. En fait, *Dix pour cent*, c'est un peu comme *La galère* dans une agence artistique », détaille Alexis Durand-Brault.

La deuxième saison de *Dix pour cent* passera sur France 2 au printemps, avec la participation confirmée de Fabrice Luchini, Juliette Binoche, Isabelle Adjani, Julien Doré et Christophe Lambert.

Au Québec, Alexis Durand-Brault croit qu'il recrutera facilement de gros noms du showbiz pour meubler chacune des heures de *Dix pour cent*. Pour l'épisode d'actrices mère-fille (le troisième, qui met en scène Nathalie Baye et Laura Smet), il voit très bien Sophie Lorain et Denise Filiatrault. Excellent choix. Et ça serait étonnant qu'elles refusent.

GROS MARDI !

Radio-Canada a connu un excellent mardi soir, plaçant deux de ses émissions au *top* du palmarès des cotes d'écoute, soit *Unité 9* (1 714 000) et *District 31* (1 026 000). À 21 h, les téléromans *O'* (838 000) et *Mémoires vives* (826 000) ont pratiquement fait match nul. Le hockey du Canadien à RDS a rallié 705 000 fans.

http://plus.lapresse.ca/screens/2089a479-8dbb-4daf-ae2a-9b8063b76d41%7C_0.html



PHOTO COURTOISIE V

Il y a un an, Éric Salvail s'est moqué en direct de l'album de Martin Levac.

Humilié par Éric Salvail

Martin Levac dénonce les médias montréalais

Humilié par Éric Salvail durant son talk-show, l'auteur-compositeur-interprète Martin Levac, qui s'est fait connaître en personnifiant Phil Collins, s'en est pris sur Facebook «au pouvoir des médias de Montréal».

CÉDRIC BÉLANGER
Le Journal de Québec

Depuis mardi soir, le cri du cœur de Levac a fait tache d'huile sur les réseaux sociaux et, ironiquement, lui a valu de nombreuses demandes d'entrevues. Dans son message, il dénonçait le fait qu'il ne passait jamais à la télé ou à la radio.

L'origine de cette montée de lait? Un incident survenu en octobre 2015, durant l'émission *En mode Salvail*.

«Quand on invite des artistes à venir promouvoir leurs albums, il faut qu'ils soient un minimum connus là, c'est qui ça Martin Levac?», avait lancé l'animateur en exhibant l'album 1985 que venait de sortir Levac et qu'il avait remis en personne aux recherchistes, croyant qu'on l'inviterait à l'émission.

«J'AVAIS HONTE...»

Joint chez lui hier matin, Martin Levac

a confié qu'il lui a fallu un an avant d'être capable de parler publiquement de cette affaire. «J'avais honte ce soir-là. Ma relationniste de presse m'avait appelé pour me dire que Salvail cherchait des invités et que ça vaudrait la peine d'y aller. J'avais laissé ma famille en plan, dont ma fille qui partait en voyage pour six mois le lendemain, pour me rendre à l'Astral. Après ça, tu te demandes s'il faut ramper par terre et leur lécher le cul pour qu'ils me laissent une craque pour parler de mon nouveau disque», s'insurge Levac.

Par le truchement de V, l'animateur Éric Salvail a décliné une demande d'entrevue du *Journal* hier.

MONTRÉAL DÉCIDE

Martin Levac déplore aussi que l'influence des médias montréalais se fasse sentir dans les stations de radio régionales.

«Dans le reste du Québec, ils peuvent recevoir des invités en entrevue, mais ils ne peuvent pas passer les tounes. Plannète Montréal décide de la *playlist* du Québec.»

Martin Levac affirme qu'on lui a même déjà dit, dans une radio de Québec, qu'on jouerait sa chanson «quand ça va être un *hit*».



Cartt.ca Interview: Ten minutes with Jean-Pierre Blais; does he want to stay?



Greg O'Brien

AFTER HIS SPEECH TO IIC Canada Wednesday afternoon in Ottawa, we sat down with CRTC chairman Jean-Pierre Blais for a quick chat about his talk – and a few other things.

What follows is an edited transcript, lightly edited for clarity

Greg O'Brien: That was an aggressive speech, from my point of view. Was that a goodbye?

Jean-Pierre Blais: No, I don't think it's a goodbye. I said what we would be doing and I was taking stock of where we were at, four years later.

GOB: Are you looking to be renewed (as CRTC chairman)?

JPB: That's not my decision, you know that. I started in the public service later than most... I still want to work. I'm on leave without pay from an ADM (assistant deputy minister) position, am happy to go back to that, happy to serve in another way. I like the public service. I think we can do great things and I think I have skills to contribute.

GOB: OK, so, maybe?

JPB: I don't know. Nobody's asked... Look, I think whether it's me or anyone else, there are some important things left to be done which – even with the best of intentions, you can't speed up. I'm concerned that the disaggregated wholesale framework needs to be implemented, and that's like pulling teeth and yet it's important to competition.

*“There's work to be done and there are people lining up to undo things.”
– Jean-Pierre Blais, CRTC*

I think out of our basic telecom service proceeding, there may be some follow-ups there, too – and so whether it's me or someone else, there's work to be done and there are people lining up to undo things, obviously – and so it will be important to the CRTC to be cognizant of that.”

GOB: Well, it's an open conversation among people I deal with where they're saying, once you're gone, they're going to go after the next chair and try to undo a bunch of these things.

JPB: Of course. That's exactly how the Commission has fallen for many decades in regulatory capture. People came from the industry, came to the Commission and went back to the industry. I'm not sure that's a good governance model. Hopefully, we've broken that model to some degree and I'm hopeful that the future bodes well.

GOB: I moderated a panel at the Canadian Telecom Summit in June where the guys from Bell and Rogers and the others complained there are no more back-channel communications with the Commission any more, (their) staff can't meet (CRTC) staff and they complained about that as well.

JPB: I'm not sure that's the case, but we, the Commissioners, are members of an administrative tribunal with a duty to act fairly. We will do that.

There's too much money at stake for decisions to be voided because we've had inappropriate ex parte contacts. That's all... They may have liked that they could have back-door, behind closed doors conversations in the past, I'm not saying they were appropriate or inappropriate. We, legal staff and policy staff will, in appropriate circumstances, meet – even I meet with people as long as we aren't talking about files that are before us, or about to be filed.

That's how it should operate and I'll make no apologies for that.

GOB: Are you pleased with the way the last number of months have gone on the TV file with skinny basic and with pick and pay approaching?

JPB: Well, we'll be ruling soon on that September hearing... People, some reporters, are focusing a lot on skinny, when it was just *an* element of a much more rich choice agenda. You could decide to get rid of television providers entirely and go entirely streaming. You have a choice of going with over-the-air, you can go with skinny, you can go with skinny-plus and as of December your plus can be either pick and pay or small bundles.

The Commission wasn't trying to say: "thou shalt take this." We were saying "you shall offer these choices" and Canadians will make the proper choice based on the realities of their households, the reality of what they like to see, what their viewing habits are – and their wallets. A two-person household with large income is very different than a larger household with lesser income. What we were trying to do is provide choice and those are all the choices there.

And, on top of that, you have choices of service providers. Yes, it creates more burden on consumers to shop around, but that's what a competitive market is about.

But, we'll see. I was pleased that the mere fact we decided to hold the hearing in September, resulted in some companies changing their behaviour.

GOB: Everyone talks about innovation so I was kind of disappointed when skinny basic came out everyone, essentially, said "well, here it is at \$24.99/month". No one did anything different.

JPB: We always focus on the large players.

GOB: You're right, VMedia came out cheaper as did some others.

JPB: So where's the voice that says "look folks, you do have a choice over here. There are innovators. There they are."

GOB: Sure. We've written about VMedia and others...

JPB: Yeah, but to be fair, you're not a national...

GOB: I know, I am what I am.

JPB: You're good and powerful and all that, but where are the national papers on this issue helping Canadians? I saw some articles this weekend on helping Canadians bargaining for wireless service providers... They need to do more of that to help Canadians make important choices. They're part of the ecosystem and that's what we're offering.

It is a largely deregulated market but it's about making sure it continues to be dynamic and it will only work if people feel it. We got rid of the 30-day rule, we've licensed or authorized new providers... there are new players arising. There's no longer that territorial protection on the terrestrial side of cable distribution."

We've removed many barriers but the reality is that the companies don't want churn. They want their ARPU...

"That doesn't mean we're not going to try to do what we can to make sure that there is churn." – Blais

GOB: They've got to hit their quarterlies.

JPB: Absolutely. But that doesn't mean we're not going to try to do what we can to make sure that there is churn and that companies are actually competing on the price of communications services.

GOB: And you have to expect churn. Other retailers fight that all the time with sales or switching up the end caps in grocery stores to bring more in, there are all sorts of loss-leaders and I really thought skinny basic would be a perfect loss leader where you could say, "if you buy broadband, we'll give you the skinny basic package" and then sell more TV on top of that.

Minister Joly's (Canadian content) review. I wonder what your thoughts are on that and how it's been rolling out across the country.

JPB: I don't have any particular views. It's important for Minister Joly to hear what Canadians have to say and it's all good. I think the minister is aware of the new digital realities, the new international realities, and she'll say a little bit more tomorrow (Thursday), we'll see. But as I said in the speech today, we have to continue to do our job, regardless of any change that will come.

GOB: No worry that she might undo some of the things that have changed under your watch?

JPB: They're the duly elected government of Canada so they're entitled to undo it as long as they do it appropriately through legislation or by cabinet appeals... I guess she could review some licensing decisions on the broadcasting side... but I saw no signals of that.

GOB: Well, there's been no real nitty-gritty just yet, just a lot of, as they say in the corporate executive world, "views from 30,000 feet".

JPB: So, we just have to keep doing our work then and even if there are some sort of legislative amendments, it takes time to do those.

GOB: It was a strong speech today which I think will piss off some of my readers.

JPB: My point is not to piss off people. My point is to say what I think. I've always told people I listen as if I'm wrong but I speak as if I'm right and I do a lot of reflection in between, so when I speak, it's because I have come to that conclusion.

It's not a diplomatic posting, let's just say. And that's the brief I carry.

GOB: And no one can really say you didn't do what you said you would do when you spoke here back in 2012.

JPB: Exactly... As long as people say they want predictability, I'm fastidiously predictable.

Photo is a screen cap of a CRTC hearing as shown on CPAC.ca

<https://cartt.ca/article/carttca-interview-ten-minutes-jean-pierre-blais-does-he-want-stay>

IIC Canada: Blais tells industry to accept his changes, embrace its future



CRTC chair looks back, and ahead, and finds industry is lagging

OTTAWA – “We as a nation have to stop spinning our wheels on legacy issues and embrace where we’re heading,” CRTC chairman Jean-Pierre Blais said Wednesday in a strongly worded speech to delegates to the International Institute of Communications Canadian chapter conference.

“We have to get ahead of the curve. I repeat, we have to get ahead of the curve,” he said in a 30-minute address that was, more or less, a self-assessment on his nearly four-and-a-half years at the helm of the Commission. Blais said at this same conference four years ago he was going to change the CRTC so that it would be about, by and for Canadian consumers – and he has followed through, much to the chagrin of many inside the Canadian cable, radio, television and telecom game.

For example, Blais noted that conversations in and about the Canadian cultural and telecom industry – and complaints about his Commission – seem always to languish in the old days and the old ways of doing things inside Canada, all while the digital world sprints off in multiple directions, globally. “Ten years ago, the CRTC talked in terms of sustaining a broadcasting regime that protected Canadian content,” he explained, “No longer. Broadband has forced us to re-visit that discussion—to think in terms of outcomes, rather than rules.

“Those in the cultural sector who believe that we will be able to build a great protective wall around Canada, so we only tell narratives by Canadians to 36 million Canadians divided into two linguistic markets, are bound to be sorely disappointed. The future, as I have said before, lies in promotion, not protection.”

He told Canadian creatives, who spent much of the summer lamenting a change in the rules on what’s Canadian content and what is not, that they must alter their thinking and change how they do business. “They must shift their resources to productions that tell fabulous stories to the world about Canada, rather than to programs that just tell Canadian stories to Canadians.”

“I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection.” – Jean-Pierre Blais, CRTC

The chairman said he also doesn’t care for some of the media coverage given to the changes made by the Regulator. “The news media aren’t always helping. They are replete with spilled ink and exhaled air on the subject of lead actors and certification-system points. Our critics argue that

the CRTC's shift from protection to promotion will send shockwaves through Canada's production business; that a difference of two points on a scale will cause entire industries to crumble," he said.

On the telecom side, Blais issued what some at the conference took as a warning – that he is thinking about structural separation. As we have reported extensively, the incumbent wireline operators are very unhappy with the Commission's decision on disaggregated wholesale access for third party broadband providers (while independent operators are rather pleased) and so he pointed out that networks can be run differently – and are – elsewhere.

"Some incumbents grumble about having to provide wholesale access to their competitors. I invite them to look abroad. In Australia and the U.K., for example, consumer pressure and government policy has resulted in, or is seriously contemplating, the structural separation of broadband providers between wholesale and retail," he noted.

"If the winds of change blow too hard and they refuse to bend in the wind, the tree may break at the trunk rather than lose a few leaves," - Blais

"If the winds of change blow too hard and they refuse to bend in the wind, the tree may break at the trunk rather than lose a few leaves," he added -something some in the audience took as a warning the CRTC may take further steps if it is further stymied on this file by incumbents.

(Ed note: Not all believe Australia's multi-billion-dollar National Broadband Network has been a success.)

Blais also addressed the recent differential pricing practices hearing, calling it the most important one of the fall, and noted while the CRTC wants innovation from all comers, if that innovation "steps on the toes of the principle of free and open access to content, we will intervene. Abuses of power in the system will not go unchecked," he said.

On the subject of innovation, Blais said he was disappointed to see Rogers and Shaw over-the-top video portal shomi killed off so quickly. "Far be it for me to criticize the decisions taken by seasoned business people, but I can't help but be surprised when major players throw in the towel on a platform that is surely the future of content—just two years after it launched. I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection."

Blais added he is convinced he has boosted the trust Canadians hold for the CRTC during his four years as chair and CEO, noting it hosted comments forums on Facebook and Reddit, held hearings with American Sign Language and Langue des signes québécoise and tried other things like flash conferences and offering up "choicebooks" to bring more of us into the CRTC conversations.

"We did all of these with the goal of transforming our hearing room in the National Capital Region into a national forum for open debate," he said.

"If this is being a disruptive showman then so be it. Amen. It was the right thing to do."

<https://cartt.ca/article/iic-canada-blais-tells-industry-accept-his-changes-embrace-its-future>

CRTC chair OK with being 'disruptive showman'

Charelle Evelyn, Anja Karadeglija

OTTAWA — With more than six months left in his term as CRTC chairman, Jean-Pierre Blais isn't ready to start using the word "legacy" in relation to his term as head of the Canadian regulator, but in a speech to a communications conference Wednesday, he gave a glimpse into a self-awareness of his own CRTC epitaph.

During a keynote at the Canadian branch of the International Institute of Communications' (IIC) annual conference in Ottawa, Blais outlined what he called creative and innovative ways the CRTC has tried to reach out to Canadians on issues, including having hearings with sign language, staging events using **Facebook Inc.**'s live-video platform and opening discussion threads on **Reddit Inc.**'s forum.

"We did all of these with the goal of transforming our hearing room in the National Capital Region into a national forum for open debate," Blais said during his lunch-hour remarks that opened the two-day event. "If this is being a disruptive showman, so be it. I'm in. It was the thing to do."

Making changes to help shift Canadians towards a focus on exportation, rather than protectionism, was also the thing to do, according to Blais, referring to this summer's decision to make changes to the certified independent production fund (CIPF) framework.

"There's talent here. It's abundant. Canadian producers and creators just need to change their tacks to exploit it," Blais said, citing criticism that "a difference of two points on a scale will cause entire industries to crumble."

Blais also used his speech to address the closure of **Rogers Communications Inc.** and **Shaw Communications Inc.**'s joint over-the-top service (OTT) Shomi, which will stream its last video at the end of the month after two years in operation.

"Far be it for me to criticize the decision taken by seasoned business people, but I can't help but be surprised when major players throw in the towel on a platform that is the future of content—just two years after it launched," he said during his remarks.

In an interview following his speech Blais elaborated, saying he was "disappointed" in the decision.

When asked about the prospect of **Amazon.com Inc.** bringing its OTT service into Canada, Blais said the company, like him, recognizes that the "future is in streaming."

"I was disappointed that [Rogers and Shaw] didn't stay the course a little longer to fight like entrepreneurs normally do for market share," Blais added. "Even if it means a lot of investment up front."

Wednesday's speech was "speech was intended to be taking stock of where we are," Blais said. "It seemed like a nice four-year bookend," to his previous address to the IIC audience in 2012 that served as a forecast for where the CRTC was heading.

Blais said there is still a great deal of work ahead of him and the commission over the next few months—too much to start thinking about how he'll be remembered.

"It's not a word I use," he said, adding "I'm not in legacy thinking at all."

But the word did crop up during his remarks—as a symbol of thinking that's stuck in the past.

"We as a nation have to stop spinning our wheels on legacy issues and embrace where we're heading," he said during his speech. "We have to get ahead of the curve."

Part of that forward motion was the CRTC's decision to mandate wholesale access to incumbents' fibre-to-the-home (FTTH) networks for competitors.

Blais said those incumbents who “grumble” about the decision are invited to look at examples overseas, such as Australia or the United Kingdom, where policy changes are leading to structural separation.

“If the winds of change blow too hard and they refuse to bend in the wind, the tree may break at the trunk rather than lose a few leaves,” he said.

Looking to others is part of the job for the Canadian regulator, with Blais meeting with counterparts from about 40 other countries last month.

“We compare notes,” he said, acknowledging that “the Canadian regulatory framework has had a significant impact.”

“We were the first to adopt French-language quotas for music on radio. The French then adopted them,” Blais said. “Our regulatory framework for supporting indigenous made-in-Canada content inspired a lot of the work of the South African regulator.”

Canada’s proximity to the United States has helped in that respect, he said. “Perhaps because geography put us so close to the largest exporter of cultural product, we’ve been an innovator on some of the broadcasting issues and people look to us.”

During his remarks, Blais called the differential pricing practices hearing held at the beginning of the month the “most crucial” on the CRTC’s fall schedule.

While appearing in front of the panel on the final day of the week-long hearing, Barbara van Schewick, director of Stanford Law School’s Centre for Internet and Society, agreed with Blais that the outcome of the proceeding could be precedent setting.

“On the telecom side, we had net neutrality rules, the [Internet traffic management policy] framework was adopted even before the [Federal Communications Commission] did anything on net neutrality,” Blais said. “I’m happy and everybody at the commission is proud of the fact we are seen as leaders in the regulatory sphere.”

Blais also said he wasn’t expecting any changes to the relationship with the American regulator following last week’s federal election.

In an interview with Scientific American published last week, Robert Atkinson, president of American think tank Information Technology and Innovation Foundation (ITIF), speculated that Jeffrey Eisenach, who has consulted with Canadian telecom companies, would be a likely candidate to lead the FCC under president-elect Donald Trump.

“I’ve exchanged on a number of occasions with [FCC chairman] Tom Wheeler. He’s a nice guy. I like him,” Blais said, noting that the CRTC and FCC have memorandums of understanding and much in common. “And whoever is down there, we will work with. That’s the nature of our relationship.”

www.thewirereport.ca/news/2016/11/16/crtc-chair-ok-with-being-%E2%80%98disruptive-showman%E2%80%99/31503

CRTC's Jean-Pierre Blais Slams Rogers, Shaw Over Shomi Shutdown

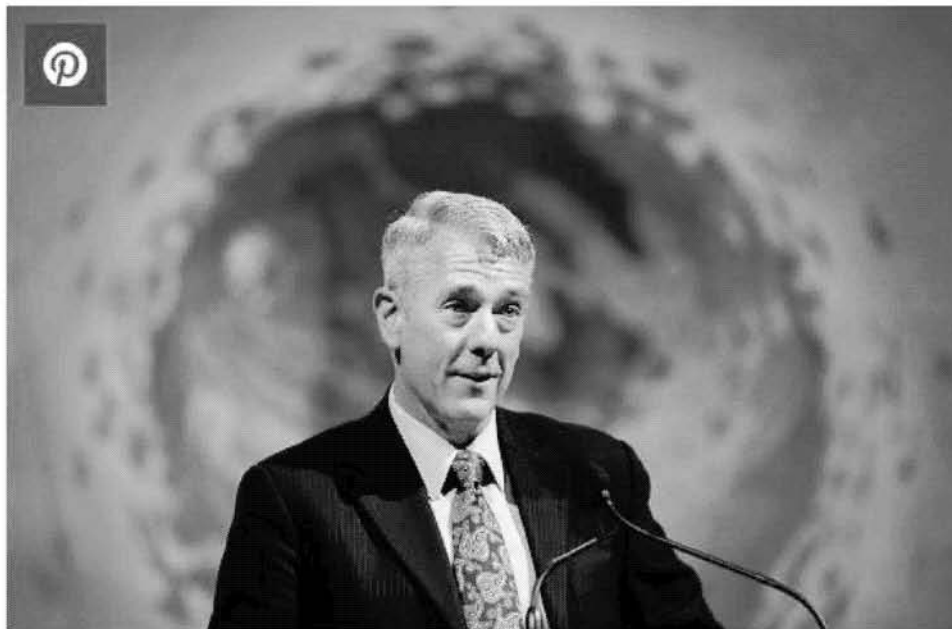
The Canadian Press



OTTAWA — The head of Canada's broadcast regulator criticized Rogers and Shaw for shutting down Shomi — a platform he called the future of content.

CRTC chairman Jean-Pierre Blais said in prepared remarks for a speech in Ottawa today that he couldn't help but be surprised to see major players throw in the towel on the platform so soon after it launched.

Rogers and Shaw announced in late September that its video-on-demand service Shomi would shut down at the end of this month. They launched the service in November 2014.



Jean-Pierre Blais, chair of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, addresses the Canadian Chapter of the International Institute of Communications, Wednesday, Nov. 16, 2016 in Ottawa. (Photo: The Canadian Press/Justin Tang)

In his prepared remarks Blais said he wondered if the companies were too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection.

Neither Rogers nor Shaw immediately responded to a request for comment.

Blais gave the speech in Ottawa at the annual conference of the Canadian chapter of the International Institute of Communications.

REGULATION

Blais raps Rogers, Shaw over Shomi

CHRISTINE DOBBY
TELECOM REPORTER

Jean-Pierre Blais defended his four-year record as chairman of the federal telecom and broadcast regulator with a defiant speech that took on critics and industry players and emphasized Canadian consumers are central to everything he does.

In a keynote address Wednesday, Mr. Blais, who has led the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission since 2012, said that after making efforts to engage the public in hearings and other work by the regulator, he hopes Canadians now "trust us at least a little more than they did four years ago."

His speech featured notably harsh words for **Shaw Communications Inc.** and **Rogers Communications Inc.** regarding their September announcement that they plan to shut down their joint venture online-streaming service Shomi at the end of November.

Mr. Blais said the move came as a shock to him and while he didn't want to "criticize the decisions taken by seasoned business people ... I can't help but be surprised when major players throw in the towel on a platform that is the future of content - just two years after it launched.

CRTC, Page 10

FROM PAGE 1

CRTC: Shomi owners questioned for not 'rolling up their sleeves'

» "I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection," Mr. Blais said.

Shomi's owners have said the service failed to attract enough subscribers in a rapidly changing and fragmented marketplace for online video that includes domestic competition from **Bell Media's** CraveTV as well as global giant **Netflix Inc.**

"We created a beautiful service that customers loved. The problem is not enough of them loved it to pay the bill," said then-Rogers CEO Guy Laurence in early October.

Both Shaw and Rogers have lost money on the service, with Rogers recording a loss of \$140-million in the third quarter related to Shomi, and Shaw stating it expects to incur an investment loss of up to \$120-million when it next reports its quarterly earnings. (That follows a writedown of \$51-million on Shomi's value the company already recorded earlier this year).

In an interview after his speech, Mr. Blais said "there are a lot of failures in business," and if every company that faced losses shut down, "you would never start a new business in Canada."

"Unfortunately, that's the world we live in in the communications sector. It's borderless, it is subject to a lot of international competition and losing money is part of it," he said.

Mr. Blais, whose term as chair expires next June, sought to

frame his legacy during a period of incredible change for the communications industry - owing to the disruption of the Internet - as a regulator that intervenes when necessary but otherwise stays out of the way.

"The CRTC's role now is to focus on outcomes rather than making rules," he said during his lunchtime speech in Ottawa to an annual conference of the Canadian chapter of the International Institute of Communications.

Many of the CRTC's decisions under his tenure have, in fact, involved rules and regulations - such as the commission's move to regulate the wholesale rates that wireless carriers charge small competitors, its ruling that large Internet providers must provide resellers with access to their highest-speed fibre-optic broadband services, and the requirement that cable and satellite providers offer slimmed-down basic packages and offer a choice of individual channels on top of that.

"I've always said regulation is a poor substitute for a properly operating marketplace," Mr. Blais said in the interview. "I think the rules we've put in place have been rules that have tried to support a dynamic marketplace."

Mr. Blais's wide-ranging speech also took aim at critics of CRTC decisions, who he said, "take to TV and radio broadcasts and their own private blogs to spread fear and worry, and I dare say make false and misleading statements."

He later said he has little patience for those who fail to show up and present evidence before the commission but later complain about the results.

CRTC chief slams Shomi shutdown

Rogers, Shaw
bailed on 'future
of content'

EMILY JACKSON

OTTAWA • Jean-Pierre Blais, the head of Canada's telecom regulator, took a swipe at two telecommunications giants for killing their nascent video streaming service in an age in which the Internet has disrupted traditional platforms and the "viewer is emperor."

In a speech in Ottawa Wednesday, Blais revealed he was shocked at the September news that **Rogers Communications Inc.** and **Shaw Communications Inc.** planned to shutter Shomi, a joint venture in which the cable companies had sunk hundreds of millions of dollars.

"Far be it for me to criticize the decisions taken by seasoned business people, but I can't help but be surprised when major players throw in the towel on a platform that is the future of content — just two years after it launched," Blais said, according to an advance copy of a keynote speech he was set to deliver at the International Institute of Communications conference.

"I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection."

Blais' speech comes as his time as CRTC chairman — a five-year period largely characterized by a focus on consumers and smaller competitors rather than incumbent providers — winds down, with his term set to expire in June. Speculation is rampant over whether his term will be extended.

But he's not holding back critiques of industry players in his final months, if Wednesday's speech is any indication.

See CRTC on FP6

'The tree may break at the trunk'

CRTC

Continued from FPI

He had words for incumbents, content creators and the news media as he defended and applauded the CRTC's direction under his watch.

He noted that incumbents have grumbled about new regulations, namely the CRTC's decision to open up wholesale access to their fibre networks and to regulate wholesale roaming rates. He invited them to look to Australia and the United Kingdom where governments have or are considering structural separation between wholesale and retail broadband providers.

"If the winds of change blow too hard and they refuse to bend in the wind, the tree may break at the trunk rather than lose a few leaves," he said.

Blais disagreed with criticism that the CRTC's involvement in issues such as Internet data pricing curbs providers' abilities to innovate,

citing the cases of Bell Media and Vidéotron exempting their own content from data charges. (The CRTC quashed the practice.)

"We're all for innovation ... but when the drive to innovate steps on the toes of the principle of free and open access to content, we will intervene. Abuses of power in the system will not go unchecked," he said.

Blais also called out content producers and creators for their uproar over a CRTC decision that relaxed the rules over what makes a production Canadian. The new standard is the same as the one used by the Canadian Audio-Visual Certification Office since 1995, he said, adding the CRTC cannot afford to wait to take action until the Minister of Canadian Heritage completes her review of Canada's cultural policy.

"Those in the cultural sector who believe that we will be able to build a great protective wall around Canada, so we only tell narratives by Canadians to 36 million Can-



DAVE CHAN FOR NATIONAL POST

CRTC chairman Jean-Pierre Blais says a focus on consumers has driven him for the past four years.

adians divided into two linguistic markets, are bound to be sorely disappointed," he said.

Blais pointed to Drake, Ryan Gosling, Xavier Dolan and Lilly Singh as proof that Canada has talent.

"Canada's hot," Blais said, citing ousted Rogers CEO Guy Laurence's assertion that the country is a global cultural powerhouse. Producers must shift their focus to promote stories about Can-

ada to the world, not just to Canadians, he said.

"I will not foolishly attempt to stop the tide of connectivity through ineffective and nostalgic regulatory action," he said.

Blais also criticized the news media for ink spilled over the cultural policy and hand-wringing over regulations on incumbents.

Still, the CRTC did mandate that broadcasters keep local television news despite

continued cord-cutting. Canadians asked for it during the Let's Talk TV proceedings, a major hearing of Blais' term that resulted in smaller basic TV packages and à la carte channels.

It was this focus on consumers that drove Blais for the past four years, he said, adding he hopes the regulator earned the public's trust over his term with decisions to boost accessibility for people with disabilities and

introduce a wireless code.

Ultimately, he believes the commission has responded to both consumers and the disruptive nature of broadband.

"Content may be king, but the viewer is emperor. Choice is the imperative that drives communications today. Woe betide anyone who ignores that imperative."

Financial Post
ejackson@postmedia.com
Twitter.com/theemilyjackson



CRTC chairman Jean-Pierre Blais is not holding back critiques of industry players in the final months of his mandate. DAVE CHAN FOR NATIONAL POST

CRTC boss knocks Rogers, Shaw for shuttering Shomi

EMILY JACKSON

OTTAWA Jean-Pierre Blais, the head of Canada's telecom regulator, took a swipe at two telecommunications giants for killing their nascent video-streaming service in an age in which the Internet has disrupted traditional platforms and the "viewer is emperor."

In a speech in Ottawa Wednesday, Blais revealed he was shocked at the September news that Rogers Communications Inc. and Shaw Communications Inc. planned to shutter Shomi, a joint venture in which the cable companies had sunk hundreds of millions of dollars.

"Far be it for me to criticize the decisions taken by seasoned businesspeople, but I can't help but be surprised when major players throw in the towel on a platform that is the future of content — just two years after it launched," Blais said, according to an advance copy of a keynote speech he was set to deliver at the International Institute

of Communications conference.

"I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection."

Blais's speech comes as his time as CRTC chairman — a five-year period largely characterized by a focus on consumers and smaller competitors rather than incumbent providers — winds down, with his term set to expire in June. Speculation is rampant over whether his term will be extended.

But he's not holding back critiques of industry players in his final months, if Wednesday's speech is any indication. He had words for incumbents, content creators and the news media as he defended and applauded the CRTC's direction under his watch.

He noted that incumbents have grumbled about new regulations, namely the CRTC's decision to open up wholesale access to their fibre

networks and to regulate wholesale roaming rates. He invited them to look to Australia and the United Kingdom where governments have or are considering structural separation between wholesale and retail broadband providers.

"If the winds of change blow too hard and they refuse to bend in the wind, the tree may break at the trunk rather than lose a few leaves," he said.

Blais disagreed with criticism that the CRTC's involvement in issues such as Internet data pricing curbs providers' abilities to innovate, citing the cases of Bell Media and Videotron exempting their own content from data charges. (The CRTC quashed the practice.)

"We're all for innovation ... but when the drive to innovate steps on the toes of the principle of free and open access to content, we will intervene. Abuses of power in the system will not go unchecked," he said.

Blais also called out content producers and creators for their

uproar over a CRTC decision that relaxed the rules over what makes a production Canadian. The new standard is the same as the one used by the Canadian Audio-Visual Certification Office since 1995, he said, adding the CRTC cannot afford to wait to take action until the Minister of Canadian Heritage completes her review of Canada's cultural policy.

"Those in the cultural sector who believe that we will be able to build a great protective wall around Canada, so we only tell narratives by Canadians to 36 million Canadians divided into two linguistic markets, are bound to be sorely disappointed," he said.

Ultimately, he believes the CRTC has responded to both consumers and the disruptive nature of broadband.

"Content may be king, but the viewer is emperor. Choice is the imperative that drives communications today. Woe betide anyone who ignores that imperative."

Financial Post

TÉLÉVISION

Le président du CRTC souhaite plus de risques au petit écran

VINCENT BROUSSEAU-POULIOT
LA PRESSE

OTTAWA — À une semaine du renouvellement des licences des chaînes de télé au pays, le président du CRTC Jean-Pierre Blais aimerait que les conglomérats médiatiques prennent plus de risques – autant dans le choix de séries à l'écran qui pourraient s'exporter que dans leur modèle d'affaires.

« Les entrepreneurs doivent prendre des risques. [...] La difficulté dans n'importe quelle industrie où on a des joueurs d'une certaine maturité : la tendance lourde est de continuer à faire ce qu'on faisait avant. L'ancien modèle était adéquat, donc on va continuer. Surtout pour les sociétés à capitalisation ouverte [les sociétés inscrites en Bourse] », dit Jean-Pierre Blais en entrevue à *La Presse*.



« [La télé francophone] est extrêmement populaire, mais il y a très peu de place pour une deuxième diffusion, c'est parfois du contenu qui parle tellement au marché local. Il faut penser dès le départ [à l'exportation]. »

— Jean-Pierre Blais, président du CRTC, donne l'exemple du film québécois *La grande séduction*, « un thème universel, international » qui s'exporte bien.

OTTAWA — À une semaine du renouvellement des licences des chaînes de télé au pays, le président du CRTC Jean-Pierre Blais aimerait que les conglomérats médiatiques prennent plus de risques – autant dans le choix de séries à l'écran qui pourraient s'exporter que dans leur modèle d'affaires.

« Les entrepreneurs doivent prendre des risques. [...] La difficulté dans n'importe quelle industrie où on a des joueurs d'une certaine maturité : la tendance lourde est de continuer à faire ce qu'on faisait avant. L'ancien modèle était adéquat, donc on va continuer. Surtout pour les sociétés à capitalisation ouverte [les sociétés inscrites en Bourse] », dit Jean-Pierre Blais en entrevue à *La Presse*.

Le président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) s'est dit « déçu » et a eu « un choc » d'apprendre que Shomi, le service de visionnement en ligne de Rogers et Shaw, a été fermé en septembre dernier après seulement deux ans.

« Loin de moi l'idée de vouloir critiquer les décisions de gens d'affaires aguerris, mais je ne peux m'empêcher d'être surpris lorsque des joueurs importants jettent l'éponge par rapport à une plateforme qui représente l'avenir du contenu, seulement deux ans après son lancement. »

— Jean-Pierre Blais, président du CRTC

« Je me demande s'ils ne sont pas trop habitués à recevoir un loyer mensuel de leurs abonnés dans un écosystème protégé », a dit M. Blais hier lors d'un discours à Ottawa.

Au Québec, le président du CRTC note toutefois les « succès » de Tou.tv et Club illico, « très présents dans le marché ».

LA FIN DES « AMBITIONS DE CLOCHER » ?

Jean-Pierre Blais aimerait aussi des chaînes et des producteurs télé plus ambitieux à l'international. Dans son discours hier à Ottawa, le président du CRTC a critiqué les « ambitions de clocher » de certains producteurs canadiens, qui doivent « modifier leur approche afin de favoriser l'exploitation » des séries télé et des films canadiens. « Ils ont des ambitions de clocher alors qu'ils devraient avoir des visées planétaires », a-t-il dit.

« [La télé francophone] est extrêmement populaire, mais il y a très peu de place pour une deuxième diffusion, c'est parfois du contenu qui parle tellement au marché local. Il faut penser dès

le départ [à l'exportation] », dit Jean-Pierre Blais en entrevue à *La Presse*, donnant l'exemple du film québécois *La grande séduction*, « un thème universel, international » qui s'exporte bien.

La semaine prochaine, le CRTC tiendra des audiences sur le renouvellement des licences des chaînes télé francophone (les chaînes anglophones auront leurs audiences la semaine suivante). En changeant les règles du contenu canadien en 2015 – on misera maintenant sur les dépenses en contenu canadien plutôt que les heures de diffusion –, le CRTC espère avoir créé un environnement propice au développement de séries télé de plus grande envergure qui pourront mieux s'exporter.

« Nous ne voulons pas leur dire quoi faire [comme séries]. Nous connaissons l'environnement, tout le monde est d'accord que ça s'en va vers l'écoute en continu, que le marché international devient important, que les revenus publicitaires sont en décroissance, que les consommateurs de télé agissent différemment. Alors quelle est votre stratégie ? »

— Jean-Pierre Blais, président du CRTC

En 2015, le CRTC s'est doté d'une nouvelle politique misant sur un plancher de dépenses en contenu canadien plutôt qu'un nombre d'heures de diffusion. Les chaînes généralistes devront continuer à diffuser 50 % de contenu canadien aux heures de grande écoute (18 h-23 h), mais le quota pour l'ensemble de la journée (auparavant : 55 %) a été aboli. Cette nouvelle politique sera appliquée pour la première fois cet automne lors du renouvellement des licences télé.

Le CRTC a déjà indiqué aux chaînes de télé qu'il portera aussi une attention particulière à la diversité de leur programmation ainsi qu'à leurs nouvelles locales. La diffusion de nouvelles locales « est la première obligation du privilège » d'opérer une chaîne de télé généraliste, rappelle Jean-Pierre Blais. Même si « c'est la partie la plus dispendieuse » de ses activités, convient-il.

http://plus.lapresse.ca/screens/33223587-c12a-437e-8982-937c9a66c6ec%7CCkP_NxgCo6LN.html

Suburban and rural communities underserved by local media, new election research suggests

Jasmine Bala
Staff Reporter

Guelph Mercury Friday

January 29, 2016 • Serving Guelph and Wellington County • 65 cents + tax (\$1.50) • guelphmercury.com

-30-

For decades, journalists used “-30-” to mark the end of their stories. The symbol was once so common it appeared in Webster’s New Collegiate Dictionary, which defined 30 as “a sign of completion.” The tradition faded as computers replaced typewriters in newsrooms. But, for anyone who cares about journalism, -30- will always mean “the end.”

Mercury lived for 149 years

Daily newspaper sadly calls it a day after serving the Royal City since Confederation

By [Name], Mercury Staff

GUELPH — It’s a newspaper that’s long served the Royal City and nearby to mark its 149th anniversary. It’s a newspaper that’s long served the Royal City and nearby to mark its 149th anniversary. It’s a newspaper that’s long served the Royal City and nearby to mark its 149th anniversary.



PHIL ANDREWS
Reporter

Ending a proud story that started with a weekly paper in 1853

Through the end of the 19th century, the Mercury was a weekly paper.

The amount of news available about local contests for member of Parliament during the 2015 federal election depended on where in Canada voters were living, a new study by Ryerson University’s Local News Research Project suggests.

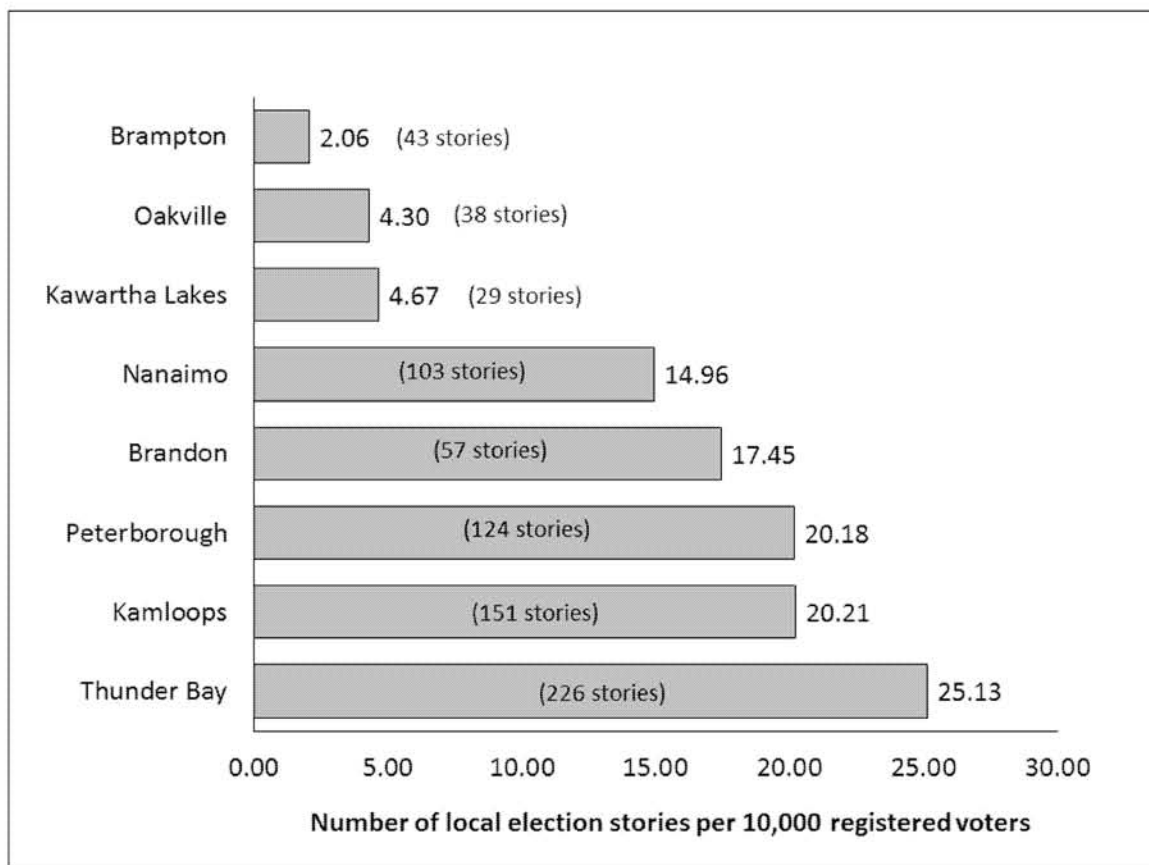
The research, which compared local coverage of the race for MP in eight communities in Ontario, Manitoba and British Columbia, was presented to the House of Commons Heritage Committee on Oct. 6.

“People who lived in a place like Kamloops enjoyed relative news affluence compared to, say, people who lived in a city like Brampton or a rural area like the City of Kawartha Lakes,” Ryerson School of Journalism associate professor April Lindgren told MPs on the committee.

Lindgren said that in the month prior to the election voters in the suburban community of Brampton, Ont., and the rural municipality of City of Kawartha Lakes, Ont. were among the least well-served in terms of access to news about candidates vying to represent them in Parliament.

The study examined local media coverage of the contest for MP in three of Brampton’s five ridings and identified a total of only 43 election-related stories, or two for every 10,000 registered voters. In the City of Kawartha Lakes, local news producers generated only 29 stories, or 4.7 per 10,000 registered voters.

Voters in Kamloops, B.C. and Thunder Bay, Ont., by comparison, were much better served. Local media in Kamloops produced 151 stories, or 20 per 10,000 registered voters, during the month leading up to the election. In Thunder Bay, there were 226 stories, or 25 per 10,000 registered voters.



The federal heritage committee has been conducting hearings since January as part of a special study examining media and local communities. MPs are investigating the access local communities have to Canadian news and content on all platforms, including digital, and the impact of media consolidation on how Canadians are informed. Witnesses have ranged from academics and newspaper publishers to broadcast executives and officials from unions representing media workers.

"People observe or consume media in a different way now...because of the Internet. And there's also an assumption – and this isn't specific to any demographic – but we like it for free," committee member and former journalist Seamus O'Regan said in an interview. "So we need money in order to pay for resources and in order to pay for strong journalistic talent. How do we square that circle? And within that environment, what's the role of government? What [is] at our disposal to make sure that people do get the news that they rely on and that they care about?"

O'Regan, the Liberal MP for St. John's South-Mount Pearl, said local news coverage plays an important role in communities.

"If you don't have strong local news, you [can't get] right down to the real nitty gritty of matters in municipal councils," he said.

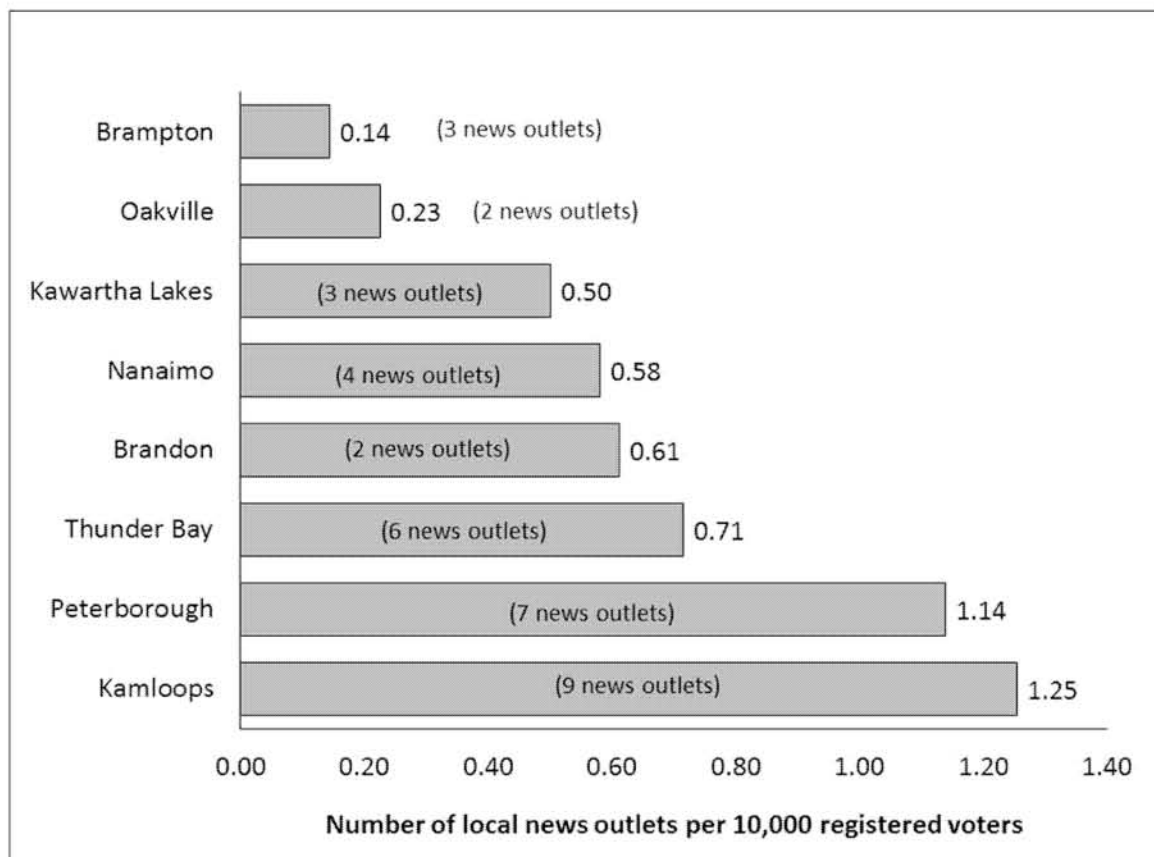
During the committee meeting, O'Regan said the Ryerson presentation was "key" as it included "very recent and empirical data," and will be added into the committee's final report, which is due to be completed by Christmas.

In her presentation, Lindgren said that election coverage of local races for MP is a strong indicator of the robustness of local news coverage.

"(For the purposes of the study) we were interested in election coverage because the race to represent a community in the House of Commons is a major news event that would warrant news media attention ... it's an important part of how people find out about their choices and potentially view their choices. As such, we think that in some ways it can be thought of as a proxy for the overall performance of local news media in general," said Lindgren, who conducted the study with assistant professor Jaigris Hodson from Royal Roads University.

Lindgren told the committee that the research results also pointed to significant differences in the number of news sources serving different communities: The researchers identified just three news outlets – or 0.14 news organizations per 10,000 registered voters – in the Brampton ridings they

examined. In Kamloops, by comparison, there were nine news outlets operating at the time of the election, or 1.25 news outlets per 10,000 registered voters.



Overall, Lindgren said, the results suggest suburban and rural municipalities are relatively underserved in terms of access to local news. The data also point to significant differences among small and medium-sized cities.

While media coverage during federal elections tends to focus on the leaders, Lindgren said reporting by local news outlets could have an impact on individual races for MP. Research suggests, she says, that the local candidate matters to up to three per cent of voters.

“That might not sound like much, but the margin of victory in 44 ridings during the last election was three percentage points or less,” she said.

Lindgren told MPs that the local news situation in two of the communities examined during the study has actually deteriorated since the federal election. The *Nanaimo Daily News*, which published more election-related stories than any other media outlet in that B.C. community, closed earlier this year. And on Sept. 30 newskamloops.ca, a local online site that provided some of that city’s most extensive election coverage, also ceased publication.

Lindgren said the next step in the research will be to create a local news poverty index that can be used to rank communities in terms of the relative health of their local news situation. This index will be used as the starting point to investigate why some communities are more poorly served in terms of access to local news than others, and to identify possible solutions.

In addition to the election research, the [brief](#) Lindgren presented to the MPs outlined data from the crowd-sourced [Local News Map](#). The interactive digital map, launched on J-Source.ca in June, allows users to add information markers that record changes to local news organizations including, for instance, the launch or closure of a news source and service increases and reductions.

Three months after its launch, the markers on the map show that newsroom closures are significantly outpacing the launch of new local news sources.

About 53 per cent, or 164 of the 307 markers, on the map as of Sept. 25 documented newsroom closures, while only about 21 per cent (63) highlighted the launch of new local news outlets. The map, which is also a Local News Research Project initiative, tracks changes going back to 2008.

"The map tells a pretty powerful and disturbing ... visual story of newsroom closures that far exceed the number of new ventures being launched," Lindgren said.

Lindgren, who created The Local News Map with associate professor [Jon Corbett](#) from the University of British Columbia Okanagan, said their goal is to generate up-to-date data and spark debate about the state of local journalism in Canada.

"There's been a major disruption in the news industry and people who live in smaller cities, towns, suburban communities and rural areas have fewer options to begin with and in recent years their choice has become even more limited," she said.

The map, Lindgren cautioned, is only as good as the information contributors add to it. She noted, however, that it is moderated to ensure the information on it is reliable and argued that the overall trends reflect reality. She is also asking users to [complete a survey](#) on local news in their community.

Lindgren said her interest in what she calls "local news poverty" originated from an observation about the unequal access to local news in the Greater Toronto Area. Toronto residents, she noted, have access to four daily newspapers and many online television and broadcast outlets.

"[Meanwhile] a nearby city like Brampton, which is Canada's ninth-largest city and has more than 500,000 people in it, relies pretty much exclusively on the *Brampton Guardian*, a Metroland Media-owned community newspaper," she said. "There's no local radio, no local television and no local daily newspaper that focuses exclusively on news from that community."

Is no news bad news?

Creating a local news poverty index for Canadian communities

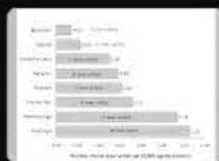
April Lindgren | School of Journalism, Ryerson University
 Jaigris Hodson | Interdisciplinary Studies, Royal Roads University

Residents of Canada's major cities can turn to multiple sources for local news, but people who live in smaller cities, suburban municipalities and rural areas typically have fewer options, and in recent years their choices have become even more limited.

The News Poverty Index will be used to:

- identify communities that are relatively "local news affluent" and others with limited access to reliable information
- investigate why some places are better served than others
- explore solutions to local news poverty

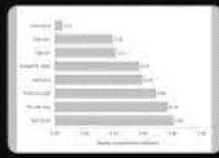
Creating a local news poverty index



There are significant differences in the number of local news sources in the different communities.

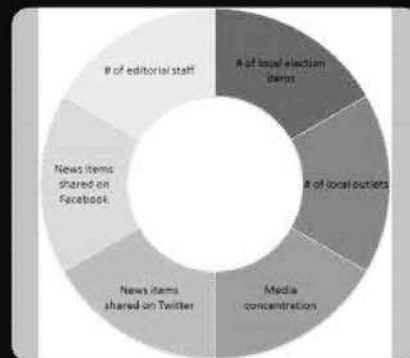


There are significant differences in the number of stories about the local race for MP.



The Herfindahl-Hirschman Index, which measures the extent to which any news outlet dominates local news coverage, points to a significant lack of diversity of news sources in some communities compared to others.

Data we gathered on local news coverage of the local campaigns for MP during the 2015 federal election illustrate how the index could be created.



Constructing a local news poverty index: Potential inputs

How it would work: A Tale of Two Cities

The index, consisting of a single number, would convey Brampton's news poverty relative to Kamloops.

Brampton*

- Media concentration indicator: 0.05
- 43 local election-related news stories
2.06 stories per 10,000 registered voters
- 3 media outlets:
Brampton Guardian: 42 stories
Bramptonist.ca: 1 story
4Corners Brampton: 0 stories

Kamloops*

- Media concentration indicator: 0.80
- 151 local, election-related news stories
20.21 stories per 10,000 registered voters
- 9 media outlets:
Kamloops This Week: 43 stories
NewsKamloops: 36 stories
CFJC TV: 26 stories
Other: 46 stories

April Lindgren
 april.lindgren@ryerson.ca
 www.localnewsresearchproject.ca

This research is supported by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada and Canada's Open Data Infrastructure Program. We thank the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada for their support. We also thank the Canadian Media Studies Centre at Ryerson University for their support.



School of Journalism
 Faculty of Communication
 & Design

DEAR ANNIE
ANNIE LANE

TV viewing a turnoff

Dear Annie: Both my wife and I work all day, she as a police officer and I as an accountant. When we get home, we eat dinner together and then sit in front of the TV for a little down time. The problem is that what she wants to watch to unwind is very different from what I want to watch to unwind.

She loves short funny shows, such as *Two and a Half Men* and *How I Met Your Mother*. I, on the other hand, love dramas. My favourites are *Homeland* and *Game of Thrones*.

Every night, I sit on the couch looking forward to one of my favourite shows, and she insists that we watch one of hers. She says that my shows are too serious and that being a police officer, she sees serious stuff every day and she just wants to laugh. I have been giving her her way lately, but I am starting to feel resentful.

Missing the Drama

Dear Missing: Sorry, but there's not much drama in my response, as this has an easy solution. Just compromise. Alternate nights. You pick one night's programming; she picks the next. If you both really can't stand watching each other's shows, you could invest in a second TV.

Dear Annie: I met "Meghan" at our children's school five years ago, and we've been close friends ever since. When we met, she had just finished treatment for stage 1 breast cancer, and since then, she has been cancer-free.

The other day, she told me she was unable to work with me on our kids' school project because she had a doctor's

appointment. She said it was a routine checkup but I could tell she didn't want to talk about it. I began to worry that something was wrong, and I felt hurt that if something was wrong, she should have wanted to share it with me.

Worried for My Friend

Dear Worried: Have patience. For all you know right now, it really is just a routine checkup. But in the event that it's not, don't be offended that Meghan didn't reach out to you immediately. Health is an incredibly personal thing. Part of being a good friend means allowing her the time and space she needs to process things. In the meantime, be understanding, empathetic and the world's best listener. That's how you can let her know you'll be there when she's ready to talk.

Dear Annie: I want to write in response to "A Wyoming Teacher," who does not feel teachers should be expected to write thank-you notes to students for gifts.

I feel that part of my job as a teacher is to teach students social norms and conventions. I believe in writing and mailing thank-you notes for students' gifts, even the half-used bottle of nail polish one of my second-graders gave me. Children love getting mail, and they learn from example.

Send your questions for Annie Lane to dearannie@creators.com. To find out more about Annie Lane and read features by other Creators Syndicate columnists and cartoonists, visit the Creators Syndicate website at www.creators.com.

MEDIA

Canadian journalists push for 'shield law' to protect sources

DANIEL LEBLANC OTTAWA

Journalists and parliamentarians are putting pressure on the Liberal government to enhance the protection of reporters and confidential sources, calling for quick legislative changes instead of rhetorical support for the freedom of the press.

The calls flow from recent cases in which police spied on journalists to obtain information on their sources, raising questions across Canada about the quality of the judicial process for obtaining warrants.

At a news conference in Ottawa on Wednesday, two journalists who are in legal battles with police authorities backed a proposal for a "shield law" that allows reporters to protect the identity of their sources and confidential

information.

"Mine is just one of many cases of the growing erosion of press freedom in Canada," said Ben Makuch, a journalist for Vice News who is refusing to provide information from a confidential source to the RCMP.

Mr. Makuch faces a possible jail sentence for refusing to comply with a court order. He said the RCMP's actions have created "irreparable damage" to journalists' ability to win the trust of sources.

Patrick Lagacé, a journalist at La Presse, recently learned that the Montreal police service had obtained judicial approval to consult his phone records, tap his phone and trigger the GPS on his mobile device to track his meetings with sources. He said the Liberal government is saying all

the right words in the defence of journalistic freedom, but that police officers need to face tougher requirements to go after a journalist's sources.

"The mentality of police officers is not different whether you are in Saskatchewan or British Columbia or Quebec," Mr. Lagacé said. "I am convinced that other police agencies, if they can have access to this type of information, will try to do so without asking themselves any questions."

Also present at the news conference were journalist and author Mohamed Fahmy, who was imprisoned for more than a year in Egypt because of his reporting, and Tom Henheffer, the executive-director of Canadian Journalists for Free Expression. Mr. Henheffer said he distrusts agencies such as the RCMP and CSIS

that have increased means to monitor electronic communications, and that new laws are needed to curtail their powers.

"The fact is the state apparatus and the surveillance capabilities of the state are absolutely enormous, and we cannot fully protect ourselves against them," he said. "That is why there needs to be a change at the legislative level in order for us to really enjoy a free press in Canada. I don't fully trust government agencies because there is a lack of accountability, but all of that can be fixed with simple legislative changes."

Prime Minister Justin Trudeau has expressed his concerns over the recent revelations involving Mr. Lagacé, and Public Safety Minister Ralph Goodale has said his government is open to tough-

ening the rules that govern how and when the federal government can investigate members of the media. "All of the safeguards in place at the federal level are being reassessed to make sure they are strong enough," he said in the House of Commons. "We are welcoming any input from journalists, lawyers or others if they have suggestions to make about how the law needs to be improved."

The NDP is arguing the government needs to go further and launch a public inquiry into the protection of sources at the federal level.

"The government certainly talks a better game than the previous [Conservative government], but at the end of the day, it's the legislation that matters," NDP MP Matthew Dubé said.

CONFIDENTIALITÉ DES SOURCES

Des journalistes réclament une loi fédérale

MÉLANIE MARQUIS
La Presse canadienne

Le premier ministre Justin Trudeau, qui s'est présenté comme un défenseur de la liberté de la presse, doit joindre la parole aux actes et légiférer afin de protéger les sources confidentielles des journalistes.

C'est ce qu'ont réclamé mercredi trois journalistes qui ont vu cette liberté entravée, Patrick Lagacé, Ben Makuch et Mohammed Fahmy, ainsi que le directeur exécutif de Journalistes canadiens pour la liberté d'expression (CJFE), Tom Henheffer.

En conférence de presse au parlement, ils ont formulé trois recommandations « simples » à l'endroit du fédéral. La première consiste en l'adoption d'une loi « bouclier » pour faire en sorte que les journalistes n'aient pas l'obligation de révéler leurs sources confidentielles.

« Presque toutes les démocraties occidentales se sont dotées de telles lois, des États-Unis au Royaume-Uni en passant par l'Allemagne et l'Australie. Le Canada doit faire son entrée dans le 21^e siècle et mettre ces protections sur pied », a tranché

M. Henheffer.

Les libéraux ne semblent pas avoir beaucoup d'appétit pour l'avenue législative. En mêlée de presse, le secrétaire parlementaire du ministre de la Sécurité publique, Michel Picard, a lâché que « pour l'instant il n'y a pas lieu d'adresser ce problème-là qui n'existe pas chez nous ».

Par ailleurs, selon lui, le gouvernement « agit » déjà « dans la mesure où premièrement d'un côté il est clair que le travail des journalistes et la liberté d'expression et le travail d'enquête des journalistes est une valeur qu'on n'a pas envie de toucher ».

Au Nouveau Parti démocratique (NPD), on appuie l'idée de légiférer pour assurer une protection des sources confidentielles des journalistes, a indiqué mercredi le porte-parole du parti en matière de sécurité publique, Matthew Dubé.

ENQUÊTE PUBLIQUE

En plus de légiférer, le gouvernement doit revoir la façon dont les mandats de surveillance sont accordés et d'abroger des éléments d'une loi fédérale sur la cyberintimidation qui abaissent le seuil de la preuve requise pour l'obtention

de mandats, ont plaidé les quatre hommes.

Ils estiment aussi qu'une enquête publique fédérale s'impose afin de déterminer si la Gendarmerie royale du Canada (GRC) et le Service canadien de renseignement de sécurité (SCRS) ont épié des journalistes au cours des dernières années.

Car il y a fort à parier que les organisations fédérales ont eu recours aux mêmes tactiques, croit le chroniqueur Patrick Lagacé, qui a récemment appris avoir été espionné pendant des mois par le Service de police de la Ville de Montréal (SPVM), en 2014 et en 2016.

« Je juge ça improbable, parce que si on se met du point de vue du policier, c'est un outil absolument formidable. (...) Pensez-y : vous êtes un policier, ce que vous voulez, c'est fermer votre enquête. La liberté de la presse, vous vous en foutez un peu », a-t-il suggéré.

Il y a environ deux semaines, le premier ministre Trudeau et le ministre Goodale ont affirmé qu'aucun journaliste ne faisait actuellement l'objet d'une surveillance policière.



Le chroniqueur Patrick Lagacé a récemment appris avoir été espionné pendant des mois par le SPVM, en 2014 et en 2016. — ADRIAN WYLD, LA PRESSE CANADIENNE

Des journalistes demandent à Ottawa d'agir pour protéger la liberté de la presse

HÉLÈNE BUZZETTI
Correspondante parlementaire
à Ottawa

Le gouvernement fédéral est à son tour invité à agir pour endiguer les filatures policières visant des reporters. Quatre journalistes ont convergé vers Ottawa mercredi pour exiger de l'administration Trudeau qu'elle adopte trois mesures pour rendre plus difficile l'obtention de mandats visant un des leurs. Ils demandent aussi la tenue d'une enquête publique pour faire la lumière sur les potentiels cas passés de surveillance.

Le quatuor était composé de Mohamed Fahmy, le journaliste emprisonné pendant presque deux ans en Égypte; Ben Makuch, un journaliste de Vice Media qui fait face à la prison parce qu'il refuse de fournir à la police les textos échangés avec un Canadien parti se bat-

tre aux côtés du groupe État islamique; le chroniqueur de *La Presse* Patrick Lagacé; et Tom Henheffer, le directeur général de Canadian Journalists for Free Expression.

M. Henheffer demande à Ottawa dans un premier temps d'adopter une «*loi bouclier*» qui empêcherait les autorités d'exiger d'un journaliste qu'il divulgue ses sources. Ensuite, il veut que soit rehaussé le niveau de preuve nécessaire pour qu'un mandat d'interception de communications — visant un journaliste ou qui que ce soit d'autre — soit délivré. Enfin, il propose que les demandes de mandats (d'écoute ou autre) visant des journalistes soient désormais entendues par des juges et non des juges de paix et que ces demandes soient présentées par un procureur de la Couronne plutôt qu'un agent des forces de l'ordre.

Selon M. Henheffer, les procureurs de la Couronne sont plus susceptibles de prendre en

compte les intérêts d'une presse libre. «*Cela ne prolonge pas vraiment le processus, mais crée un garde-fou de plus*», a expliqué M. Henheffer en conférence de presse.

Les quatre journalistes ont demandé la tenue d'une commission d'enquête pour savoir si les autorités fédérales ont déjà dans le passé mis sous surveillance des journalistes. Le gouvernement libéral se contente de dire qu'aucune surveillance de ce type n'est effectuée en ce moment, mais refuse de dire si cela s'est produit dans le passé.

Interrogé à la Chambre des communes, le ministre de la Sécurité publique, Ralph Goodale, s'est borné à répéter que son gouvernement «*est en train de revoir tous les garde-fous fédéraux en place, incluant les directives ministérielles*».

Le Devoir

LE DEVOIR, JEUDI 17 NOVEMBRE 2016
p.A8

PROTECTION DES SOURCES

Des journalistes veulent une loi fédérale

OTTAWA | (Agence QMI) Une coalition de journalistes québécois et canadiens demande au gouvernement Trudeau d'enclôser dans une loi la protection des sources journalistiques.

«Il est temps de protéger la relation spéciale entre les journalistes et leurs sources à l'intérieur d'une loi qui serait la même pour tous les journalistes au travers le pays», a déclaré hier le chroniqueur de *La Presse*, Patrick Lagacé, de passage dans la capitale fédérale.

M. Lagacé était accompagné de Ben Makuch, de *Vice*, Mohamed Fahmy, un journaliste canadien emprisonné durant plus d'un an en Égypte, et Tom Henheffer, directeur de l'organisme Canadian Journalists for Free Expression.

Leur demande a été reçue froidement par les libéraux. Le député Michel Picard a, pour le moment du moins, fermé la porte à l'avenue législative.

Québec crée une commission d'enquête

JOCELYNE RICHER
La Presse canadienne

QUÉBEC — Le gouvernement Couillard a adopté mercredi le décret créant la commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques.

Elle sera présidée par le juge Jacques Chamberland, de la Cour d'appel, et devra formuler des recommandations au gouvernement et remettre son rapport d'ici le 1er mars 2018. Les audiences de la commission seront publiques. Les commissaires pourraient cependant choisir d'entendre certains témoignages à huis clos, pour ne pas nuire à des enquêtes en cours. Mais l'enquête sera publique, « au même titre que la Commission Charbonneau », a assuré la ministre de la Justice, Stéphanie Vallée.

La commission sera formée de trois personnes, une provenant du milieu judiciaire, le juge Chamberland, une autre du milieu policier, Alexandre Matte, ex-directeur du Service de police de la ville de Québec, et une troisième représentant les médias, Me Guylaine Bachand, avocate spécialisée en droit des médias. Le mandat de la commission consistera notamment à identifier les meilleures pratiques

à mettre en œuvre pour protéger la confidentialité des sources journalistiques.

La période couverte s'étendra du 7 mai 2010 à aujourd'hui. La Cour suprême a statué ce jour-là sur la protection des sources journalistiques en matière criminelle, ce qui

explique le choix de la date.

L'annonce a été faite en conférence de presse, en marge de la séance hebdomadaire du conseil des ministres, par trois ministres, la ministre de la Justice, Stéphanie Vallée, le ministre de la Sécurité publique, Martin Coiteux, et le ministre de la

Culture et des Communications, Luc Fortin. Le mandat inclura le fait d'enquêter sur « les allégations d'intervention politique auprès des corps de police » ayant pu mener à déclencher des enquêtes policières, a commenté la ministre Vallée.

La commission Chamberland

devra aussi enquêter sur les pratiques policières menant à obtenir auprès d'un juge de paix des mandats d'écoute électronique des journalistes, des pratiques susceptibles de porter atteinte au principe de la confidentialité des sources journalistiques.

SOURCES JOURNALISTIQUES La commission d'enquête a 15 mois pour faire le travail

Trop long, et un mandat trop restreint, dit l'opposition

MARCO BÉLAIR-CIRINO

Correspondant parlementaire
à Québec

La Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques imaginée par le gouvernement libéral présente de gros défauts de fabrication, signalent les partis d'opposition à l'Assemblée nationale.

Le Conseil des ministres a adopté mercredi le décret dans lequel il confie au juge Jacques

«C'est une commission qui n'a pas de dents, pas de mordant, pas de dentier!»

Simon Jolin-Barrette

Chamberland, à l'ex-chef de police Alexandre Matte et à l'avocate spécialisée en droit des médias Guylaine Bachand la tâche d'«enquêter», de «faire rapport» et de «formuler des recommandations» sur les pratiques policières «susceptibles de porter atteinte au privilège protégeant l'identité des sources journalistiques» d'ici au 1^{er} mars 2018.

Les commissaires pourront analyser les pratiques — y compris celles relatives à «l'obtention et l'exécution d'autorisations judiciaires» pour épier des journalistes — ayant cours depuis le 7 mai 2010 (dévoilement de l'arrêt *R. c. National Post*). Toutefois, «la commission d'enquête devra user de prudence pour s'assurer de ne pas venir porter atteinte au processus judiciaire en cours», a averti le ministre de la Justice, Stéphanie Vallée, deux semaines après la mise au jour de quelques cas de journalistes épiés par le Service de police de la Ville de Montréal (SPVM) et la Sûreté du Québec (SQ).

D'ailleurs, M. Chamberland, M. Matte et M^{me} Bachand ne pourront ni se prononcer sur la légalité de la vingtaine de mandats de surveillance accordés par la juge de paix Josée de

VOIR PAGE A 8 : SOURCES

SOURCES

SUITE DE LA PAGE 1

Carufel visant l'iPhone du chroniqueur Patrick Lagacé réclamés par le SPVM ni forcer la Conférence des juges du Québec à témoigner des contraintes imposées aux juges de paix. «De facto, la magistrature n'est pas contraignable. De facto», a insisté M^{me} Vallée lors d'une conférence de presse sur la colline parlementaire.

Or, «il n'y a rien qui empêche la magistrature dans ses fonctions d'administration de venir expliquer comment [elle] procède», a mentionné la députée péquiste Véronique Hivon. «Quels sont les critères qui guident les juges? Quelle est la formation qui est donnée aux juges? Quel est leur travail au quotidien?»

Interventions politiques

Le gouvernement libéral a aussi demandé à la commission Chamberland de démêler «les allégations d'interventions politiques auprès des corps de police de nature à compromettre» le privilège qui protège l'identité des sources journalistiques.

Il y a fort à parier que les trois commissaires décortiqueront l'entretien téléphonique du 10 septembre 2013 durant lequel le ministre péquiste Stéphane Bergeron avait questionné le directeur général de la SQ, Mario Laprise, sur le «coulage d'information confidentielle» à l'égard de la «surveillance électronique» dont le président de la FTQ, Michel Arseneault, avait fait l'objet. Déterminé à trouver la source de ces fuites, l'état-major de la SQ avait alors demandé et obtenu des piles de relevés d'appels téléphoniques de six reporters, dont les journalistes d'enquête Alain Gravel, Marie-Maude Denis et Isabelle Richer. Le Parti québécois souhaite connaître la «vérité» sur ce cas, mais également sur «le cas de M. Dutil». En 2012, le ministre libéral Robert Dutil avait demandé à la SQ d'enquêter sur une fuite d'informations confidentielles concernant l'affaire Ian Davidson.

La ministre Stéphanie Vallée a invité la Commission d'enquête à dévoiler son rapport final et ses recommandations dans les «meilleurs délais et au plus tard» dans 15 mois et demi, c'est-à-dire le 1^{er} mars 2018. «C'est quand même un échéancier qui est raisonnable», a-t-elle soutenu à la presse.

Le gouvernement a fixé un délai trop long,



JACQUES BOISSINOT LA PRESSE CANADIENNE

selon les partis d'opposition. «Les dirigeants de la Sûreté du Québec [et du Service de police de la Ville de Montréal] pourront encore s'asseoir sur le fait qu'en attendant les recommandations, c'est «business as usual», et ça, c'est inacceptable», a dit le député solidaire Amir Khadir.

D'autre part, le gouvernement a précisé mercredi qu'«aucun blâme» ou «aucune conclusion ou recommandation à l'égard de la responsabilité civile, pénale ou criminelle de personnes ou d'organisations» ne devront apparaître dans le rapport de la commission Chamberland. «C'est une clause standard», a fait valoir M^{me} Vallée, pointant le mandat de la Commission d'enquête nationale sur les femmes et les filles autochtones disparues et assassinées. Ce ne fut toutefois pas le cas pour la commission Charbonneau ou encore la commission Johnson.

«C'est une commission qui n'a pas de dents, pas de mordant, pas de dentier!» a lancé le député caquiste Simon Jolin-Barrette, déplorant que le pouvoir de blâme ait été retiré, que la pé-

riode faisant l'objet de l'enquête soit trop courte, et que la «relation privilégiée» entre le politique et le policier ne soit pas étudiée en détail. «Les libéraux, ce qu'ils ont décidé de faire, c'est d'anesthésier le problème et de ne pas aller au fond des choses complètement, en limitant le mandat de la commission», a-t-il déclaré.

Les commissaires Bachand et Matte toucheront des honoraires de 800 dollars par jour, lesquels sera déduit, dans le cas de l'ex-directeur de police, l'équivalent de la moitié d'une rente. Les coûts en valent la chandelle, a soutenu le ministre de la Sécurité publique, Martin Coiteux, mercredi. «Le rôle d'un État, c'est de défendre les libertés fondamentales puis de s'assurer qu'elles soient défendues par tous les acteurs qui sont concernés. Alors ce n'est pas un enjeu budgétaire, ici, c'est un enjeu de principes fondamentaux», a affirmé l'ex-président du Conseil du trésor.



LES TROIS COMMISSAIRES

JACQUES CHAMBERLAND

- Juge à la Cour d'appel depuis 1993
- 45 ans d'expérience en droit

ALEXANDRE MATTE

- Coordonnateur et enseignant au programme de Techniques policières du Campus Notre-Dame-de-Foy depuis 2003
- Ex-policier et ex-directeur du Service de police de la Ville de Québec (1971 à 2001)

GUYLAINE BACHAND

- Avocate spécialisée en droit des médias depuis plus d'une vingtaine d'années
- Ex-avocate de TVA et Radio-Canada

PHOTO LE JOURNAL DE QUÉBEC, SIMON CLARK

«Notre gouvernement n'a pas tardé à agir», a fait valoir la ministre de la Justice, Stéphanie Vallée, lorsque questionnée par l'opposition hier à l'Assemblée nationale.

Les juges impliqués n'auront pas à témoigner

Composition de la Commission sur la protection des sources

QUÉBEC | Les juges qui ont émis des mandats pour permettre aux policiers de surveiller les communications de plusieurs journalistes ne seront pas obligés de témoigner devant la Commission d'enquête sur la protection des sources journalistiques, dont la composition a été confirmée hier par Québec.

MARC-ANDRÉ GAGNON
Bureau parlementaire

«De facto, la magistrature n'est pas contraignable», a rappelé la ministre de la Justice, Stéphanie Vallée, en conférence de presse.

La commission d'enquête aura jusqu'au 1er mars 2018 pour mener ses travaux et remettre son rapport final et émettre des recommandations au gouvernement, un délai jugé trop long par les partis d'opposition.

Tel qu'annoncé à la création de la commission, le milieu judiciaire, le milieu policier et le milieu journalistique seront chacun représenté par un commissaire.

Celui provenant du domaine judiciaire sera bel et bien Jacques Chamberland, un juge de la Cour d'appel à qui reviendra la tâche de présider les travaux de la commission.

Il sera appuyé par Alexandre Matte, coordonnateur du programme de Techniques policières du Campus Notre-Dame-de-Foy, un collègue privé de Québec.

Christian Leblanc s'étant désisté, le

gouvernement a finalement arrêté son choix, en tant que commissaire provenant de la sphère médiatique, sur l'avocate spécialisée en droit des médias Guylaine Bachand.

800 \$ PAR JOUR PAR COMMISSAIRE

Chacun des commissaires recevra des honoraires de 800 \$ par jour. Il est encore trop tôt pour savoir combien devraient coûter l'ensemble des travaux.

Pour éviter de nuire aux procédures judiciaires en cours, certains témoignages pourraient avoir lieu à huis clos, a expliqué la ministre Vallée.

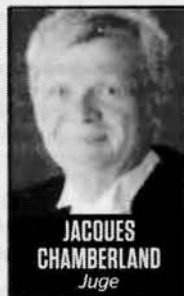
La commission s'intéressera aux interventions qui ont eu lieu depuis le 7 mai 2010, ce qui correspond au jour où la Cour suprême a statué sur la protection des sources journalistiques en matière criminelle. Cette période de six ans est «non négligeable», a fait valoir Mme Vallée.

L'OPPOSITION INSATISFAITE

Comme les commissaires demandent souvent des prolongations de mandat, le Parti québécois craint que le rapport ne soit pas rendu public avant les prochaines élections générales.

«On aurait aimé apporter des modifications législatives [...] avant les prochaines élections», a indiqué la députée péquiste Véronique Hivon.

«C'est une commission qui n'a pas de dent, pas de mordant, pas de dentier», a réagi à son tour le député caquiste Simon Jolin-Barrette, qui accuse le gouvernement libéral de mener un simple «exercice de relations publiques».



Québec crée la commission d'enquête sur les sources journalistiques



La commission d'enquête sur la protection et la confidentialité des sources journalistiques devra remettre son rapport d'ici le 1er mars 2018. LA PRESSE

Jean-Marc Salvet
Le Soleil

(Québec) La Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques devra remettre son rapport en mars 2018, quelques mois avant les prochaines élections générales au Québec.

Les audiences seront publiques, sauf pour les témoignages qui, s'ils étaient tenus publiquement, pourraient court-circuiter des enquêtes policières en cours ou des processus judiciaires.

«L'objectif, c'est que cette commission d'enquête soit publique», a affirmé la ministre de la Justice du Québec, Stéphanie Vallée. «Ce sera aux commissaires de déterminer l'opportunité de tenir des audiences à huis clos s'il s'agissait d'enjeux qui pourraient avoir un impact sur des enquêtes en cours. Mais l'objectif et le principe, c'est qu'il s'agit bel et bien d'une enquête publique, au même titre que la commission Charbonneau l'était.»

Les juges, les juges de paix, ceux qui lancent des mandats de surveillance, ne pourront être contraints de témoigner du fait de l'«indépendance de la magistrature».

La Commission pourra remonter son regard jusqu'au 7 mai 2010. Les commissaires s'arrêteront donc évidemment sur le coup de fil passé par Stéphane Bergeron, alors qu'il était ministre de la Sécurité publique au sein du gouvernement Marois, au grand patron de la Sûreté du Québec - coup de fil qui a déclenché une série de surveillances de journalistes.

M. Bergeron a déclaré ne jamais avoir suggéré une telle action de surveillance à l'endroit de journalistes et affirmé que jamais il n'avait même pu imaginer qu'une telle chose se produirait. Le président de la FTQ de l'époque, Michel Arseneault, s'était plaint auprès de lui de fuites d'informations policières à son sujet dans les médias.

Balises de la Cour suprême

La ministre Stéphanie Vallée a indiqué que la date du 7 mai 2010 avait été choisie parce que c'est ce jour-là que la Cour suprême du Canada a établi une série de critères devant être soupesés lorsqu'un mandat visant ou pouvant affecter une source journalistique est en jeu.

Conformément à la pratique, deux des trois commissaires recevront des honoraires de 800 \$ par jour. Le président continuera de toucher son salaire de membre de la Cour d'appel.

Ensemble, ils devront très rapidement déterminer leurs besoins en personnel.

Leur rapport ne portera pas de blâmes et ne tirera aucune conclusion à l'égard de la responsabilité civile, pénale ou criminelle de personnes ou d'organisations. Il vise à faire des recommandations au gouvernement.

Trop long

Le Parti québécois et Québec solidaire estiment que le mandat de la Commission est trop long. La péquiste Véronique Hivon craint qu'en raison d'une éventuelle demande de prolongation, les conclusions du groupe ne soient connues qu'après les prochaines élections générales, prévues en octobre 2018.

La Coalition avenir Québec estime pour sa part que le mandat manque de mordant et ne remonte pas suffisamment loin dans le temps.

Tous déplorent ne pas avoir été «mis dans le coup», pour reprendre les mots de Mme Hivon, quant au choix des commissaires et à l'énoncé du mandat. Stéphanie Vallée rétorque que les candidatures suggérées par les partis d'opposition ont été «considérées».

Les trois commissaires

La commission sera présidée par Jacques Chamberland, juge à la Cour d'appel depuis 1993.

Le commissaire provenant du milieu policier est Alexandre Matte, qui a déjà dirigé le Service de police de la Ville de Québec. Il occupe la fonction d'enseignant et de responsable coordonnateur au programme collégial de Techniques policières au Collège Notre-Dame-de-Foy.

La commissaire agréée par les directeurs de presse est Me Guylaine Bachand. Elle possède une longue expérience en droit des médias.

Le mandat

Le conseil des ministres du gouvernement du Québec a statué que le mandat de la Commission serait le suivant:

«Enquêter, faire rapport et formuler des recommandations sur les pratiques policières en matière d'enquête, susceptibles de porter atteinte au privilège protégeant l'identité des sources journalistiques, y compris sur les allégations d'interventions politiques auprès des corps de police de nature à compromettre ce privilège et qui ont pu mener au déclenchement d'enquêtes policières»;

«Enquêter, faire rapport et formuler des recommandations sur les pratiques relatives à l'obtention et à l'exécution d'autorisations judiciaires susceptibles de porter atteinte au privilège protégeant l'identité des sources journalistiques»;

«Formuler des recommandations au gouvernement quant aux meilleures pratiques et aux actions concrètes à mettre en oeuvre.»

Judge, lawyer, ex-police chief to probe spying on journalists

Commissioners to hold hearings and publish report by March 1, 2018

ANDY RIGA

A judge, a media lawyer and a former police chief have been given a mission: scrutinize police surveillance of Quebec journalists and possible political interference in investigations.

They will preside over a 14-month public inquiry into police practices over the past six years, including allegations that calls from politicians led two police forces to spy on reporters.

"We have appointed them to shed light on a situation and to make recommendations in order to make sure that freedom of the press and the protection of sources is really taken into account," Justice Minister Stéphanie Vallée said Wednesday.

The opposition Parti Québécois and Québec solidaire complained that the inquiry will take too long,

noting that if an extension is sought its report might only be published after the next Quebec election, due in October 2018.

"It's a public-relations exercise for the Liberal government," said Coalition Avenir Québec justice critic Simon Jolin-Barrette.

Justice Jacques Chamberland, of the Quebec Court of Appeal, will head the inquiry. A judge since 1993, he is a former Quebec deputy justice minister and deputy attorney general. The two other commissioners are media lawyer Guylaine Bachand and Alexandre Matte, a former Quebec City police chief.

The commissioners will hold both closed-door and public hearings and are to publish a report by March 1, 2018. Their mandate will cover police activities beginning in May 2010, when the Supreme Court of Canada spelled out what judges should consider when asked by po-

lice to issue a warrant involving the identity of journalists' sources.

Quebec Premier Philippe Couillard announced the inquiry two weeks ago after a public uproar when several surveillance cases came to light.

In one case, the SQ obtained six reporters' phone records after then-Parti Québécois public security minister Stéphane Bergeron asked then-SQ director-general Mario Laprise to look into leaks to the news media about an investigation into union boss Michel Arseneault.

In another case, Montreal police obtained a warrant to examine a La Presse reporter's phone records after Mayor Denis Coderre asked police brass to look into how the reporter had learned Coderre had been given a \$444 traffic ticket.

Vallée said she does not know how much the inquiry will cost. But she said Chamberland will not get any extra remuneration for his inquiry work. The other two commissioners are to be paid \$800 per day.

ariga@postmedia.com
twitter.com/andyriga



Montreal police had tracked La Presse journalist Patrick Lagacé's cellphone calls and text messages during an internal police investigation. The force also monitored his whereabouts using his phone's GPS.

PIERRE
OBENDRAUF/
FILES

POLICE PROBE SCANDAL

**QUEBEC TO HOLD
INQUIRY INTO ISSUE
OF NEWS SOURCES**

Quebec is announcing a public inquiry into the protection of journalists' sources. The government said today the inquiry will be chaired by Jacques Chamberland, a judge with the province's court of appeal, and its commissioners must report back with recommendations by March 1, 2018. Premier Philippe Couillard, pictured, had announced an inquiry would be held after Montreal and



provincial police admitted they collected data from the cellphones of several journalists. The inquiry is public but commissioners will be able to hear certain witnesses behind closed doors in the event they are linked to ongoing investigations. The inquiry's mandate will include identifying best practices to protect the confidentiality of journalistic sources. *The Canadian Press*

Facebook Finds More Ad-Metric Errors, Vows Clarity About Fixes

Sarah Frier

Facebook Inc. said it discovered several mistakes in its reporting of metrics to partners and advertisers and vowed to be more transparent about errors in the future as it fixes the issue.

The social-networking company conducted a broad review after discovering three months ago that it had overstated how long people watched videos on its site. The miscalculation wasn't broadly disclosed, sparking some criticism of the social network. Now, Facebook says it has found four other instances where it miscalculated reach on its site, including overstating how long people spent reading Instant Articles and how many people interacted with businesses' Facebook Pages.

Companies and marketers rely on Facebook to tell them how well the content they post is performing, so that they can make strategic decisions about what to do next and how much to invest through advertising or otherwise. To avoid future errors, the company said it's establishing a measurement council made up of top advertisers and partners. Facebook will also allow more third party measurement companies such as Nielsen to track and supplement its metrics. Additionally, Facebook is revising the descriptions for its data to explain exactly what they measure, for example reporting "3-second video views" instead of just "video views."

"We are very much striving to be known as a listening organization," Carolyn Everson, Facebook's vice president of global marketing solutions, said in an interview. "We hope to learn every single day about how we can improve the way we service our clients."

Facebook makes more than 220 metrics available to clients, according to Everson. Among the troublesome numbers was one called "referrals" that was meant to show app makers how many of their posts directed traffic back to their website or app. Instead, Facebook's metric counted all the traffic that came out of the posts, even those that kept the viewer within Facebook. As a result, referrals were overstated by 6 percent on average, Facebook said.

Facebook shares slipped 1.6 percent to \$115.29 at 9:52 a.m. in New York. They are up 12 percent this year through Tuesday, compared with a 6.7 percent increase in the Standard & Poor's 500 Index.

Sometimes Facebook's math formula was simply wrong. For Instant Articles, which publishers use to help their stories load faster, Facebook said it had accidentally overstated time spent on stories by 7 percent to 8 percent. It had been showing clients a number that was an average over time, instead of just dividing time spent on stories by their number of views.

For Facebook Pages, the company gave a number of how many people were reached, but double-counted repeat visitors. After Facebook fixes the problem, pages may see their 28-day reach drop by 55 percent, the company said.

Not all mistakes overstated Facebook's influence. After resolving one complication with video views, clients may see the metric for people who watched their whole video rise by 35 percent on average.

Facebook will disclose further updates on a new blog that's specifically dedicated to metrics news. Facebook said none of the issues would affect client billing.

"We strive to be as accurate as possible," Everson said. "I can't sit here and tell you it's going to be perfect every day, because frankly, consumer behavior changes too quickly."

www.bloomberg.com/news/articles/2016-11-16/facebook-vows-transparency-after-miscalculating-some-metrics

Mark Zuckerberg Is in Denial

Zeynep Tufekci

CHAPEL HILL, N.C. — Donald J. Trump's supporters were probably heartened in September, when, according to an article shared nearly a million times on Facebook, the candidate received an endorsement from Pope Francis. Their opinions on Hillary Clinton may have soured even further after reading a Denver Guardian article that also spread widely on Facebook, which reported days before the election that an F.B.I. agent suspected of involvement in leaking Mrs. Clinton's emails was found dead in an apparent murder-suicide.

There is just one problem with these articles: They were completely fake.

The pope, a vociferous advocate for refugees, never endorsed anyone. The Denver Guardian doesn't exist. Yet thanks to Facebook, both of these articles were seen by potentially millions of people. Although corrections also circulated on the social network, they barely registered compared with the reach of the original fabrications.

This is not an anomaly: I encountered thousands of such fake stories last year on social media — and so did American voters, 44 percent of whom use Facebook to get news.

Mark Zuckerberg, Facebook's chief, believes that it is "a pretty crazy idea" that "fake news on Facebook, which is a very small amount of content, influenced the election in any way." In holding fast to the claim that his company has little effect on how people make up their minds, Mr. Zuckerberg is doing real damage to American democracy — and to the world.

He is also contradicting Facebook's own research.

In 2010, researchers working with Facebook conducted an experiment on 61 million users in the United States right before the midterm elections. One group was shown a "go vote" message as a plain box, while another group saw the same message with a tiny addition: thumbnail pictures of their Facebook friends who had clicked on "I voted." Using public voter rolls to compare the groups after the election, the researchers concluded that the second post had turned out hundreds of thousands of voters.

In 2012, Facebook researchers again secretly tweaked the newsfeed for an experiment: Some people were shown slightly more positive posts, while others were shown slightly more negative posts. Those shown more upbeat posts in turn posted significantly more of their own upbeat posts; those shown more downbeat posts responded in kind. Decades of other research concurs that people are influenced by their peers and social networks.

All of this renders preposterous Mr. Zuckerberg's claim that Facebook, a major conduit for information in our society, has "no influence."

The problem with Facebook's influence on political discourse is not limited to the dissemination of fake news. It's also about echo chambers. The company's algorithm chooses which updates appear higher up in users' newsfeeds and which are buried. Humans already tend to cluster among like-minded people and seek news that confirms their biases. Facebook's research shows that the company's algorithm encourages this by somewhat prioritizing updates that users find comforting.

I've seen this firsthand. While many of my Facebook friends in the United States lean Democratic, I do have friends who voted for Mr. Trump. But I had to go hunting for their posts because Facebook's algorithm almost never showed them to me; for whatever reason the algorithm wrongly assumed that I wasn't interested in their views.

Content geared toward these algorithmically fueled bubbles is financially rewarding. That's why YouTube has a similar feature in which it recommends videos based on what a visitor has already watched.

It's also why, according to a report in BuzzFeed News, a bunch of young people in a town in Macedonia ran more than a hundred pro-Trump websites full of fake news. Their fabricated article

citing anonymous F.B.I. sources claiming Hillary Clinton would be indicted, for example, got more than 140,000 shares on Facebook and may well have been viewed by millions of people since each share is potentially seen by hundreds of users. Even if each view generates only a fraction of a penny, that adds up to serious money.



Mark Zuckerberg, chairman and chief executive of Facebook.

CreditEric Risberg/Associated Press

Of course, fake news alone doesn't explain the outcome of this election. People vote the way they do for a variety of reasons, but their information diet is a crucial part of the picture.

After the election, Mr. Zuckerberg claimed that the fake news was a problem on "both sides" of the race. There are, of course, viral fake anti-Trump memes, but reporters have found that the spread of false news is far more common on the right than it is on the left.

The Macedonian teenagers found this, too. They had experimented with left-leaning or pro-Bernie Sanders content, but gave up when they found it wasn't as reliable a source of income as pro-Trump content. But even if Mr. Zuckerberg were right and fake news were equally popular on both sides, it would still be a profound problem.

Only Facebook has the data that can exactly reveal how fake news, hoaxes and misinformation spread, how much there is of it, who creates and who reads it, and how much influence it may have. Unfortunately, Facebook exercises complete control over access to this data by independent researchers. It's as if tobacco companies controlled access to all medical and hospital records.

These are not easy problems to solve, but there is a lot Facebook could do. When the company decided it wanted to reduce spam, it established a policy that limited its spread. If Facebook had the same kind of zeal about fake news, it could minimize its spread, too.

If anything, Facebook has been moving in the wrong direction. It recently fired its (already too few) editors responsible for weeding out fake news from its trending topics section. Unsurprisingly, the section was then flooded with even more spurious articles.

This June, just as the election season was gearing up, Facebook tweaked its algorithm to play down posts from news outlets and to increase updates shared by friends and family. The reasonable explanation is that that's what people want to see. Did this mean less reputable stories spread quickly through social networks while real journalism got depressed? Only Facebook knows. Worse, Facebook doesn't flag or mark credible news websites: The article from The Denver Guardian, a paper that doesn't even exist, has the same format on the platform as an article from The Denver Post, a real newspaper.

In addition to doing more to weed out lies and false propaganda, Facebook could tweak its algorithm so that it does less to reinforce users' existing beliefs, and more to present factual information. This may seem difficult, but perhaps the Silicon Valley billionaires who helped create this problem should take it on before setting out to colonize Mars.

Facebook should also allow truly independent researchers to collaborate with its data team to understand and mitigate these problems. A more balanced newsfeed might lead to less "engagement," but Facebook, with a market capitalization of more than \$300 billion and no competitor in sight, can afford this.

This should not be seen as a partisan issue. The spread of false information online is corrosive for society at large. In a 2012 opinion essay in *The Times*, I cited the Obama campaign's successful social media and data strategy to warn about the potential dangers of polarization and distasteful political methods, like misinformation on social media.

And the dangers of Facebook's current setup are not limited to the United States. The effects can be even more calamitous in countries with fewer checks and balances, and weaker institutions and independent media. In Myanmar, for example, misinformation on Facebook has reportedly helped fuel ethnic cleansing, creating an enormous refugee crisis.

Facebook may want to claim that it is remaining neutral, but that is a false and dangerous stance. The company's business model, algorithms and policies entrench echo chambers and fuel the spread of misinformation.

Letting this stand is not neutrality; it amplifies the dangerous currents roiling the world. When Facebook is discussed in tomorrow's history books, it will probably not be about its quarterly earnings reports and stock options.

Zeynep Tufekci is an associate professor at the University of North Carolina School of Information and Library Science and a contributing opinion writer.

www.nytimes.com/2016/11/15/opinion/mark-zuckerberg-is-in-denial.html?

CULTURE

MÉDIAS

Trudeau et Trump: deux gagnants, un même combat médiatique

STÉPHANE
BAILLARGEON

Une surprise politique de droite peut en cacher une autre de gauche. Le principal stratège numérique du Parti libéral du Canada explique que Donald Trump a gagné la présidence américaine en suivant l'exemple précédent de Justin Trudeau. Après tout, lui aussi a remporté une surprenante victoire électorale.

« Mon impression générale, c'est que le président désigné Trump a mené une campagne très similaire à celle que nous avons menée avec Trudeau, a expliqué Tom Pitfield, mercredi, dans un débat public organisé à Ottawa. Probablement pour les mêmes raisons d'ailleurs. Nous n'avions pas les sondages et les données détenues par les autres partis. Nous sommes donc allés en ligne pour en trouver. Ce faisant, nous avons engagé une conversation honnête avec les gens et nous avons interagi avec eux. Nos données sont devenues de plus en plus fiables. »

Bref, pour lui, ces élections font prendre conscience de la nouvelle puissance impériale des données. « Je dirais qu'Hillary Clinton a gagné la campagne hors-ligne, mais que Donald Trump a gagné la campagne en ligne. Elle répétait la même chose tout le temps. Trudeau et Trump, qui étaient assez courageux pour dire ce qu'ils pensent et pour brasser la cage, créaient des moments où on pouvait contempler le changement et connecter avec la base. »

Tom Pitfield est le stratège numérique en chef du Parti libéral du Canada. Sa femme, Anna Gainey, fille du hockeyeur Bob, a été élue présidente du Parti libéral du Canada en février 2014. La victoire majoritaire de Justin Trudeau aux



JEWEL SAMAD AGENCE FRANCE-PRESSE

Selon le principal stratège numérique du PLC, « Hillary Clinton a gagné la campagne hors-ligne, mais Donald Trump a gagné la campagne en ligne ».

dernières élections lui doit beaucoup.

Vie et mort des médias

Une impression sinon de révolution, au moins de grand bouleversement nimbait les échanges sur le thème « Médias et campagnes électorales » organisés dans le cadre de la conférence annuelle de la section canadienne de l'Institut international des communications (IIC Canada).

Le panel à quatre réunissait aussi Catherine Cano, présidente de CPAC, la chaîne parlementaire. Elle a livré un plaidoyer pour le journalisme, cette vieille discipline de vérification des faits. Il en faut en démocratie, a-t-elle rappelé, tout en se désolant du manque de moyens des salles de presse. Elle n'a pas non plus éludé la critique de la presse pour son rôle dans la présidentielle américaine.

« De bonnes questions ont été posées aux médias, a dit la présidente Cano. Qu'ont-ils raté et

pourquoi? Ont-ils été en faveur de Clinton? Ont-ils mal compris le phénomène Trump? Le New York Times a dit qu'il lui fallait maintenant revenir aux bases du métier. Les médias s'accusent entre eux maintenant. Mais il y a eu du bon journalisme pendant cette campagne, beaucoup de vérification de faits par exemple. »

La faute à qui?

À quoi bon? Un sondage mené par le Media Research Centre établit que plus de deux électeurs américains sur trois (69%) ne croient pas que les médias d'information sont honnêtes et véridiques. Quatre sur cinq (78%) pensent que la couverture de la dernière campagne électorale était biaisée, avec une nette faveur pour la candidate. Presque tous (97%) ont affirmé que de toute manière, cette présumée partialité n'a pas influencé leur vote.

Plus de 60% des Américains se tournent maintenant vers Facebook pour s'informer. Le mé-

garéseau est un média sans en endosser pleinement la responsabilité éthique et politique.

« Donald Trump a gagné à cause de Facebook, a résumé Max Read du New York Magazine. Au risque de passer pour hyperbolique, je pense que peu d'événements ont autant compté au cours de la dernière décennie que l'acquisition en gros des fonctions traditionnelles des médias d'information par ce réseau social (sans parler de l'appareil du parti politique). »

Le dictionnaire Oxford vient de désigner *post-truth* (post-vérité) comme mot de l'année en langue anglaise. Le terme fait référence à « des circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d'influence pour modeler l'opinion publique que les appels à l'émotion et aux opinions personnelles », selon la définition proposée. Il n'est pas fait mention du mensonge, et c'est bien dommage.

Le Devoir

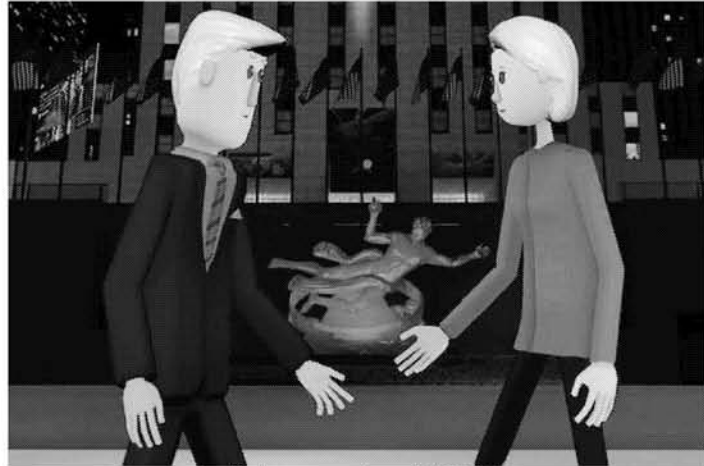
NBC News is experimenting with live virtual reality to cover news events

With live VR, the news organisation aims to give audiences the chance to interact with its anchors in a more intimate way

Mădălina Ciobanu

For each presidential election cycle in the US, NBC News takes over the space outside Rockefeller Center in New York City to create an interactive experience that celebrates democracy.

People can visit the Democracy Plaza in the run up to election day to have their picture taken in a replica of the Oval Office or to record a mock report as if they were NBC News anchors, for example. They can also watch the results as they come in on the day the vote takes place, when the ice rink in the plaza is turned into a map of the US and the states are coloured blue or red depending on which candidate is leading.



Credit: Image courtesy of NBC News

For the 2016 election, NBC News wanted to do something different using the space, so the organisation worked with software company **AltspaceVR** to recreate the Democracy Plaza in virtual reality.

"We wanted to do something different and new, with the idea that we had some restrictions on the Democracy Plaza in real life, which we only had for about two days [around the elections]," said **Steve Veres**, director of strategic content for NBC News.

"But in the virtual world, we had it for about 48 days before the election and we scheduled a slate of programming to inform, educate and connect people to our talent and the election in new ways."

Since the Virtual Democracy Plaza went live in late September, NBC News hosted more than 11 events in this format running up to election day. The experiment included a virtual reality Q&A session with Today Show anchor **Al Roker**, an analysis of the polls and the state of the race conducted by MSNBC political correspondent **Steve Kornacki**, and a conversation about cybersecurity and democracy with **Kor Adana**, writer and technology producer on TV series *Mr Robot*.



The presidential and vice-presidential debates were also livestreamed in the virtual reality space, and for all these events, people were able to join in by creating a free profile on AltspaceVR, which they could customise to resemble them as closely as possible.

Viewers were able to move around in the Virtual Democracy Plaza and interact with each other by talking, sending emojis, selfies and images, and they could also ask the anchors questions.

Veres explained that when one of the virtual events featured speakers, the software would mute the rest of the audience so the focus was on the conversation taking place on stage. For the Q&A portion of the programming, if a member of the audience wanted to ask something, they would "raise their hand" via an emoji and their question would then be broadcast and amplified to everyone in attendance.

 **AltspaceVR**
@AltspaceVR Follow

AltspaceVR & @NBCNews present Virtual Democracy Plaza! We're bringing you live news in #VR. altvr.com/nbcnews
9:02 AM - 21 Sep 2016

Viewers could access the Virtual Democracy Plaza through the AltspaceVR app on devices such as Oculus Rift, HTC Vive and Samsung Gear VR, but a 2D version was available for those without headsets and the events were also **livestreamed on YouTube**.



Image courtesy of NBC News

Most of the sessions lasted between 45 minutes and an hour, with the exception of election night, where people could tune in and out of the virtual reality plaza for about eight hours. Overall, the VR output of NBC News amounted to some 30 hours of coverage, with "thousands of people joining" throughout the events, and Veres said viewers were spending 50 minutes on average in the immersive environment.

NBC News had experimented with 360-degree video before, he added, producing short form videos for its **online VR hub**, but it was the first time the organisation attempted live events in virtual reality.

"What intrigued us about this experience was that it was really about one-to-one communication," Veres said.

"Our anchors are great and we try to give our audience access to them via Facebook Live and Twitter, but that always feels one step removed because of the platform limitations.

"With the custom avatars we created for AI Roker and Meet the Press moderator **Chuck Todd**, people were able to interact with the anchors as if they were right next to them, answering their questions, even though they were in a virtual world."

While the Virtual Democracy Plaza cannot be easily repurposed for other projects, NBC News will be looking at how virtual reality and similar spaces can be used for upcoming news events.

"We learned a lot quickly about what personalities we need in this space and about the challenges around livestreaming and mirroring an environment to multiple people so that the pages were light enough to load quickly.

"I think we were the first news organisation to program multiple events in AltspaceVR, so we were pioneering with them what it means to have these live events with people in a sustained programming manner," said Veres.

www.journalism.co.uk/news/nbc-news-is-experimenting-with-live-virtual-reality-to-cover-news-events/s2/a692353/

Radio National to lose eight staff as ABC cuts several programs from 2017 schedule

Exclusive: All but one of RN's music programs expected to be cancelled, along with Afternoons and the religious affairs program Sunday Nights



Michelle Guthrie at Senate estimates in October said that although no cuts were planned at Radio National, 'the programming strategy is not static, nor has it ever been'. Photograph: Mike Bowers for the Guardian

Amanda Meade

The ABC is imposing a new round of cuts at Radio National with eight staff and several programs to be slashed from the 2017 schedule.

Sources told Guardian Australia all but one of RN's music programs will be cancelled as the network becomes a talk-only station.

RN Afternoons, The Body Sphere, Soundproof, Daily Planet and The Live Set are expected to be cancelled along with the religious affairs program Sunday Nights with John Cleary.

Conservative commentator Tom Switzer, an adjunct fellow of the Institute of Public Affairs, has been given another show in addition to Between the Lines.

Switzer will replace Jonathan Green as the host on Sunday Extra, which is RN's live Sunday morning broadcast of Ockham's Razor, Background Briefing and First Dog on the Moon.

First Dog's Sunday morning slot Guide to Modern Living has also been dropped, the cartoonist for Guardian Australia has revealed. He said in a post on Facebook he didn't mind being axed but he was unhappy Switzer was taking over the program.

"To be honest I don't mind too much – we were talking about needing to refresh the format anyway (getting canned is very refreshing!) however I am annoyed that the IPA are taking over the whole Sunday morning.

"Anyway, thanks to everyone who has listened to the worst 4 minutes of radio in Australia over the journey it has been extremely fun and you are all very nice."

The changes are expected to save at least \$3m which will be spent on ABC Radio's digital strategy.

The ABC's decision to end the 15-year-old Sunday Nights has raised the ire of religious leaders who met with Guthrie last week to protest.

The redundancies come just weeks after the managing director, Michelle Guthrie, told a Senate estimates committee there would be no redundancies at RN.

Asked last month by Greens senator Richard di Natale if there were planned cuts or redundancies at Radio National, Guthrie said: "I can tell you that we are not planning any redundancies on any particular programs at the moment but I will try to reiterate to you that the programming strategy is not static, nor has it ever been, and we will regularly review our program schedules across radio, across television and across our news output."

A spokeswoman confirmed ABC Radio would announce the 2017 schedule this week.

"As with every annual commissioning process, there are some changes planned across all networks," the spokeswoman said. "These changes are aimed at serving our audiences better and attracting broader audiences with engaging, appealing content. No final decisions about positions have been made at this stage, just as they had not been made at the last session of the Senate estimates committee."

Guardian Australia understands staff will be told of the changes this week and some will be moving to new shows, while others will be leaving the network.

The upheaval will be a bruising start for Judith Whelan, a former editor of the Sydney Morning Herald, who took up her new role as the head of spoken content at ABC Radio only last week.

The changes won't be the last. By 2020 RN is likely to be transformed from a broadcast network into a digital platform.

"In 2017, RN will embody digital content creation from the beginning, through to the end, with all our content," a confidential briefing document said.

"This will coexist with a high regard for our linear audience. An increased investment in digital will help us reach younger and more diverse Australian audiences."

Staff were angered by an earlier warning from the ABC Radio director, Michael Mason, who told them they had to accept change because "a defensive mindset and a belief that the ABC will flourish regardless of the industry and competition will not work".

www.theguardian.com/media/2016/nov/16/radio-national-to-lose-eight-staff-as-abc-cuts-several-programs-from-2017-schedule

Fwd: Highlights Thursday February 25, 2016 / Jeudi 25 février 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:33 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: **Roger Belanger** <roger.belanger@cbc.ca>
Date: Thu, Feb 25, 2016 at 9:07 AM
Subject: Highlights Thursday February 25, 2016 / Jeudi 25 février 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>

Highlights Thursday February 25, 2016 / Jeudi 25 février 2016**Le Devoir****L'avenir de Radio-Canada: des promesses libérales, un plan conservateur**

Au cours des deux dernières années, j'ai eu le privilège de parcourir le Québec et une partie de l'Acadie en tant que porte-parole de Tous amis de Radio-Canada. Dans les villes de Montréal, Sherbrooke, Saguenay, Rimouski, Rouyn-Noranda, Ottawa-Gatineau, Matane, Paspébiac et Moncton, nous avons partagé l'inquiétude des gens quant au démantèlement de Radio-Canada. Pendant la dernière campagne électorale fédérale, une marche a été entreprise de Montréal à Ottawa pour sensibiliser les candidates et candidats politiques à l'avenir de Radio-Canada.

Pierre Maisonneuve - Porte-parole de Tous amis de Radio-Canada et ancien journaliste de Radio-Canada**Le Droit****Des promesses libérales, un plan conservateur**

...Que s'est-il passé pour Radio-Canada depuis?
Rien, si ce n'est que les champions de la démolition sont toujours aux commandes de CBC/Radio-Canada.
...Mais ces sommes additionnelles ne changeront rien à la volonté exprimée par la direction actuelle de Radio-Canada et par les membres de son conseil d'administration, nommés par le gouvernement conservateur de Stephen Harper, de rapetisser encore davantage notre important service public.

Pierre Maisonneuve, est porte-parole de Tous amis de Radio-Canada et ancien journaliste de la Radio-Canada**journalmetro.com, mercredi 24 février 2016****Radio-Canada ne peut renier son passé**

Convertir la tour hexagonale en petit hôtel, bâtir des centaines de logements, créer des places publiques animées... Voilà à quoi pourrait ressembler le redéveloppement du site de Radio-Canada.

...«Abandonner ce site [et déménager], ça serait condamner ce secteur est de la ville à un déclin certain pour au moins deux décennies, affirmait l'architecte Claude Provencher, membre du consortium, dans une lettre ouverte publiée mardi dernier. Radio-Canada doit prendre la mesure de ses décisions du passé et assumer un leadership dans la revitalisation de ce quartier. Ce qu'elle n'a jamais fait.»

Marc-André Carignan**ici.radio-canada.ca, mercredi 24 février 2016****Charles Tisseyre raconte ses souvenirs de la Maison de Radio-Canada**

« Le premier livre que j'ai emprunté à la bibliothèque de Radio-Canada pour mon premier reportage est l'un des derniers que ma mère, Michelle Tisseyre, a consultés. J'ai eu l'impression qu'elle me passait le flambeau », raconte Charles Tisseyre à Hugo Lavoie. Ensemble, ils arpentent les couloirs et les étages de la tour de Radio-Canada alors que celle-ci a officiellement été mise en vente la semaine dernière.

ici.radio-canada.ca**ici.radio-canada.ca, mercredi 24 février 2016****Quel avenir pour la Maison de Radio-Canada à Montréal?**

Dans sa chronique, François Cardinal, chroniqueur à La Presse, estime qu'en plus de la Société Radio-Canada (SRC), le fédéral et la Ville de Montréal ont une responsabilité par rapport à la tour de Radio-Canada qui a été officiellement mise en vente la semaine dernière. « On l'a construite en rasant le Faubourg à m'lasse et en expropriant des milliers de

personnes dans les années 1960, rappelle-t-il. C'est trop facile de jeter après usage et de déguerpir. [...] C'est un morceau immense de Montréal qui pourrait changer de vocation. »
ici.radio-canada.ca

www.ledevoir.com, mercredi 24 février 2016

ICI PREMIÈRE PLUS

Tout le contenu de la nouvelle radio numérique

Le contenu et le contenu de la nouvelle radio numérique de Radio-Canada se précisent. On y retrouvera notamment une série originale de Pénélope McQuade sur le harcèlement des femmes par l'entremise des réseaux sociaux.

La plateforme qui sera lancée officiellement jeudi s'appellera Première Plus. Il s'agit d'une référence à ICI Radio-Canada Première, la chaîne radiophonique historique du diffuseur public.

Stéphane Baillargeon

Le Devoir

Radio-Canada accentue son virage numérique

Le diffuseur crée la chaîne Véro.tv et la radio Première Plus

Signe des temps numériques, Radio-Canada annonce coup sur coup la création de deux nouvelles plateformes en ligne.

Ce jeudi matin, le diffuseur lance officiellement Première Plus, radio Web exploitant ses riches archives tout en proposant du contenu original.

Quelques heures plus tôt, mercredi après-midi, le service public annonçait la création d'une chaîne numérique avec l'animatrice et productrice Véronique Cloutier. Véro.tv sera offerte en exclusivité sur la plateforme Ici Tou.tv Extra (la branche payante) à compter de 2017.

Stéphane Baillargeon

www.lapresse.ca, mercredi 24 février 2016

Véro revient à la maison

On s'attendait à ce que Véronique Cloutier nous annonce son grand retour à la télé. Mais c'est plutôt par le Web qu'elle revient chez elle, à Radio-Canada. Véro.tv, une nouvelle plateforme à son image, sera disponible en 2017 auprès des abonnés de l'Extra d'Ici Tou.tv.

Pensez à une chaîne comme Oprah, mais sur une plateforme Web.

...Les séries, offertes en différents formats et durées, y seront disponibles en entier d'un seul coup, comme sur Netflix, et certaines pourront voyager ensuite sur les autres écrans de la famille Radio-Canada.

Richard Therrien

plus.lapresse.ca

Le retour 2.0 de la reine Véro

La guerre en télé se dispute actuellement sur le terrain des services en ligne « haut de gamme » à la Netflix, Club illico et l'Extra de Tou.TV, qui hébergent des primeurs comme Orange Is the New Black, Blue Moonou Série noire 2, trois émissions valant le coût d'un abonnement mensuel.

Radio-Canada a tiré du canon, hier, en dévoilant que l'animatrice la plus populaire du petit écran québécois, Véronique Cloutier, exploitera sa propre chaîne sur la portion payante de Tou.TV en 2017.

...Combien a coûté à Radio-Canada la signature de cette joueuse étoile ? Sûrement beaucoup de sous.

Hugo Dumas

www.infopresse.com, mercredi 24 février 2016

Véro aura sa chaîne sur Tou.tv

Véro.tv sera offerte en exclusivité dans l'Extra d'Ici Tou.tv dès 2017.

Véro.tv sera à l'image des valeurs de Véronique Cloutier, mettant de l'avant la famille, la mode, l'alimentation et l'humour. Véro.tv comportera aussi bien des émissions originales que des acquisitions.

Louis Lalonde, vice-président principal de Radio-Canada, souligne l'intérêt de cette initiative pour Radio-Canada:

«L'arrivée de Véro.tv représente une addition substantielle à l'offre du volet Extra d'Ici Tou.tv, lui permettant de toucher les goûts et les intérêts d'un public encore plus vaste avec des contenus de qualité.»

Julie Buchinger

The Globe and Mail

Girls' Night Out is unwise, unskillful about women and drinking

"It's Friday night, I'm gonna get trashed." It's a young woman who says that. Women and binge drinking is the topic.

...Girls' Night Out (CBC, 9 p.m. on Firsthand) is about women and binge drinking. It's a "deeply personal point of view documentary directed by Phyllis Ellis," as advertised.

John Doyle

Financial Post

Canadian playoff drought could be costly to Rogers

For the first time in more than 40 years, the Stanley Cup playoffs may lack a Canadian team this season.

That's not only a major disappointment to Canada's devoted hockey fans – Rogers Media coffers could also suffer at the hands of the teams' lacklustre performances three years after the company made a big investment in Canadian hockey talent.

Aleksandra Sagan, The Canadian Press

Le Journal de Montréal

Dormez en paix, votre télé ne changera guère

La télévision est un énorme paquebot qui ne tourne pas sur un dix cents, surtout au Canada où son parcours est balisé comme une route maritime.

Notre télévision est téléguidée d'Ottawa par le CRTC dont Jean-Pierre Blais est le pilote en chef. Désireux de laisser sa marque et conscient que le paquebot va affronter des mers de plus en plus houleuses, le pilote Blais a lancé un appel à tous. Il voulait qu'avec «Parlons télé» nous lui indiquions la route que le paquebot devrait emprunter.

Guy Fournier

www.therebel.media, Wednesday February 24, 2016

MP Hedy "burning crosses" Fry worried "anyone can publish anything" on the internet.

Are Liberals planning free speech crackdown?

The Conservatives took a well-deserved shot at Liberal MP Hedy Fry during Question Period on Wednesday.

On Tuesday during a Heritage Committee hearing into the future of local news, Fry wondered who would regulate what is reported in the Internet, "Anyone can publish anything," she reportedly said.

...The outburst at committee prompted Conservative House Leader and MP for Regina, Andrew Scheer to rise and ask if the government was planning a crack down on free speech.

Brian Lilley

www.cartt.ca, Wednesday February 24, 2016

There are challenges in local TV, but CRTC tells Heritage there remains plenty of money in the system

MP fumes his local anchors are now in Toronto

The ongoing local television struggles were the topic of the day at the Heritage Committee this week as it kicked off its study on the media and local communities (just three short weeks after the CRTC did the exact same thing).

...Waugh pointed out that it's not just Saskatoon that has lost its local Global anchors. The same has happened in Kelowna, Regina and Winnipeg.

The former sportscaster turned MP picked up on his issues with local news during the Commission's appearance when he asked who regulates the quality and quantity of news programming.

Perry Hoffman

The Wire Report, Wednesday February 24, 2016

CRTC says Videotron can't add extra channels to skinny basic

The CRTC turned down a request by Quebecor Inc.'s Videotron for an exception to the regulator's rules around skinny basic TV packages.

Videotron had asked to add Canal Savoir to its basic offering in Granby and Sherbrooke, to include BCE Inc.'s CTV Ottawa in its basic service in Terrebonne, Montreal and Montreal West, and to add International Channel/Canal International (ICI), TVA Montréal, CBC/Radio-Canada's French-language Montreal station, CTV Montréal and Canal Savoir in Gatineau, Que.

The Wire Report

The Wire Report, Wednesday February 24, 2016

Ethics commish says MP broke rules writing letters to CRTC

Mary Dawson, the conflict of interest and ethics commissioner, said Wednesday that former conservative MP Parm Gill breached the Conflict of Interest Act by sending letters of support to the CRTC.

...Dawson's office said in a press release that it found Gill contravened section nine of the act, which "prohibits public office holders from using their position to seek to influence a decision of another person so as to improperly further another person's private interests."

The Wire Report

www.cartt.ca, Wednesday February 24, 2016

ACTRA to ask feds for Netflix tax

The Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) wants the federal government to force Internet broadcasters like Netflix to pay "their fair share when it comes to supporting Canadian culture".

www.cartt.ca

Playback, Wednesday February 24, 2016

Loonie tunes: How the dollar's dip is affecting studios, crews

The Canadian dollar has flirted with the 70-cent-to-the-U.S.-dollar mark several times in 2016, with the loonie sitting at 73 cents to the U.S. dollar as of Tuesday afternoon. While the exchange rate means a trip south of the border hits Canadian consumers' wallets harder than usual, American filmmakers have the opportunity to bank some major savings.

Jordan Pinto, Julianna Cummins

Playback, Wednesday February 24, 2016

Corus slams Catalyst Capital claims regarding Shaw deal

Corus Entertainment has called claims from minority shareholder Catalyst Capital Group outlined in a recent media report as "deeply misleading," including refuting allegations that the Shaw Family stands to gain between \$50 million to \$62 million from the transaction.

Julianna Cummins

realscreen.com, Tuesday February 23, 2016

APTN firming up plans for All Nations Network U.S. launch

Canadian specialty net Aboriginal Peoples Television Network (APTN) is moving forward with plans for a 24-hour U.S. channel featuring lifestyle content, scripted programming and news, and has named the venture the All Nations Network (ANN).

...The New Mexico-headquartered operation is said to be the first of its kind to cater to both Native and non-Native audiences in the U.S. and will also feature sports, feature films and children's programming. All content will be written, produced and directed by Native Americans, among others, according to the net.

Manori Ravindran

www.marketingmag.ca, Wednesday February 24, 2016

BELL MEASURES BRAINWAVES WITH SUPER BOWL AD STUDY

Research says ads from Royale and auto makers resonated with viewers

In what appears to be a broadside aimed at the CRTC and its decision to remove simultaneous substitution from Canadian Super Bowl telecasts beginning next year, Bell Media has released a new study that claims to demonstrate the efficacy of Canadian ads during the year's most watched TV broadcast.

The partnership with Toronto-based Brainsights measured the brainwave activity of 54 adults during the Super Bowl 50 telecast. It found 14 of the top 20 most-engaging ads during the telecast belonged to advertisers exclusive to the broadcast.

Chris Powell

mediashift.org, Wednesday February 24, 2016

Audience Awareness and Comprehension: The Seldom-Measured Metrics

At two workshops hosted by the Engaging News Project, an organization that researches online audience engagement, digital strategists discussed what audience metrics mattered most in their newsrooms.

Elia Powers

Financial Post

Verizon, ESPN make progress on TV package dispute

Walt Disney Co's ESPN sports network and Verizon Communications Inc have made progress in their talks to settle a legal dispute over a TV package that lets customers choose bundles of channels, according to a court filing on Wednesday.

...In April 2015, Verizon created a stir with Custom TV, a smaller pay-TV bundle that moved some traditional base-tier channels into optional add-on packages. The channels it moved included ESPN, which sued Verizon, alleging breach of contract.

Reuters

www.hollywoodreporter.com, Wednesday February 24, 2016

Embezzlement Scandal at Japan's NHK Leads to Public Apology, Voluntary Exec Pay Cuts

The \$1.8 million fraud is the latest in a string of scandals to hit the public broadcaster and follows the firing of news anchor Kenichi Tsukamoto last week for making the drug "poppers" in his apartment.

The entire 12-member executive board, including its president, of Japan's public broadcaster NHK will give up a portion of their salary for two months over a \$1.8 million (¥ 200 million) embezzlement at a group company of the organization.

Gavin J. Blair

Le Devoir

Chaises musicales à la Culture

Tout s'est joué à la fine épouvante, dans le malheur, la commotion. Et comment ne pas se désoler devant la maladie du ministre Pierre Moreau, qui le force à prendre congé de ses fonctions ministérielles, en plus d'ébranler ses propres assises ? D'où ce jeu de chaises musicales au sein du Conseil des ministres, lundi dernier. À la Culture et aux Communications, exit Hélène David. Arrive Luc Fortin.

Odile Tremblay

www.j-source.ca, Tuesday February 23, 2016

Liberals release details of budget cuts made in 2012, including several made at CBC

Information released by the Liberal government on Feb. 19 details \$115 million in cuts to the CBC along with several other services.

H.G. Watson

ipolitics.ca, **Wednesday February 24, 2016**

QP Wednesday: More deficit, Jason Kenney speaks and Joly checks her watch

Janice Dickson

www.theguardian.com, **Wednesday February 24, 2016**

BBC Radio 5 Live could go online-only in radical cost cuts

The BBC is considering making BBC Radio 5 Live online-only in radical cost-cutting measures as it seeks to fill a funding black hole.

The news and sport channel is the latest service to have come under review as the corporation tries to find savings to cover the £700m annual cost of free licence fees for the over-75s by 2020.

Tara Conlan, Mark Sweney

www.theguardian.com

Savile BBC abuse report to be published over three years after inquiry launch

A report into the BBC culture that allowed Jimmy Savile to abuse children as young as nine while working there is finally to be published on Thursday, nearly three-and-a-half years after an inquiry was launched.

The review, led by Dame Janet Smith, a former court of appeal judge, is expected to offer a searing indictment of the BBC and its culture, which did nothing to stop the abuse "in virtually every corner" of the corporation.

Jane Martinson

www.theguardian.com

'Serious failings' at BBC let Jimmy Savile and Stuart Hall go unchecked

Serious failings at the BBC allowed Jimmy Savile and Stuart Hall to sexually abuse nearly 100 people without detection for decades, according to two damning reports published on Thursday, which insisted that the corporation still had lessons to learn from the affair.

Jane Martinson, Jamie Grierson

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca

 **25-02-2016-am.pdf**
4145K

TODAY IN THE MEDIA
AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

1

Jeudi 25 février 2016
Thursday February 25, 2016

L'avenir de Radio-Canada: des promesses libérales, un plan conservateur

PIERRE MAISONNEUVE

Porte-parole de *Tous amis de Radio-Canada*
et ancien journaliste de *Radio-Canada*

Au cours des deux dernières années, j'ai eu le privilège de parcourir le Québec et une partie de l'Acadie en tant que porte-parole de *Tous amis de Radio-Canada*. Dans les villes de Montréal, Sherbrooke, Saguenay, Rimouski, Rouyn-Noranda, Ottawa-Gatineau, Matane, Paspébiac et Moncton, nous avons partagé l'inquiétude des gens quant au démantèlement de *Radio-Canada*. Pendant la dernière campagne électorale fédérale, une marche a été entreprise de Montréal à Ottawa pour sensibiliser les candidates et candidats politiques à l'avenir de *Radio-Canada*.

Des représentants politiques de tous les partis, alors dans l'opposition, avaient rejoint les rangs de ceux qui manifestaient pour le maintien de l'intégrité de *Radio-Canada*. Parmi eux, des élus et élus, qui occupent aujourd'hui de hautes fonctions: Stéphane Dion, aux Affaires étrangères, Dominic LeBlanc, leader parlementaire des libéraux aux Communes, et Mélanie Joly, ministre du Patrimoine et responsable de *Radio-Canada*.

L'arrivée au pouvoir des libéraux, qui ont promis plus d'appui à *Radio-Canada*, a créé l'espoir de « nouveaux jours ensoleillés », pour reprendre l'expression du nouveau premier ministre, Justin Trudeau, le soir de sa victoire.

Que s'est-il passé pour *Radio-Canada* depuis

la formation du nouveau gouvernement libéral?

Rien, si ce n'est que les champions de la démolition sont toujours aux commandes de *CBC/Radio-Canada*.

Bien sûr, il faut donner du temps à un nouveau gouvernement et à la nouvelle ministre du Patrimoine.

Jusqu'à maintenant, elle maintient la promesse électorale de 75 millions de dollars de plus en 2016-2017 et de 150 millions par année pour les trois années suivantes pour *Radio-Canada*. Ce sera à vérifier lors du prochain budget fédéral.

Rapetissement

Mais ces sommes additionnelles ne changeront rien à la volonté exprimée par la direction actuelle de *Radio-Canada* et par les membres de son conseil d'administration, nommés par le gouvernement conservateur de Stephen Harper, de rapetisser encore davantage notre important service public.

Le président de *Radio-Canada*, Hubert T. Lacroix, maintient son plan 20/20 pour couper encore plus les emplois et diminuer à zéro la production interne d'ici 2020, sauf pour l'information. Quoique de ce côté, on nous habitue à des changements importants dans l'orientation de la production. C'est ainsi qu'on a pu voir *Radio-Canada* et son service de l'information laisser le producteur de l'émission de rapetissement

Tout le monde en parle la direction d'une émission d'information spéciale sur les attentats de Paris en novembre dernier. Je ne me souviens pas d'un tel précédent pendant toutes mes années à *Radio-Canada*. La règle étant, les jours de grandes crises, de remplacer une émission de la télévision générale par une émission spéciale produite par le service de l'information et non par un producteur privé. Belle confusion des genres.

Aujourd'hui, après avoir réduit la production interne des émissions de *Radio-Canada*, après avoir bradé sans véritables appels d'offres publics connus des milliers de pièces d'équipements jugés désuètes pour la SRC, mais encore utiles pour le privé, on nous annonce officiellement que le plus important centre de production de la francophonie canadienne, la Maison de *Radio-Canada* à Montréal, est officiellement à vendre. On passe à l'offensive pour régler ce dossier rapidement.

Joly s'en lave les mains

Que répond celle qui s'est engagée à défendre *Radio-Canada*? La ministre Mélanie Joly nous dit qu'elle ne peut pas s'immiscer dans les affaires internes de la SRC, qu'elle doit garder une distance qui respecte l'indépendance de ses dirigeants. Tout au plus demande-t-elle que « *Radio-Canada* consulte et discute avec les différentes parties prenantes » avant d'arrêter sa décision. « On

veut s'assurer qu'on a un bon processus pour, à terme, s'assurer que les points de vue, les intérêts et les préoccupations de la communauté sont pris en compte », poursuit-elle.

Pas question, jusqu'à maintenant, de suspendre le plan « conservateur » du président de *Radio-Canada*. Pas question, non plus, de procéder au remplacement immédiat de la direction et des membres du conseil d'administration où les nominations partisans se sont multipliées sous l'ancien gouvernement Harper.

À ce compte-là, avait-on besoin d'un changement de gouvernement à Ottawa, si tous ceux qui ont été choisis par Stephen Harper restent en place et poursuivent la démolition de *Radio-Canada*? Leur donnera-t-on les quatre prochaines années pour atteindre l'objectif de 20/20, c'est-à-dire réduire encore les emplois, vendre le centre de production de la Maison de *Radio-Canada*, le remplacer par un centre beaucoup moins important n'abritant qu'un seul studio, éliminer la capacité de production interne et laisser le champ libre aux producteurs privés gavés de fonds publics en subventions et en crédits d'impôt pour nourrir les différentes plateformes de *CBC/Radio-Canada*?

Une grande question s'impose actuellement: le plan du président de *Radio-Canada* et de son conseil d'administration est-il compatible avec les promesses libérales de la dernière campagne électorale?

Des promesses libérales, un plan conservateur



L'auteur est porte-parole de Tous amis de Radio-Canada et ancien journaliste de Radio-Canada

Pierre Maisonneuve

Pendant la dernière campagne électorale fédérale, des représentants politiques de tous les partis, alors dans l'opposition, avaient rejoint ceux qui manifestaient pour le maintien de l'intégrité de Radio-Canada. Parmi eux : Stéphane Dion, ministre des Affaires étrangères, Dominic LeBlanc, leader parlementaire des libéraux aux Communes et Mélanie Joly, ministre du Patrimoine et responsable de Radio-Canada. L'arrivée au pouvoir des

libéraux, qui ont promis plus d'appui à Radio-Canada, a créé l'espoir de « nouveaux jours ensoleillés » pour reprendre l'expression même du nouveau premier ministre, Justin Trudeau.

Que s'est-il passé pour Radio-Canada depuis ?

Rien, si ce n'est que les champions de la démolition sont toujours aux commandes de CBC/Radio-Canada.

Bien sûr, il faut donner du temps à un nouveau gouvernement et à la nouvelle ministre. Jusqu'à maintenant, elle maintient la promesse électorale de 75 millions \$ de plus en 2016-2017 et de 150 millions \$ par année pour les trois années suivantes pour Radio-Canada. Ce sera à vérifier lors du prochain budget.

Mais ces sommes additionnelles ne changeront rien à la volonté exprimée par la direction actuelle de Radio-Canada et

par les membres de son conseil d'administration, nommés par le gouvernement conservateur de Stephen Harper, de rapetisser encore davantage notre important service public.

LE PLAN 20/20

Le président de Radio-Canada, Hubert T. Lacroix, maintient son plan 20/20 pour couper encore plus les emplois et diminuer à zéro la production interne d'ici 2020, sauf pour l'information. Quoique de ce côté, on nous habitue à des changements importants dans l'orientation de la production.

C'est ainsi qu'on a pu voir Radio-Canada et son service de l'information laisser au producteur de l'émission de divertissement « Tout le monde en parle » la direction d'une émission d'information spéciale sur les attentats de Paris en novembre dernier. Je ne me souviens pas

d'un tel précédent. Belle confusion des genres.

Aujourd'hui, on annonce que le plus important centre de production de la francophonie canadienne, la Maison de Radio-Canada à Montréal, est officiellement à vendre. Que répond celle qui s'est engagée à défendre Radio-Canada ?

La ministre Mélanie Joly nous dit qu'elle ne peut pas s'immiscer dans les affaires internes de la SRC, qu'elle doit garder une distance qui respecte l'indépendance de ses dirigeants. Tout au plus demande-t-elle que « Radio-Canada consulte et discute » avant d'arrêter sa décision.

Pas question de suspendre le plan « conservateur » du président de Radio-Canada. Ni de remplacer la direction et le conseil d'administration.

À ce compte-là, avait-on besoin d'un changement de gouvernement à Ottawa, si tous

ceux qui ont été choisis par Stephen Harper restent en place et poursuivent la démolition de Radio-Canada ?

Leur donnera-t-on les quatre prochaines années pour atteindre l'objectif de 20/20, c'est-à-dire, réduire encore les emplois, vendre le centre de production de la Maison de Radio-Canada, le remplacer par un centre beaucoup moins important n'abritant qu'un seul studio, éliminer la capacité de production interne et laisser le champ libre aux producteurs privés gavés de fonds publics en subventions et en crédits d'impôt pour nourrir les différentes plateformes de CBC/Radio-Canada ?

Une grande question s'impose actuellement : le plan du président de Radio-Canada et de son conseil d'administration est-il compatible avec les promesses libérales de la dernière campagne électorale ?

Radio-Canada ne peut renier son passé

Marc-André Carignan



La vue actuelle, à vol d'oiseau, des installations de Radio-Canada et du quartier. Bing Maps

Convertir la tour hexagonale en petit hôtel, bâtir des centaines de logements, créer des places publiques animées... Voilà à quoi pourrait ressembler le redéveloppement du site de Radio-Canada.

Ce scénario, surnommé le Quartier des médias, n'est pas une lubie ni un projet universitaire. Au contraire : c'est une proposition étoffée issue d'un consortium d'architectes, d'architectes paysagistes, d'entrepreneurs et de financiers, élaborée à la demande de la Société Radio-Canada (SRC) pour combler différents besoins.

Le premier : rationaliser ses installations dans un nouvel édifice vitré, au coin de René-Lévesque et de Wolfe, avec des espaces de bureaux et des locaux de production de plus petite envergure. Le second : faire disparaître d'immenses stationnements à ciel ouvert afin de donner de la valeur au site et de créer un véritable milieu de vie.

Mais après deux années de travail avec le consortium, la SRC a décidé, l'automne dernier, de mettre ce projet sur la glace, du moins pour l'instant, préférant envisager d'autres options, dont le déménagement de ses activités ailleurs au centre-ville. Les images de ce «Quartier des médias» n'ont donc pas encore été dévoilées publiquement, ce qui aurait pourtant dû être le cas afin de susciter un débat public sur l'avenir de cette portion du centre-ville.

«Abandonner ce site [et déménager], ça serait condamner ce secteur est de la ville à un déclin certain pour au moins deux décennies, affirmait l'architecte Claude Provencher, membre du consortium, dans une lettre ouverte publiée mardi dernier. Radio-Canada doit prendre la mesure de ses décisions du passé et assumer un leadership dans la revitalisation de ce quartier. Ce qu'elle n'a jamais fait.»

Entre vous et moi, difficile de ne pas partager ce constat. Radio-Canada n'a effectivement plus le choix d'assumer son rôle afin d'assurer un avenir décent à son quartier, après avoir expulsé plus de 1 200 résidents sous l'ère Drapeau au nom de la modernité. Quarante ans plus tard, la tour est toujours tristement isolée de son voisinage et n'aura apporté que très peu de valeur au boulevard René-Lévesque sur le plan commercial, malgré ses milliers d'employés. En levant le nez sur son quartier, la SRC ne ferait que transférer le fardeau d'une série de mauvaises décisions urbanistiques aux futures générations.

Il faut donner espoir que dans un horizon de 15 ans, on puisse réaliser ce qu'on a réussi à faire avec le Quartier international, soit un quartier vivant et attrayant. Si on crée un plan d'ensemble intelligent pour le site de Radio-Canada, ça donnera immédiatement une plus-value au quartier. Ça aura des impacts sur la gare Viger, sur le square Viger, sur le CHUM. C'est utopique de penser qu'une vocation monofonctionnelle, comme celle qu'on connaît actuellement, puisse relancer adéquatement le site.

Reste à voir maintenant si l'appel sera entendu par les dirigeants de Radio-Canada. Ira-t-on jusqu'à jeter à la poubelle les milliers de dollars investis jusqu'à maintenant pour élaborer ce «Quartier des médias»? Chose certaine, le terrain de la SRC pourra difficilement prendre de la valeur [et de l'intérêt] aux yeux des Montréalais si on n'y ajoute pas une touche d'amour et une vision.

A0063698_117-000744

Société

Charles Tisseyre raconte ses souvenirs de la Maison de Radio-Canada



Charles Tisseyre dans les couloirs de la Maison de Radio-Canada, à Montréal Photo : Radio-Canada/Hugo Lavoie

« Le premier livre que j'ai emprunté à la bibliothèque de Radio-Canada pour mon premier reportage est l'un des derniers que ma mère, Michelle Tisseyre, a consultés. J'ai eu l'impression qu'elle me passait le flambeau », raconte Charles Tisseyre à Hugo Lavoie. Ensemble, ils arpentent les couloirs et les étages de la tour de Radio-Canada alors que celle-ci a officiellement été mise en vente la semaine dernière.

« Cela fait plus de 40 ans que je suis à Radio-Canada. J'ai évolué à différents étages selon les différents mandats qu'on m'a confiés. [...] Partout où je vais dans cette boîte, j'ai des souvenirs, c'est plus qu'un lieu de travail. » Charles Tisseyre raconte à Hugo Lavoie son premier reportage, l'ambiance joyeuse dans la salle de nouvelles, les joggings dans les grands couloirs et il insiste sur l'importance de la transmission aux jeunes générations.

Écoutez ci-dessous l'intégralité de la visite d'Hugo Lavoie avec Charles Tisseyre.



http://ici.radio-canada.ca/emissions/gravel_le_matin/2015-2016/

Société

Quel avenir pour la Maison de Radio-Canada à Montréal?



La Maison de Radio-Canada à Montréal

Photo : PC/Paul Chiasson

Dans sa chronique, François Cardinal, chroniqueur à *La Presse*, estime qu'en plus de la Société Radio-Canada (SRC), le fédéral et la Ville de Montréal ont une responsabilité par rapport à la tour de Radio-Canada qui a été officiellement mise en vente la semaine dernière. « On l'a construite en rasant le Faubourg à m'lasse et en expropriant des milliers de personnes dans les années 1960, rappelle-t-il. C'est trop facile de jeter après usage et de déguerpir. [...] C'est un morceau immense de Montréal qui pourrait changer de vocation. »

Cependant, François Cardinal reconnaît que le fait de vouloir densifier le site autour de la Maison de Radio-Canada peut être une bonne nouvelle. Selon lui, le problème n'est pas tant la tour que la mer de stationnements tout autour. Il explique que selon les courtiers, « l'acheteur pourra aménager jusqu'à 9,5 millions de pieds carrés d'immeubles résidentiels, de commerces et de bureaux sur les terrains de la SRC. C'est l'équivalent de six fois Place Ville Marie. »

Ci-dessous, la Maison de Radio-Canada en 1973.



Gravel le matin
@gravelmatin

Follow

À VENIR : @F_Cardinal se prononce sur l'avenir de la tour de Radio-Canada #gravelam

8:41 AM - 24 Feb 2016

← ↻ 5 ❤ 2

AUDIO FIL

▶ Le monde municipal avec François Cardinal : L'avenir de la Maison de Radio-Canada

ICI PREMIÈRE PLUS

Tout le contenu de la nouvelle radio numérique

Stéphane Baillargeon



Ici Première Plus propose une enquête menée par Pénélope McQuade sur le harcèlement des femmes par l'entremise des réseaux sociaux. Sur notre photo, Pénélope McQuade en compagnie de Philippe Fehmiu
Photo: Pedro Ruiz Le Devoir

Le contenant et le contenu de la nouvelle radio numérique de Radio-Canada se précisent. On y retrouvera notamment une série originale de Pénélope McQuade sur le harcèlement des femmes par l'entremise des réseaux sociaux.

La plateforme qui sera lancée officiellement jeudi s'appellera Première Plus. Il s'agit d'une référence à ICI Radio-Canada Première, la chaîne radiophonique historique du diffuseur public.

Le Devoir a obtenu la liste des thèmes et des premières émissions diffusées sur cette plateforme. La programmation exploite les très riches archives du diffuseur remontant aux années 1930 pour mettre l'accent sur les formats longs et les productions de fond.

La première fournée reprend des reportages et des séries sur onze thèmes : arts, économie, environnement, famille, histoire, politique, réflexion, santé, science, société et sports.

Ce n'est pas tout. La plateforme de départ contient déjà deux séries originales. Une première s'intitule *Parce qu'on est en 2016*. Il s'agit de l'enquête menée par Pénélope McQuade sur les insultes qui pullulent sur les réseaux sociaux notamment vis-à-vis les femmes qui font les frais d'innombrables grossièretés.

L'animatrice reçoit la journaliste Pascale Lévesque et la sociologue Léa Clermont-Dion qui ont fait les frais de ces tactiques assassines. Elle discute ensuite avec Élisabeth Mercier et Roxanne Arseneault de la « réappropriation des injures par les femmes ». Des conseils sont alors prodigués pour faire face à l'amère musique.

L'autre série originale a pour titre *La route des 20 : sur les traces d'une génération*. Cette fois c'est Patrick Masbourian qui mène l'enquête pour découvrir les rêves, les valeurs et les habitudes de vie des jeunes dans la vingtaine en 2016. Avec ses invités, il discute amour, sexe, argent, école ou

engagement politique. Le premier épisode de 8 minutes donne la parole à Zak, 23 ans, transgenre.

Pour le reste, la plongée dans les archives a ramené et lié de passionnantes productions. Prenons le thème de la politique. On y retrouve plus de vingt sous-thèmes, dont un reportage sur la première trudeaumanie (en 1968), cinq éléments qui questionnent l'âge du vote et sept sur les pires scandales de l'histoire canadienne.

Les séries enfilées abordent aussi le rapatriement de la constitution, les luttes des Autochtones pour la reconnaissance de leurs droits, les frasques du Parti rhinocéros, les incontournables promesses électorales (en sept épisodes svp) et la vie comme l'oeuvre de Thérèse Casgrain.

Le thème de l'histoire enchaîne déjà une trentaine de longues réalisations. Une série documentaire de dix épisodes s'intéresse aux femmes et à la guerre, une autre reprend les vingt épisodes de la série *J'avais 20 ans*, une autre encore diffuse douze numéros de l'émission *De remarquables oubliés* consacrés aux athlètes.

Une autre coupe thématique sur l'histoire lie des reportages sur quatre restaurants mythiques, mène cinq visites de villes et des villages fantômes, rappelle six métiers disparus et reprend sept reportages pour raconter la fin de la Deuxième Guerre mondiale en Europe.

Et quoi encore ? La plateforme va aussi permettre de découvrir en exclusivité le nouveau talk-show de Pierre Brassard. Cette nouvelle série originale intitulée (pour l'instant ?) *Bientôt Brassard* sera disponible en mars.

Le florilège diffuse déjà seize des conférences dont celles de Serge Bouchard sur « *la nécessaire amitié avec les Autochtones* » et le collègue du *Devoir* Jacques Nadeau intitulée « *Les images qu'il nous reste* ». Il y a des livres audio aussi, treize pour commencer, dont *Arvida* de Samuel Archibald, *Pommes* d'Éric Plamondon, *L'homme Blanc* de Perrine Leblanc et *Amos Daragon : porteur de masques* de Bryan Perro.

Pour consulter la programmation qui sera lancée demain: <http://ici.radio-canada.ca/premiere/premiereplus>

www.ledevoir.com/societe/medias/463846/ici-premiere-plus-tout-le-contenu-de-la-nouvelle-radio-numerique



LE DEVOIR, JEUDI 25 FÉVRIER 2016
p.B10

Radio-Canada a annoncé la création d'une chaîne numérique avec l'animatrice et productrice Véronique Cloutier.

JACQUES NADEAU LE DEVOIR

RC accentue son virage numérique

Le diffuseur crée la chaîne Véro.tv et la radio Première Plus

STÉPHANE BAILLARGEON

Signe des temps numériques, Radio-Canada annonce coup sur coup la création de deux nouvelles plateformes en ligne.

Ce jeudi matin, le diffuseur lance officiellement Première Plus, radio Web exploitant ses riches archives tout en proposant du contenu original.

Quelques heures plus tôt, mercredi après-midi, le service public annonçait la création d'une chaîne numérique avec l'animatrice et productrice Véronique Cloutier. Véro.tv sera offerte en exclusivité sur la plateforme Ici Tou.tv Extra (la branche payante) à compter de 2017.

Le nouveau média sera « à l'image des valeurs » de la star québécoise. On y retrouvera des contenus originaux et des acquisitions liés à différents thèmes, la famille, la mode, l'alimentation et l'humour notamment.

La création médiatique s'inscrit dans une entente plus large qui assure un partenariat sur plusieurs années entre la vedette des ondes et le réseau public. M^{me} Cloutier pilotera la programmation de « sa » chaîne sans s'y retrouver elle-même nécessairement ni même principalement à l'écran.

« Ce ne sera pas juste une chaîne sur moi ou à propos de moi », explique M^{me} Cloutier en appuyant sur l'audace de la proposition. *C'est un pas en avant. On avance vers les plateformes numériques en ébullition. Dans ma carrière, j'aime aller là où on ne m'attend pas.*

L'animatrice avoue préparer son retour sur Ici RC Télé pour l'an prochain sans fournir plus de détails. De même, la grille de Véro.tv ne sera dévoilée qu'à l'approche de sa mise en

ligne. On a seulement su qu'elle approuverait les contenus, comme elle se mêle des numéros de son magazine *Véro*, autoédité. Elle a par contre refusé de présenter la chaîne comme une nouvelle déclinaison d'elle-même comme marque.

« Je ne suis pas une marque, a-t-elle dit. La dernière fois que je me suis présentée comme ça, je me le suis fait reprocher. J'ai bâti quelque chose. L'axe est clair et la création de Véro.tv s'inscrit dans ce parcours-là. »

Première Plus

La plateforme radiophonique Première Plus fait référence à Ici Radio-Canada Première, chaîne historique du diffuseur public. La programmation de départ dévoilée mercredi matin exploite les très riches archives du diffuseur remontant aux années 1930 pour mettre l'accent sur les formats longs et les productions de fond.

La première tournée reprend des reportages et des séries sur 11 thèmes: arts, économie, environnement, famille, histoire, politique, réflexion, santé, science, société et sports.

Ce n'est pas tout. La plateforme contient aussi des productions originales. L'animatrice Pénélope McQuade inaugure un premier volet intitulé *Parce qu'on est en 2016*. Il s'agit d'une enquête sur les insultes en ligne envers les femmes. La journaliste Pascale Lévesque et la sociologue Léa Clermont-Dion, qui ont fait les frais de ces tactiques assassines, témoignent. Elisabeth Mercier et Roxanne Arseneault discutent ensuite de la « réappropriation des injures par les femmes ». Des conseils sont alors prodigués pour faire face à l'amère musique.

D'autres sujets seront abordés dans cette série.

L'autre production originale a pour titre *La route des 20: sur les traces d'une génération*. Cette fois, c'est Patrick Masbourian qui mène l'enquête pour découvrir les rêves, les valeurs et les habitudes de vie des jeunes dans la vingtaine en 2016. Avec ses invités, il discute amour, sexe, argent, école ou engagement politique. Le premier épisode de huit minutes donne la parole à Zak, 23 ans, transgenre.

Pour le reste, la plongée dans les archives a ramené et lié d'alléchantes productions. Sur le seul thème de la politique, on retrouve déjà plus de 20 sous-thèmes, dont un reportage sur la première trudeaumanie (en 1968), cinq éléments qui remettent en question l'âge du vote et sept sur les pires scandales de l'histoire canadienne.

Le thème de l'histoire enchaîne une première filée d'une trentaine de longues réalisations. Une série documentaire de 10 épisodes s'intéresse aux femmes et à la guerre, une autre reprend les 20 épisodes de la série *J'avais 20 ans*, une autre encore diffuse 12 numéros de l'émission *De remarquables oubliés* consacrés aux athlètes.

Le florilège diffuse déjà 16 conférences, dont celles de Serge Bouchard sur « la nécessaire amitié avec les autochtones » et du collègue du *Devoir* Jacques Nadeau, intitulée *Les images qu'il nous reste*. Il y a des audiobooks aussi, 13 pour commencer, dont *Arvida* de Samuel Archibald, *Pommes* d'Eric Plamondon, *L'homme blanc* de Perrine Leblanc et *Amos Daragon: porteur de masques* de Bryan Perro.

Le Devoir

Véro revient à la maison



Sur Véro.tv, on pourra consommer quand on veut des émissions sur la mode, l'alimentation, mais aussi de la fiction, de l'humour et du divertissement. FOURNIE PAR ICI RADIO-CANADA TÉLÉ

Richard Therrien
Le Soleil

(Montréal) CHRONIQUE / On s'attendait à ce que Véronique Cloutier nous annonce son grand retour à la télé. Mais c'est plutôt par le Web qu'elle revient chez elle, à Radio-Canada. Véro.tv, une nouvelle plateforme à son image, sera disponible en 2017 auprès des abonnés de l'Extra d'ICI Tou.tv.

Pensez à une chaîne comme Oprah, mais sur une plateforme Web. Sur Véro.tv, on pourra consommer quand on veut et à notre rythme des émissions sur la mode, l'alimentation, mais aussi de la fiction, de l'humour et du divertissement, autant des productions originales québécoises que des acquisitions étrangères. Du contenu qui devrait plaire davantage aux femmes, même si l'on souhaite rallier un large public.

L'idée n'est pas nouvelle. À l'automne 2014, Louis Morissette avait confié au *Soleil* qu'il rêvait d'une chaîne spécialisée au nom de Véro, comme pour Oprah. Mais notre façon de consommer la télé a beaucoup changé depuis, et le sort des chaînes spécialisées ne risque pas de s'améliorer avec la nouvelle réglementation du CRTC. Pour Radio-Canada, Véro.tv est une bonne façon d'augmenter la fréquentation de l'Extra d'ICI Tou.tv et d'alimenter toutes ses plateformes.

Véro pourrait y animer une ou deux émissions, mais donnera son sceau d'approbation à l'ensemble de la programmation, comme elle le fait pour son magazine. «Le Web va nous permettre de faire des choses qu'on ne pourrait pas faire sur une chaîne généraliste. C'est exploratoire, on peut se permettre d'être un peu plus marginal et différent», confie l'animatrice, qui n'en est qu'à la genèse du projet. Les séries, offertes en différents formats et durées, y seront disponibles en entier d'un seul coup, comme sur Netflix, et certaines pourront voyager ensuite sur les autres écrans de la famille Radio-Canada.

Véronique précise que KOTV, la boîte de production de son conjoint Louis Morissette, n'est pas impliquée directement. Mais KOTV risque fort de produire des séries pour Véro.tv. Verra-t-on toute la famille à l'antenne? «Il n'y aura pas de télé-réalité du genre des "Osbourne" sur les Morissette», assure l'animatrice.

Au fait, qu'en est-il du retour de Véro à la «vraie» télé? Elle y travaille, mais n'a encore rien à annoncer. Radio-Canada parle d'une entente d'exclusivité à long terme avec l'animatrice, qui souhaite revenir dans une émission de divertissement ou de variétés. «Je n'annoncerai pas que je reviens avec un rôle dans *Les pays d'en haut*», a-t-elle blagué.

Marie-Mai à La voix junior

Marie-Mai sera l'un des trois *coachs* de *La voix junior*, cet automne à TVA. Récompensée à quelques reprises à KARV, l'*anti.gala* de VRAC.TV, la chanteuse compte de nombreux enfants et ados parmi ses fans. Aussi animée par Charles Lafortune, l'adaptation québécoise de *The Voice Kids* impliquera des candidats de 7 à 14 ans et durera huit semaines. Les préauditions commencent en fin de semaine à la porte 02 du centre commercial Laurier Québec, samedi et dimanche de 8h à 20h.

LE RETOUR 2.0 DE LA REINE VÉRO

Hugo Dumas
La Presse

La guerre en télé se dispute actuellement sur le terrain des services en ligne « haut de gamme » à la Netflix, Club illico et l'Extra de Tou.TV, qui hébergent des primeurs comme *Orange Is the New Black*, *Blue Moon* ou *Série noire 2*, trois émissions valant le coût d'un abonnement mensuel.



Radio-Canada a tiré du canon, hier, en dévoilant que l'animatrice la plus populaire du petit écran québécois, Véronique Cloutier, exploitera sa propre chaîne sur la portion payante de Tou.TV en 2017. Aucune date de mise en orbite n'a cependant été divulguée pour Véro.tv, qui offrira du contenu mode, beauté, style de vie, humour, divertissement, bouffe et famille testé et endossé à 100 % par son égérie blonde.

En fait, pensez à la chaîne OWN d'Oprah Winfrey et déménagez-la à l'étage supérieur de la plateforme Tou.TV. Pensez aussi à une déclinaison télévisuelle du magazine papier *Véro* et vous dessinez bien les contours de Véro.tv.

Évidemment, Véronique Cloutier n'animerait pas toutes les émissions de sa chaîne, qui dispose de son propre budget de programmation comme ARTV ou Explora. Chose certaine, si vous souscrivez à l'Extra de Tou.TV, vous visionnerez des productions exclusives sur Véro.tv, pas des trucs recyclés.

S'il y en a une qui possède la notoriété et le pouvoir de stimuler les abonnements à l'Extra de Tou.TV, c'est bien Véronique Cloutier.

Tout ce que touche Véro (revue, collection de vêtements à L'Aubainerie, spectacle *Les Morissette* ou micro à Rythme FM) se transforme en or.

Voilà pourquoi Radio-Canada lui a fait parapher un « contrat d'exclusivité à long terme ». « On est mariés », a annoncé la directrice générale de la télé de Radio-Canada, Dominique Chaloult, sans préciser les modalités de l'entente. « Et on espère que le mariage durera plus longtemps que celui de certaines vedettes », a blagué Véronique Cloutier, super élégante dans son chemisier blanc et sa longue jupe fleurie de TopShop.

Combien a coûté à Radio-Canada la signature de cette joueuse étoile ? Sûrement beaucoup de sous. Pour Véronique Cloutier, une habituée des plateaux prestigieux en heure de grande écoute, c'est un risque que de se cantonner dans un créneau numérique plus pointu, qui demande à ses fans de piger (encore) dans leur portefeuille. « J'aime aller là où on ne m'attend pas. J'espère qu'on va pouvoir se péter les bretelles, un jour, sur le nombre de nouvelles personnes que nous avons amenées sur la plateforme », glisse Véronique Cloutier, qui attaquera ce nouveau marché avec « beaucoup d'humilité ».

En parallèle de Véro.tv, Véronique Cloutier planche sur sa future émission de variétés, qui verra aussi le jour en 2017. « Je veux revenir dans quelque chose qui va me rendre heureuse à 200 % », insiste Véronique Cloutier.

Bonne stratégie, ici. Véro restera donc accessible « gratuitement » à Radio-Canada, tout en proposant du matériel unique sur Véro.tv. Elle garde un pied dans les deux univers, le traditionnel, encore très fréquenté, et celui, très imprévisible, de l'avenir. Parenthèse : Véro.tv ne deviendra pas une extension de KOTV, l'entreprise de son mari Louis Morissette. Tous les producteurs en ville (Attraction, Zone 3, Fair-Play) pourront soumettre des projets à Véro.tv, comme s'il s'agissait d'une chaîne spécialisée indépendante.

À l'interne, les employés de la tour parlaient de Véro.tv comme du projet « Vanessa Paradis » pour éviter d'éventuelles fuites dans les journaux. Mission accomplie : le secret n'a pas été éventé avant la conférence de presse bondée d'hier.

Radio-Canada vous facture 7 \$ par mois pour un accès à l'Extra de Tou.TV. Les clients de la téléphonie mobile de Rogers et Telus s'y connectent gratuitement. La SRC ne révèle pas le nombre de gens qui se branchent à l'Extra de Tou.TV. Selon les chiffres les plus récents, 260 000 foyers puisent dans le Club illico de Vidéotron.

CHIFFRIER DU MARDI

Unité 9 demeure indétrônable au *top* du palmarès des séries de fiction les plus regardées de la télé québécoise. Mardi soir, 1 603 000 téléspectateurs ont assisté au retour de sœur Marie-Gisèle (Angèle Coutu) à Lietteville. Cet épisode nous a aussi rappelé l'existence de la jeune détenue Cameron Marquis (Karelle Tremblay), absente depuis quelque temps des intrigues. Ah oui, vous avez sans doute remarqué que le secret de l'infirmière Gwendoline Bachand (Patricia Larivière) est sur le point d'être exposé. Kim Vanier (Élise Guilbault) le sait, ça, c'est certain.

À TVA, le téléroman *O'* a franchi la barre du million (1 035 000), se faufilant devant *Mémoires vives* de Radio-Canada (851 000). La double vie de Bobby Lambert-Prescott (Yan Rompré) continue de nous mystifier. Quel personnage détestable, fêlé du chaudron.

http://plus.lapresse.ca/screens/69f0d869-3255-4a68-bd4e-1067549494bb%7C_0.html

Véro aura sa chaîne sur Tou.tv

Julie Buchinger



Véro.tv sera offerte en exclusivité dans l'Extra d'Ici Tou.tv dès 2017.

Véro.tv sera à l'image des valeurs de Véronique Cloutier, mettant de l'avant la famille, la mode, l'alimentation et l'humour. Véro.tv comportera aussi bien des émissions originales que des acquisitions.

Louis Lalande, vice-président principal de Radio-Canada, souligne l'intérêt de cette initiative pour Radio-Canada: «L'arrivée de Véro.tv représente une addition substantielle à l'offre du volet Extra d'Ici Tou.tv, lui permettant de toucher les goûts et les intérêts d'un public encore plus vaste avec des contenus de qualité.»

Véronique Cloutier se réjouit d'associer son projet à Radio-Canada: «Le lancement de Véro.tv est l'aboutissement d'un rêve qui me tient à cœur depuis longtemps. En la distribuant dans l'Extra nous lui permettons de profiter de l'expertise et du rayonnement d'Ici Tou.tv qui, depuis son lancement, se signale comme un moteur dans l'évolution de la diffusion et la consommation des contenus télévisés dans le marché francophone.»

Pour sa part, Dominique Chaloult, directrice générale de la Télévision de Radio-Canada, souligne la relation privilégiée que Véronique Cloutier entretient avec le diffuseur public et son auditoire: «Radio-Canada est fière d'être au cœur de la carrière de Véronique Cloutier depuis de nombreuses années. Son professionnalisme reconnu, mais aussi la relation chaleureuse qu'elle entretient avec le public dans les contextes les plus divers en font l'une des personnalités les plus appréciées de notre univers médiatique. C'est donc avec grand plaisir que nous accueillons Véro.tv dans l'Extra d'Ici Tou.tv.»

Tous les détails concernant Véro.tv et sa programmation seront dévoilés dans le cadre d'un lancement officiel à l'approche de sa mise en ligne.

www.infopresse.com/article/2016/2/24/vero-aura-sa-chaine-sur-tou-tv



**Véro de
retour sur
ICI Tou.tv**

Véronique Cloutier et la direction de Radio-Canada ont annoncé hier la création de *Véro.tv*, une plateforme exclusive dans l'Extra d'ICI Tou.tv, qui sera offerte en 2017. Au menu de ce regroupement d'émissions originales et d'acquisitions: la famille, la mode, le

divertissement, l'alimentation et l'humour comptent parmi les sujets abordés. Véronique Cloutier ne sera pas dans toutes les émissions proposées aux consommateurs. Son travail ressemblera beaucoup à ce qu'elle fait pour le magazine *Véro*.

Véro aura sa chaîne spécialisée

La Presse Canadienne

MONTRÉAL - Véronique Cloutier aura sa chaîne spécialisée, qui sera offerte dès 2017 sur le site d'écoute en ligne de Radio-Canada, ICI Tou.tv.

Les admirateurs de la vedette québécoise pourront visionner les émissions par le volet payant *Extra* de Tou.tv, a annoncé mercredi le diffuseur public par voie de communiqué.

La programmation inclura des émissions originales ainsi que des acquisitions qui aborderont plusieurs sujets chers à l'animatrice, dont la famille, la mode et l'alimentation.

Véronique Cloutier a dit que ce projet lui permettait de «réaliser

un rêve qui (lui) tient à coeur depuis longtemps».

Les détails sur la nouvelle chaîne seront annoncés plus tard, peu avant sa mise en ligne.

L'animatrice poursuit donc sa longue association avec la société d'État, où elle a travaillé de nombreuses années. En plus d'avoir participé à quelques éditions du *Bye Bye*, elle a animé plusieurs émissions de variétés, dont la célèbre émission *La Fureur*.

Plus récemment, elle était à la barre de l'émission *Les Enfants de la télé* avec son complice Antoine Bertrand, avant qu'elle ne quitte brièvement la scène télévisuelle en 2014 pour se consacrer à son spectacle d'humour avec son époux, Louis Morissette.



L'animatrice Véronique Cloutier a présenté sa chaîne spécialisée, *Véro.tv*, mercredi. — LA PRESSE

Girls' Night Out: Unsubtle, unwise about women, drink



JOHN DOYLE
TELEVISION
jdoyle@globeandmail.com

It's Friday night, I'm gonna get trashed." It's a young woman who says that. Women and binge drinking is the topic.

I've seen it, though not in Toronto. Perhaps I'm not in the relevant 'hood at all hours of the night. But I've seen it in Dublin and London. The roving gangs of young women in tiny dresses and heels, swaying, staggering. Some collapsed on the street. Others careening into the road looking for a taxi. All of them wasted.

Odd how some cultures feature the phenom. I was in Rio for more than a month and in areas chock-a-block with bars and nightclubs. Safe areas, too. Never saw the equivalent of London or Dublin. Maybe it's because there is an emphasis on going out to drink and eat. Food is important, not just the consumption of booze until falling-down drunk.

Girls' Night Out (CBC, 9 p.m. on

Firsthand) is about women and binge drinking. It's a "deeply personal point of view documentary directed by Phyllis Ellis," as advertised. In fact it's so focused on the damage of binge drinking it's like a blow to the head. An intense, in-your-face public-service announcement. Subtle, it ain't.

The astonishing segments feature young women at university somewhere in Canada. They're 20 or 21 years old. And the doc chronicles their relentless drinking. The preparation for it, the accumulation of booze. The gathering of friends who drink and drink and then do shots of liquor.

And then, after that, they actually go to the party where they drink more.

At one point the young women talk about the injuries they've received – the visits to a hospital emergency room with cuts and bruises. Not that they've been attacked. They fell down, did something dumb.

The stats – about the situation in the United States from the Centers for Disease Control and Prevention – are alarming. Alcohol is the leading cause of death for women between the ages of 18 and 24 in the Americas. Alcohol is involved in nine out of 10 campus rapes. Nearly 14 million U.S. wom-

en binge drink three times a month. In *Girls' Night Out*, we see, literally firsthand, the casually outrageous consumption of alcohol at a campus party.

It's when *Girls' Night Out* begins the task of figuring out why the binge drinking happens that it seems less authentic and is more of a clumsy reach to assign blame.

The claim, in CBC's advance notice, is this: "In *Girls' Night Out* young women reveal not only how they binge, but why. The film explores the glamorization of drinking through celebrity pop culture, target marketing by alcohol companies and how excessive drinking has become the go-to solution in this self-medicating, low self-esteem, anxiety-driven culture."

What we get, and what I don't buy, is the assertion that *Sex and the City* inspired some women to overindulge, to go from one bar to the next on a wild ride of cocktails, men, more cocktails and eventually passing out. Nor do I buy the assertion that coverage of Rihanna in a nightclub, quaffing champagne and surrounded by good-looking guys, drives some women to overindulge.

Sarah Hepola, author of *Black-out: Remembering the Things I Drank To Forget*, talks about the

archetype of "single, empowered ladies" and says, "Suddenly you were Carrie Bradshaw – you drank a lot, you had marauding sexual adventures. You're living the life."

Women aren't imbeciles and the suggestion that they are supervulnerable to the fictions of TV, movies and marketing is unhelpful.

The doc has harrowing accounts of women sexually assaulted while drunk. That's a more powerful warning than the limp suggestions about "the glamorization of drinking through celebrity pop culture." And there are good segments about women who are, through their work, obliged to spend time in bars and at parties.

Several women who work in PR talk about the ceaseless party-going that can be part of the job and the pressure to keep up, be funny and tipsy all the time. I buy that. The party circuit in any big city is huge and never-ending and drink-fuelled. Some women see the damage they're doing to themselves. Others realize it too late.

The truly informative and instructive portion of *Girls' Night Out* is the unfiltered footage of the young women in university talking casually about the parties

they arrange, they stock with booze and, as some assert, they enjoy a lot. In those segments are hard-to-ignore assertions about women supporting and goading each other into drinking more and more.

Girls' Night Out is tough to watch. Unsubtle, as I said. And alarmist, with good reason. Some of the stories are heartbreaking. And yet its narrative requires more than easily made accusations about the popular culture's influence.

Also airing tonight

Wolverine: Ghost of the Northern Forest (CBC, 8 p.m. on *The Nature of Things*) is a gorgeous doc with breathtaking footage. The *Wolverine* is mythical to some and, we're told, much misunderstood. It does have the "strongest bite force relative to its size of any carnivore on land." Few people ever see it, of course. Here cinematographer Andrew Manske takes us on his five-year quest to find and film the wolverine. We end up in the remote corners of the boreal forest of northwestern Alberta, and, yes, the wolverine is seen.

Follow me on Twitter:
[@MisterJohnDoyle](#)

Canadian playoff drought could be costly to Rogers

Media giant paid \$5.2B for NHL broadcast rights

ALEKSANDRA SAGAN

TORONTO • For the first time in more than 40 years, the Stanley Cup playoffs may lack a Canadian team this season.

That's not only a major disappointment to Canada's devoted hockey fans — Rogers Media coffers could also suffer at the hands of the teams' lacklustre performances three years after the company made a big investment in Canadian hockey talent.

In 2013, Rogers Media purchased the exclusive national rights to broadcast all NHL games for a dozen years in Canada for \$5.2 billion.

This playoff season, the odds of even one Canadian team making the playoffs are slim. None of the seven teams currently holds a playoff spot in the standings and Winnipeg, Toronto and Edmonton are at the very bottom of the 30-team

league. The season ends April 10.

"The bottom line is: no Canadian team in these playoffs is not at all good news for Rogers," Marvin Ryder, assistant professor at McMaster University's DeGroote School of Business, said in an interview.

Last year, when five Canadian teams competed in the first round of playoffs,

“THE PRODUCT (THEY SELL TO ADVERTISERS) IS JUST NOT WORTH AS MUCH.”

the company's gamble on hockey paid off. Ratings jumped 36 per cent over the 2014 post-season's initial matchups, when only Montreal advanced into the playoffs, according to Numeris.

But after the second round, no Canadian teams remained in the quest for the Stanley Cup and ratings

slipped, said Ryder.

So a looming Canadian playoff drought could spell trouble for Rogers, he said. The company depends on high viewership to be able to sell playoff advertising spots for hundreds of thousands of dollars or more. That revenue then helps pay for the yearly cost of its NHL broadcast rights.

Rogers declined to comment on the prospect of a Canada-free playoff season.

But Ryder predicts playoff viewership could fall by 25 to 35 per cent this year.

"They're going to take a massive hit," said Detlev Zwick, an associate professor of marketing at York University's Schulich School of Business. He projects a viewership drop between 30 and 40 per cent — if not more — compared to last year.

"Simply, the product they sold to or they're going to sell to advertisers is just not worth as much."

If significantly fewer fans tune in, he said, it's likely Rogers will offer discounted ad space, while companies that have already purchased slots may try to re-negotiate the terms of their contracts.



CHRIS YOUNG / THE CANADIAN PRESS

The Stanley Cup playoffs could be without a Canadian team for the first time in 40 years, something that could affect viewership — and advertising revenue — for Rogers Media, two university business professors believe.

It's quite possible, of course, that Canadian hockey fans will still watch the playoffs in significant numbers despite the absence of a Canadian team.

Rogers could help spur further interest in Canadian fans by highlighting homegrown talent playing for U.S. teams, said Ryder. Canada's golden boy Sidney Crosby, for example, may duke it out in the playoffs with the Pittsburgh Penguins.

But regardless of how the company positions the post-season, it's unlikely to replicate the ratings when

Canadian teams compete for the cup, Ryder said.

Others point out that the rights acquisition was hardly a bad investment for Rogers. The company is only a few seasons into a 12-year deal that's likely to have good performance over the long-term.

Zwick compares Rogers' investment to a portfolio that's likely to have some bumps over the years, but should lead to a strong profit overall.

Rogers can also hope that the poor performance of Canadian teams this season

will position them favourably to make early picks at June's NHL draft. The teams could beef up their rosters and become more fierce competitors next season, said Ryder.

But if the low Canadian dollar weakens the ability of Canadian franchises to attract top talent, Ryder added, Rogers could be facing the same problem next year.

"If it became a new trend that suddenly this once-in-40-years is now the new standard ... then I'd be very worried about the rights I've acquired."

The Canadian Press



Dormez en paix, votre télé ne changera guère

La télévision est un énorme paquebot qui ne tourne pas sur un dix cents, surtout au Canada où son parcours est balisé comme une route maritime. Notre télévision est téléguidée d'Ottawa par le CRTC dont Jean-Pierre Blais est le pilote en chef. Désireux de laisser sa marque et conscient que le paquebot va affronter des mers de plus en plus houleuses, le pilote Blais a lancé un appel à tous. Il voulait qu'avec «Parlons télé» nous lui indiquions la route que le paquebot devrait emprunter.

Si le CRTC n'est pas composé uniquement d'experts, tous les téléspectateurs le sont! Quand on les consulte, ils répondent sans hésiter qu'ils veulent une télé de qualité! Il y a belle unanimité aussi dans l'industrie. Si on les interroge, diffuseurs, producteurs, artistes et artisans répondent toujours: «Il faut plus d'argent!»

Malgré l'évidente bonne volonté du CRTC et de ceux qu'il a écoutés, les mesures qu'il a annoncées ne sauveront pas notre paquebot des tempêtes qui s'annoncent. Il en faudra bien plus.

DES CHANGEMENTS DE CAP ?

Comme les changements de cap seront très difficiles à apercevoir, les téléspectateurs quelque peu distraits risquent de les manquer. Je leur en signale donc quelques-uns:

- À compter de mardi prochain, on pourra s'abonner au service de base pour 25\$ par mois et, si on le désire, soit à des canaux à la carte ou soit à des bouquets d'au plus 10 chaînes. C'est l'un ou l'autre. Le 1^{er} décembre, petits bouquets ET canaux à la carte seront possibles. Conséquences: des chaînes marginales – surtout anglophones – ne survivront pas et le coût des chaînes les plus populaires (comme TVA Sports et RDS) risquent d'augmenter beaucoup. On épargnera des «pinottes» et encore.

- Les nouveaux décodeurs seront «intelligents». Conséquence: on connaîtra nos goûts et sans doute beaucoup d'autres choses aussi. Netflix et d'autres utilisent déjà des algorithmes qui dévoilent aussi nos habitudes d'écoute.

PAUVRE CONTENU CANADIEN

- Le jour, le CRTC réduira à rien les heures de contenu canadien auquel devraient s'astreindre les chaînes. Conséquence: le CRTC espère ainsi qu'elles auront plus d'argent pour des émissions «captivantes» et qu'il y aura moins de «recyclage» des vieilles émissions, ce qui est loin d'être sûr.

- Le CRTC abandonne l'exclusivité de certains genres d'émissions qu'il accordait aux chaînes pour protéger leur programmation d'une concurrence indue. Conséquence: il espère ainsi encourager l'innovation et augmenter la diversité de la programmation, mais cela pourrait avoir l'effet contraire, surtout dans le petit marché francophone.

- Les chaînes d'information en continu devront consacrer 95 % de leurs émissions aux nouvelles, analyses, actualités, documentaires et reportages. Conséquence: RDI et les autres cesseront de ressembler de plus en plus à des chaînes généralistes.

LE SUPER BOWL

- Finie la substitution des messages du Super Bowl. Conséquence: les anglos verront les messages américains, même s'ils ne sont pas «rapport». RDS continuera d'y substituer des messages canadiens. Conséquence: nos agences de pub sont privées de revenus et Bell Média, qui détient les droits du Super Bowl jusqu'en 2020, perd sa chemise. Avec la National Football League, Bell veut en appeler de la décision en Cour fédérale. Ma prédiction: le CRTC reviendra sur sa décision, d'autant plus inutile que les messages du Super Bowl sont tous disponibles sur YouTube pour qui tient à les voir.

TÉLÉPENSÉE DU JOUR

Ceux qui disent que la télé d'aujourd'hui est plate doivent se réfréner à leur téléviseur plutôt qu'à son contenu.

**MP Hedy “burning crosses” Fry worried “anyone can publish anything” on the internet.
Are Liberals planning free speech crackdown?**

Brian Lilley
REBEL CO-FOUNDER



The Conservatives took a well-deserved shot at Liberal MP Hedy Fry during Question Period on Wednesday.

On Tuesday during a Heritage Committee hearing into the future of local news, Fry wondered who would regulate what is reported in the Internet, “Anyone can publish anything,” she reportedly said.



David Akin 
@davidakin

 Follow

Last question from #CHPC chair @HedyFry: Who will regulate accuracy of online news? “Anyone can publish anything!” she exclaims.

10:36 AM - 23 Feb 2016

Of course those with political memories stretching back more than a year or two were quick to point out Fry’s folly on Twitter pointing to her “crosses are burning as we speak” comments. In 2001, Fry famously stood in the House of Commons and exclaimed, “Mr. Speaker, we can just go to British Columbia, in Prince George, where crosses are being burned on lawns as we speak.”

The outburst at committee prompted Conservative House Leader and MP for Regina, Andrew Scheer to rise and ask if the government was planning a crack down on free speech.

“Mr. Speaker,” Scheer said, “yesterday the Liberal chair of the heritage committee was awfully concerned that nobody was regulating the content of the Internet. As we speak, there is just a whole lot of Internet going on out there—what with the emails and the Google and the kids twittering. She is worried that “anyone can publish anything”. When Al Gore invented the Internet, he did it in a way that protected free speech.

We know that the Prime Minister has great admiration for dictatorships like China. Is the current government going to take a page from the original red book and start stifling free speech?”

Scheer’s comment about Al Gore inventing the internet was yet another shot at progressive pomposity, mocking Gore for claiming during an interview that he had a hand in inventing the internet. As for the Trudeau comment on China, that is something the Liberal leader actually said during a “ladies night” fundraiser in 2013.

Trudeau's admiration for the "basic dictatorship" of China was heard and recorded by several media outlets but was only made public thanks to the now defunct Sun News Network being brave enough to point out Trudeau's ludicrous comments.

In response to Scheer's question, Heritage Minister Melanie Joly gave a long and rambling reply. In some fairness to Joly, her reply was interrupted several times by Conservative MPs laughing and heckling but I'm still not sure it makes much sense. See for yourself.



Partial Transcript:

Hon. Mélanie Joly (Minister of Canadian Heritage, Lib.): Mr. Speaker, we understand the importance of technological changes and the culture that is in line with these technological changes, and that is why our government is committed to really looking into the opportunity of—

Some hon. members: Oh, oh!

The Speaker: Order, please. Let us settle down, folks. We want to hear the answer to that question. I know members are anxious to hear the answer. The hon. Minister of Canadian Heritage has the floor. We will have order.

Hon. Mélanie Joly: Clearly, Mr. Speaker, there is no issue with free speech in this House. We will launch public consultation on the digital shift in order to really see the opportunity, but not only that, to really understand the impact the internet may have on users and creators in general.

www.therebel.media/mp_hedy_crosses_are_burning_as_we_speak_fry

There are challenges in local TV, but CRTC tells Heritage there remains plenty of money in the system

Perry Hoffman

MP fumes his local anchors are now in Toronto



OTTAWA – The ongoing local television struggles were the topic of the day at the Heritage Committee this week as it kicked off its study on the media and local communities (just three short weeks after the CRTC did the exact same thing).

Officials from the Department of Canadian Heritage, the Competition Bureau and the CRTC were at the inaugural meeting to provide MPs with background on the challenges facing the industry.

The nearly two-hour long session was mainly about giving and receiving information on the struggles of local TV, including news. Department officials explained that advertising revenue is shifting from traditional linear TV to digital platforms and that is having a negative impact on the profitability of TV stations. Yet, the spend on Canadian productions has increased from \$2.5 billion to \$2.9 billion.

And while committee members wondered what could be done to help the fledgling local TV business, a presentation from the Competition Bureau sparked some criticism from one Conservative MP. Kevin Waugh, who represents the riding of Saskatoon-Grasswood and is a former sportscaster for CTV Saskatoon, expressed his dissatisfaction with the bureau's approval of the Bell acquisition of Astral and the decision by Shaw to centralize its anchors in Toronto.

In response, Jeanne Pratt, senior deputy commissioner of the mergers and monopolistic practices branch, noted that the bureau only looked at the economic part of the Bell-Astral deal and whether the transaction would be detrimental to the industry. Bell was forced to divest of 10 TV stations it had originally proposed to buy.

This didn't satisfy Waugh, who then ranted that having Global anchors in Toronto report on local Saskatoon happenings is "ridiculous."

"I have the full team out of Global Toronto telling me on Second Avenue in Saskatoon, how was it today? That to me is ridiculous. I'll never accept that," he said, noting that while viewers may accept it, "the ratings have plummeted."

He went on. "I don't care how many guys they got on television on the street, if you don't present in front of the television set from the city you're from, your ratings are going to zip."

"I have the full team out of Global Toronto telling me on Second Avenue in Saskatoon, how was it today? That to me is ridiculous. I'll never accept that." – Kevin Waugh, CPC MP Saskatoon-Grasswood

Waugh pointed out that it's not just Saskatoon that has lost its local Global anchors. The same has happened in Kelowna, Regina and Winnipeg.

The former sportscaster turned MP picked up on his issues with local news during the Commission's appearance when he asked who regulates the quality and quantity of news programming.

Scott Hutton, the CRTC's executive director of broadcasting, noted that the Commission has traditionally regulated local programming based on the numbers of hours. He added though that when it comes to the quality that's much more difficult to measure.

He did provide Waugh with some tangible answers on what the Commission is doing to address the concerns he raised. Hutton said the CRTC asked during the eight-day local and community TV hearing whether local news requires a physical local presence, should there be reporters on the ground and what qualifies at local news.

"So those are questions that we're certainly asking and inquiring as to whether or not we should intervene in those areas," he said.

In his opening remarks, Hutton acknowledged that the industry finds itself in a difficult situation, but added the Commission believes there is enough money in the system to support local news. Broadcasters spent \$470 million on local programming in 2014 and broadcast distributors spent \$150 million on community TV channels.

"So, the Commission is convinced there's sufficient money in the system to support the creation of news and local information programming," he said.

The CRTC also won't hesitate to ensure broadcasters meet public interest obligations when it comes to news. "We've **sent an equally clear signal** to the TV industry that we'll hold major broadcasters to account when their licences come up for renewal in 2017. If they fail to live up to their end of their bargain with Canadians, the CRTC will not hesitate to take action," said Hutton.

<https://cartt.ca/article/there-are-challenges-local-tv-crtc-tells-heritage-there-remains-plenty-money-system>

CRTC says Videotron can't add extra channels to skinny basic

The Wire Report

The CRTC turned down a request by **Quebecor Inc.**'s Videotron for an exception to the regulator's rules around skinny basic TV packages.

Videotron had asked to add Canal Savoir to its basic offering in Granby and Sherbrooke, to include **BCE Inc.**'s CTV Ottawa in its basic service in Terrebonne, Montreal and Montreal West, and to add International Channel/Canal International (ICI), TVA Montréal, **CBC/Radio-Canada**'s French-language Montreal station, CTV Montréal and Canal Savoir in Gatineau, Que.

The CRTC said adding these channels would amount to "an exception to section 17(6) of the [regulations,] which requires a BDU to offer to its subscribers a small basic service comprised of a maximum of 10 over-the-air Canadian stations per licensed area. Specifically, the number of stations distributed on the basic service of these BDUs would exceed the regulatory 10-station maximum."

The CRTC said in the decision Wednesday that Videotron's arguments weren't compelling enough to justify an exception to the regulations. It said that in its view, "a basic service comprising more than 10 stations could blur the distinction between" the basic service and a company's larger, first-tier offering.

"Moreover, the Commission agrees with the [Public Interest Advocacy Centre] that approval of the applications could encourage other BDUs to submit other similar applications, which would be contrary to the Commission's objective of establishing a small basic service for Canadians who may only want to choose a limited number of services," it said.

www.thewirereport.ca/briefs/2016/02/24/crtc-says-videotron-cant-add-extra-channels-to-skinny-basic/30631

ACTRA to ask feds for Netflix tax



OTTAWA – The Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) wants the federal government to force Internet broadcasters like Netflix to pay “their fair share when it comes to supporting Canadian culture”.

ACTRA national president Ferne Downey, accompanied by Canadian performers including Sarah Gadon, Benz Antoine, Nigel Bennett, Ellen David, Art Hindle, Shannon Kook, Tristan D. Lalla, Huse Madhavji, Michelle Nolden and Rick Roberts, will attend a reception on Parliament Hill Wednesday evening to ask the new government to support Canada's creative economy.

The organization said that its other strategic priorities for this lobby trip are to ensure that the government delivers on its pre-election commitment to increase funding for the CBC, National Film Board and Telefilm Canada, plus to ask that audiovisual artists be granted the same protections as audio artists when the Copyright Act goes under review in 2017.

“Our first step is to form a strong and positive relationship with our new government,” said Downey, in the news release. “It is crucial in this time of unprecedented change to set policies to assure the survival and ongoing growth of our industry.”

ACTRA represents the interests of 22,000 professional performers working in the English-language recorded media in Canada.

www.actra.ca

<https://cartt.ca/article/actra-ask-feds-netflix-tax>

Ethics commish says MP broke rules writing letters to CRTC

Mary Dawson, the conflict of interest and ethics commissioner, said Wednesday that former conservative MP Parm Gill breached the Conflict of Interest Act by sending letters of support to the CRTC.

Gill sent two letters regarding radio licence applications to the CRTC while serving as a parliamentary secretary.

Dawson's office said in a press release that it found Gill contravened section nine of the act, which "prohibits public office holders from using their position to seek to influence a decision of another person so as to improperly further another person's private interests."

The press release added: "Considering the special influence that parliamentary secretaries may have given their governmental roles, the Commissioner determined that it would be improper for parliamentary secretaries, as for ministers, to seek to influence an administrative tribunal with respect to its decision-making."

www.thewirereport.ca/briefs/2016/02/24/ethics-commish-says-mp-broke-rules-writing-letters-to-crtc/30628

Loonie tunes: How the dollar's dip is affecting studios, crews

Studios and unions across Canada are grappling with the collision of a wildly low Canadian dollar, the ongoing effects of "peak TV" and fluctuating regional incentives.

Jordan Pinto and Julianna Cummins

The Canadian dollar has flirted with the 70-cent-to-the-U.S.-dollar mark several times in 2016, with the loonie sitting at 73 cents to the U.S. dollar as of Tuesday afternoon. While the exchange rate means a trip south of the border hits Canadian consumers' wallets harder than usual, American filmmakers have the opportunity to bank some major savings.



The weak Canadian dollar has meant both studios and crews are reporting higher-than-average calls about shooting north of the border and a rising concern that demand is starting to outstrip supply. This is prompting some unions, such as Vancouver's IATSE local 891 and Toronto's NABET 700 UNIFOR, to get creative with recruiting strategies, and studio operators exploring alternative ways to expand while also acknowledging the influence of factors outside a low loonie, like changing tax incentives.

Speaking recently with *Playback*, Peter Leitch, president of Vancouver's North Shore Studio, said that compared to this time *last year* – when the Canadian dollar almost equally as weak – the number of inquiries to North Shore is up 25%. But while the studio is fully booked now and for the next six months, Leitch says his long years in the business have shown business can dry up quickly due to rogue factors such as show cancellations or *incentive changes*. For now, he said, "we have optimism, but not certainty."

One effect, Leitch noted, is that the lack of space is prompting new, smaller players to get into the market, with parties sussing out "warehouses and other options" outside of Vancouver's main studios.

In Ontario, VP of Cinespace Film Studios Jim Mirkopoulos said the demand is high, but thanks to several boom years in a row, Ontario is well equipped to handle it. What is impacting confidence in Ontario's production industry, he argues, is perceived instability in Ontario's tax credit, which was reduced in 2015 from 25% to 21.5%.

"Our clients are very clear with that – they will tolerate fluctuating currencies because that's just part of the economy, however they will not tolerate unstable tax credits," said Mirkopoulos of Cinespace's roster of multi-season episodic TV producers.

David-Alexandre Coiteux of Montreal-based Fullum Films and Studios said studios in Montreal are at capacity, to the point where it's "almost impossible" to handle the current demand. Foreign companies are also transferring money into Canada to lock a favourable exchange rate while the Canadian dollar remains weak, he added. In the case of Coiteux, he said his studio is fully booked and he is now looking for additional space to invest in so he can accommodate the increased volume of requests.

Some of the country's crews, meanwhile, are looking for ways to increase their capacity. On the west coast, IATSE local 891 is actively recruiting new members, said business representative Phil Klapwyk. For example, the local is exploring how skilled workers, such as iron workers, could use their trades for film- and television-related jobs. A total of 93 members have joined the union since Jan. 1, with 433 joining throughout 2015.

More so than the low Canadian dollar, Klapwyk attributed the increase in production in British Columbia to the evolution of TV production itself, as new players enter the market and the era of "peak TV" roars on. The nascent trend of straight-to-series orders and reduced one-off pilots is also contributing to overall volume, he notes.

Reps from Toronto-based union NABET 700 UNIFOR also said they have seen an increase in calls and interest from those looking to shoot in Ontario, although noted it's too early to say if that is linked to the low dollar.

"There is definitely interest, but it hasn't translated into definite work related to the low dollar as of yet," said Jonathan Ahee, president of NABET 700 UNIFOR. In fact, he said the union has been more or less been operating at capacity for the past two years, and has been holding orientation sessions every month for those interested in joining the union.

In the past two years, the union has also doubled its training budget, with membership increasing by 25% over the past three years. With their own human resources somewhat strained, Ahee did admit the union has had to work closely with producers to manage expectations when it comes to crew availability.

"We have been able to meet the demand, but not without significant struggle and communication between the producers and ourselves to make sure we are meeting their needs," Ahee said.

<http://playbackonline.ca/2016/02/24/loonie-tunes-how-the-dollars-dip-is-affecting-studios-crews/>

Corus slams Catalyst Capital claims regarding Shaw deal

Corus Entertainment has released a statement characterizing claims outlined in a recent media report as "deeply misleading."

Julianna Cummins

Corus Entertainment has called claims from minority shareholder Catalyst Capital Group outlined in a recent media report as "deeply misleading," including refuting allegations that the Shaw Family stands to gain between \$50 million to \$62 million from the transaction.

An article published by the *Financial Post* Tuesday indicated Toronto-based private equity firm Catalyst Capital Group had filed letters with the Ontario Securities Commission and the Toronto Stock Exchange Friday, asking the regulators to review whether enough information has been disclosed publicly to allow minority stakeholders to make an informed decision about the \$2.65 billion deal.



"Based on Corus' own prior disclosure, the deal is dilutive, not accretive, unless one assumes away facts such as having to pay for debt. Catalyst is also concerned that the special committee was not formed ahead of the deal, and that the income and EBITDA were inflated to support a misleading transaction multiple [7.7x]," said Catalyst Capital managing director Gabriel de Alba in a statement sent to *Playback* Wednesday morning.

In a statement released Tuesday afternoon, Corus said it was looking to "correct a number of misstatements and inaccuracies" relating to Catalyst' allegations that were outlined in the *Financial Post* report. Significantly, Catalyst alleged the Shaw family stands to gain between \$50 to \$62 million from the transaction, a claim Corus characterized as "unfounded."

Catalyst has also alleged the Shaw family has gained \$40 million from fluctuations in trading prices of Corus and Shaw shares on the TSX following the announcement of the deal. Corus noted in its statement that the family "obviously... cannot predict, nor is responsible for, market fluctuations in the share prices of the two companies."

The statement also refuted claims by Catalyst that Corus was overpaying for Shaw Media. In its statement, Corus indicated Catalyst had said in a Feb. 16 meeting that it had calculated that Corus was overpaying for Shaw Media by \$150 to \$200 million. The *Financial Post* story released Tuesday indicated Catalyst had since calculated Corus is overpaying for Shaw by an estimated \$400 million to \$600 million.

"Corus is confident in the independent formal valuation and fairness opinion provided by Barclays Capital Canada Inc., which determined the fair market value for Shaw Media to be in the range of \$2.45-\$2.85 billion, based on extensive analysis including discounted cash flow analysis and comparable precedent transactions in the broadcasting sector in Canada and the United States," Corus said in its statement.

Corus also said it "stands behind both the robust process and the extensive disclosure provided to shareholders in related to the acquisition." The statement points to a special committee of independent directors that was established to assess and oversee the merits of the deal. On Monday, Corus also issued a separate report from an independent firm Independent Shareholder Services, which recommended shareholders vote for the deal, as "on balance...the benefits of the transaction appear to reasonably outweigh the costs."

The sparring between Catalyst and Corus Entertainment comes about two weeks before a March 9 shareholders meeting where a vote will take place on the Shaw Media acquisition. In order for the deal to go forward, it must be supported by a majority of the minority shareholders. It is also subjected to regulatory appeal.

Neither the Ontario Security Commission nor the Toronto Stock Exchange would confirm the receipt of a letter from Catalyst Capital regarding the Shaw/Corus deal.

<http://playbackonline.ca/2016/02/24/corus-slams-catalyst-capital-claims-regarding-shaw-deal/>

APTN firming up plans for All Nations Network U.S. launch

Manori Ravindran



Canadian specialty net Aboriginal Peoples Television Network (APTN) is moving forward with plans for a 24-hour U.S. channel featuring lifestyle content, scripted programming and news, and has named the venture the All Nations Network (ANN).

The endeavor was first announced in May of last year, when APTN revealed it was partnering with U.S.-based Castalia Communications to develop a channel targeting Aboriginal peoples in America.

A spokesperson for the net tells *realscreen* that a launch date has not yet been set, but is expected for the second half of 2016. ANN execs are presently in distributor meetings.

The New Mexico-headquartered operation is said to be the first of its kind to cater to both Native and non-Native audiences in the U.S. and will also feature sports, feature films and children's programming. All content will be written, produced and directed by Native Americans, among others, according to the net.

A recent release issued by APTN notes that network distribution in the U.S. is being represented by Castalia Communications. Native American filmmaker Chris Eyre will also be working closely with ANN ahead of the American launch.

"We think the time is right for Native Americans to have their own channel and are happy to see the positive discussions Castalia has had with major U.S. pay-TV operators," said Jean LaRose (pictured), APTN CEO, in a statement.

"Certainly, our experience in Canada has been one of creating and providing opportunities for our producers, for our storytellers, to tell our stories, in our words, to our peoples and to the world," he continued. "Native American producers are poised and eager to have the same opportunities and we believe that we can work together to provide a unique window into the lives – past, present and future – of this community."

Among those voicing support for the endeavor is filmmaker Jim Jarmusch, who said via a statement: "There is demand for a national Native network across the country. A vibrant new generation, a golden era of Native film-makers and artists will be born and have a dedicated channel through which to express their voices."

Canada's APTN has been operating for more than 16 years, and reaches about 92% of Canadian households and commercial establishments.

<http://realscreen.com/2016/02/23/aptn-plans-all-nations-network-launch-in-u-s/>



BELL MEASURES BRAINWAVES WITH SUPER BOWL AD STUDY

Research says ads from Royale and auto makers resonated with viewers

Chris Powell

In what appears to be a broadside aimed at the CRTC and its decision to remove simultaneous substitution from Canadian Super Bowl telecasts beginning next year, **Bell Media** has released a new study that claims to demonstrate the efficacy of Canadian ads during the year's most watched TV broadcast.

The partnership with Toronto-based **Brainsights** measured the brainwave activity of 54 adults during the Super Bowl 50 telecast. It found 14 of the top 20 most-engaging ads during the telecast belonged to advertisers exclusive to the broadcast.

Brainsights used portable brainwave readers – or electroencephalograms – capable of measuring brainwave activity every two milliseconds to record the brain activity of Canadians as they watched the Super Bowl.

The company then mined that data to determine an ACE score that tracked levels of attention and alertness (A), emotional connection (C) and encoding to memory (E).

According to the research, the top five spots in the telecast included **Royale** ("Tiger Towel Food Truck"), which boasted an ACE score 37% greater than the average for all advertising in the telecast.

Three of the top five ads belonged to the automotive category, including **Honda's** "Civic Nation Membership," **Mazda's** "The Proposal" and **Ford's** "Undisputed" ad. The fourth highest-scoring ad promoted **Beyonce's** "The Foundation Tour."

While the highest-scoring ads lacked the viral appeal and celebrity cache of their splashy U.S. counterparts, Brainsights founder and CEO **Kevin Keane** said that placement was the most important factor in viewer reaction. The Royale ad, for example, was the first ad to run after the end of the first quarter.

Jeff Hersh, vice-president of strategy, revenue management and research for Bell Media, said that the company plans to conduct additional neuro-research in an attempt to deliver "new opportunities and advertising solutions" related to its content.

The research also found that the top moments in the telecast belonged to reigning NBA MVP **Steph Curry** welcoming the Panthers to the field, the replay of **Jonathan Stewart's** over-the-top touchdown and **Jordan Norwood's** 61-yard punt return, the longest in Super Bowl history.

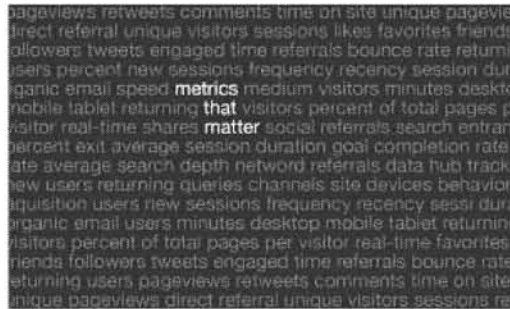
Winning quarterback **Peyton Manning's** promise that he was going to "drink a lot of Budweiser" – a mention that has valued at **US\$1.6 million in media exposure** for the beer brand – also scored high with participants in the study.

Bell Media is currently fighting a CRTC decision to eliminate simsub from the Super Bowl beginning next year, a decision that opens up the Canadian telecast to U.S. commercials.

www.marketingmag.ca/media/bell-measures-brainwaves-with-super-bowl-ad-study-168517

Audience Awareness and Comprehension: The Seldom-Measured Metrics

Elia Powers



Click on the image for the full series.

At two workshops hosted by the Engaging News Project, an organization that researches online audience engagement, digital strategists discussed what audience metrics mattered most in their newsrooms.

Representatives from legacy outlets (The Washington Post, The Wall Street Journal, CNN), newer digital ventures (The Daily Beast, Politico, Vox) and nonprofit/public media organizations (The Texas Tribune, NPR) had wide-ranging conversations about the merits and drawbacks of the top data metric platforms, and how to capture both devoted and fly-by users.

During each workshop, the discussion briefly turned to seldom-referenced metrics: audience awareness and knowledge. A newspaper editor argued that journalists have an obligation to measure reader comprehension. A social media editor asked whether newsrooms could solicit feedback from readers about which posts were most useful for understanding news topics.

“Both times we heard someone say, ‘I wish we knew whether people comprehended our work,’” said Talia Stroud, director of the Engaging News Project and an associate professor of communication studies at the University of Texas at Austin. “Everyone around the table nodded.”

But few had answers.

That largely remains the case more than one year following the final workshop. There are many reasons why news organizations do not commonly measure whether following their coverage is associated with increased awareness or knowledge of specific issues. They are metrics that don’t neatly fit into a spreadsheet. Measuring them can be costly and time-intensive. Results can be hard to swallow. And there are many other ways to measure impact, including how widely news coverage is referenced and shared, and whether it helps spur changes in public policy or public opinion.

Yet the dearth of newsrooms measuring reader awareness and comprehension doesn’t mean that there’s a lack of interest among journalists in such data, according to Stroud and other engagement experts interviewed.

As more news organizations seek to explain complex topics in engaging ways online, there’s a growing need for data on the effectiveness of their efforts. In a [white paper](#) on measuring the impact of nonprofit journalism, ProPublica president Richard Tofel wrote that “Explanatory journalism seeks primarily to elucidate.... The impact of explanatory journalism will be determined by measuring how much readers’ awareness or understanding has increased.”

Foundations interested in investigating the impact of journalism have partnered with news organizations on projects to test ways of measuring audience awareness and comprehension. Funding is available – but only if there’s the right match.

DETERMINING OUTCOMES, ALIGNING INCENTIVES

The Bill & Melinda Gates Foundation, which last year spent roughly \$30 million in media-related grants, places a heavy emphasis on measuring impact.

“Our goal with the media funding that we do is about raising awareness and deepening knowledge and understanding of the issues that the foundation works on,” said Manami Kano, deputy director for global media partnerships at the Gates Foundation.

Kano previously managed the foundation’s education media grants, including funding for news organizations such as Education Week, Chalkbeat and The Hechinger Report. Kano’s team helped determine the framework for how the foundation thinks about the impact of its media grants.

(Full disclosure: The Gates Foundation is funding MediaShift’s new MetricShift section via its fiscal sponsor, BAVC.)

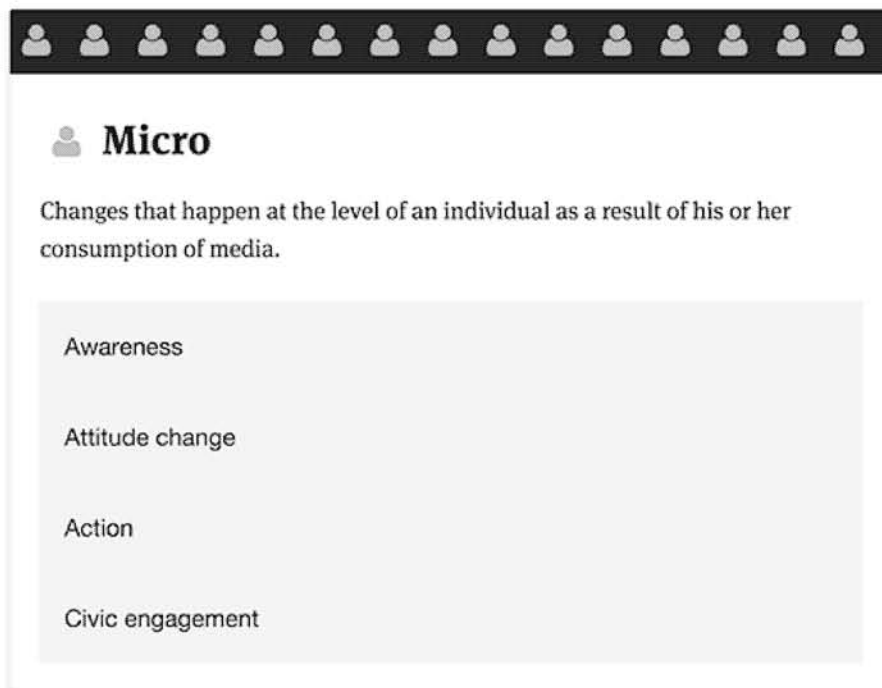
“In terms of having the outcome we want, it’s really about how has the audience changed? Have they really understood these issues? Do they follow these issues more? Are they more knowledgeable about that? Are they talking to others about it?” Kano said.

The Gates Foundation provides support to media organizations that share some of these priorities — even if they are not the top priority.

“In theory, [the grantees] want the information, but in practice is it the highest priority? It’s probably more of a priority for us,” Kano said.

Questions about which audience impact metrics to measure should start with a news outlet examining its mission, according to many of the engagement experts interviewed.

"If your goal is to generate more awareness or knowledge, it's absolutely worth figuring out how to invest in that kind of measurement," said Lindsay Green-Barber, director of strategic research at the [Center for Investigative Reporting](#).



Screenshot from CIR's Impact Tracker glossary. [Click here to view the full glossary.](#)

But measuring awareness and comprehension is rarely part of a news organization's culture, said Jessica Clark, director of research and strategy at [Media Impact Funders](#), a network of grantmakers interested in impact. Clark, who authored a [report on impact assessment](#), said commercial journalism is typically oriented around the audience traffic metrics that matter most to advertisers.

While there is typically no financial incentive for commercial news outlets to measure awareness and knowledge, the incentives may line up for nonprofit news sites that find foundations interested in that mission, Green-Barber said.

An ideal scenario, according to Jim Schachter, vice president for news at [WNYC](#), is "when the thing the funder supports lines up with what you already want to do." That was the case for the New York NPR affiliate, which launched a cross-platform initiative to increase awareness of health issues and improve health outcomes with the help of several funders, including the [Robert Wood Johnson Foundation](#).

The [Rita Allen Foundation](#), which invests in civic literacy and engagement projects, helps fund efforts by the [Engaging News Project](#), [Media Impact Funders](#) and [Solutions Journalism Network](#) to measure impact. Elizabeth Good Christopherson, president and CEO of the Rita Allen Foundation, said efforts to measure awareness and knowledge align with its mission of "creating an engaged and informed citizenry."

Much of the foundation funding to measure impact goes to public broadcasting and nonprofit news sites. Clark said the heavy commercial investment in the for-profit, online news site [Vox](#) is a sign of interest in explanatory journalism. Whether or how outlets such as [Vox](#) and [FiveThirtyEight](#) measure their effectiveness in explaining the news is an open question (attempts to reach editors at both news organizations were unsuccessful).

Dana Chinn, director of the [USC Annenberg Norman Lear Center Media Impact Project](#), said the most important factor in determining whether a news outlet measures impact metrics such as awareness and comprehension isn't its tax status but instead its leadership team. "Questions about whether and how to measure impact are personal," she said.

And sometimes, journalists can take the results personally. "It's not difficult to do any of this," said Chinn, who teaches and researches audience analytics. "What's difficult is to see the information and act on it and admit that something isn't going right."

Green-Barber said the idea of measuring these metrics is more palatable if news outlets stop thinking about it as an evaluation that may lead to punishment from funders if reader awareness or comprehension is lower than anticipated.

"It's not about whether you are successful, but instead what worked and what didn't and how that can inform our next project," Green-Barber said.

Added Kano: "Once the results come in, people are very interested in what that says and for the most part I've seen the news organizations then apply it to their strategies around audience development and content. They realize it's not just for us to do evaluations but really for them to improve their product and their business to a large degree."

DIFFERENT METHODS OF MEASUREMENT

Awareness, which Chinn considers a “first-level” outcome, typically refers to whether audiences can recall news content. Kano said she considers metrics such as active time on a page and scroll depth to be proxies for awareness (though she said the data are imperfect). Chinn said news organizations commonly measure awareness by what articles a user visited online.

Self-reported information (pre-tests and post-tests about awareness of a news topic) is another option. Green-Barber said one of the difficulties with this method of measuring awareness is waiting several months to determine if audiences can still recall the information. Another challenge: asking questions on the pre-survey that don’t make participants feel inadequate.

Green-Barber wrote in a recent report that while changes in laws and policies are “real, discrete events we can measure,” changing awareness of an issue “proves to be much more difficult to know.” In an attempt to measure awareness, she designed a survey completed by residents of Oxnard, Calif., before and after reading a Center for Investigative Reporting investigation into pesticide use in the community. Results showed that residents were significantly more aware of the use of pesticides and concerned about the adverse health effects after reading news coverage in CIR, its distribution partner, The Guardian, and other news outlets that reported on the findings.

WNYC has adopted a different approach to measuring awareness. Over the past several years, the station focused its programming on health issues such as sleep deprivation, sticking to exercise regimens and hearing loss. Most recently, the WNYC podcast *Note to Self* launched the series “Infomagical” about managing information overload. Partnering with researchers, WNYC asked its audience to follow its news coverage, take part in challenges such as a day without multitasking and report back results.



Manoush Zomorodi, host of WNYC's Note to Self podcast, discusses the "Infomagical" engagement project before a live audience on January 20, 2016.
(Photos by Matthew Septimus / Courtesy WNYC Studios)

Paula Szuchman, vice president of on-demand content for WNYC, said one measure of awareness for these projects is whether monthly podcast downloads and newsletter subscriptions increase. Another is the number of people who report their health data back to the station. While Szuchman acknowledges that this self-reported data isn’t scientific, she was heartened that thousands of listeners became increasingly aware of these health issues and reported positive health changes.

Added Schachter, WNYC’s vice president for news: “I go to a lot of meetings with funders, and to be able to tell an accurate, honest story about the depth of our audience’s engagement — that people will stick with us, do this amount of work on our behalf and on our community’s behalf — that’s a terrific story to be able to tell.”

Increasing audience knowledge or comprehension of news content can be more difficult — and more challenging to measure. Chinn considers this a “second-level” outcome and Green-Barber calls it a “micro,” individual-level outcome similar to changes in attitude or behaviors.

Comprehension is often measured through self-reported surveys (what did a person know about a news topic before and after reading a story?) The Engaging News Project helps news outlets develop online polls that test reader knowledge and, study results show, increase their time on page.

Solutions Journalism Network conducted an A/B test in 2014 in which randomized participants read articles about social issues that were either conventionally written or included information about solutions to the problem. Results showed that people who read the solutions-based stories were more likely to report feeling more knowledgeable and better informed about the issues than those who read the conventional articles.

Increasing awareness and knowledge is the ultimate goal of solutions journalism, said Rikha Sharma Rani, intelligence director for the Solutions Journalism Network.

"When writing about solutions you are also writing about the problem and how people have addressed that," Rani said. "You are giving readers a new perspective on issues that are well covered but not from that angle."

Chinn said inferences about knowledge can also come from behavioral data about how a user interacts with a news site. Kano said the Gates Foundation often tries to triangulate self-reported survey data about what audiences have learned with knowledge questions posted on news sites.

News outlets can claim that reading their content is associated with higher levels of knowledge about a topic, but proving causation is difficult. And in order to measure changes in knowledge, news outlets have to reach a certain threshold of coverage, according to Chinn.

"If you say you want to have a change in people's knowledge about the Common Core State Standards Initiative in education policy but in analyzing the content you only have one article a month on that topic, even the best data in the world won't be able to tell you that much," Chinn said.

With the right mix of coverage and the will to measure its impact on audiences, news organizations can measure awareness and knowledge, Chinn said.

"All of these actions are measurable," Chinn said. "It just takes a recipe or cocktail of different methodologies."

AN INVESTMENT OF RESOURCES

Whether a newsroom conducts its own audience research or uses outside researchers depends on what level of sophistication is needed and what decisions are riding on the data, Chinn said. Soliciting readers to take online polls or track their news habits can provide useful information to newsrooms, but it isn't the most scientific sampling method because of self-selection bias, Stroud said.

The vast majority of news organization don't have a dedicated researcher on staff to work on such projects. "Newsrooms are busy places and are concerned about costs," Stroud said. "They don't have time to test every article."

That's true for ProPublica, which charts impact through measures such as prominent reprints or references to a story and public policy changes, but has yet to systematically measure whether reading its coverage is associated with increased reader awareness or knowledge.

"In a perfect world where it didn't cost money and time, I'd love to know that," Tofel said. "I just don't know of any news organization that has the money and the time to spend a lot of both researching these things."

Kano acknowledges that measuring and reporting impact metrics is time-consuming. "What we are requiring is a shift," she said.

At the Engaging News Project workshop, participants agreed that it's a necessary shift. Among the group's recommendations: new metrics should be created based on the content of an article to determine if readers are benefiting from a story.

Tom Negrete, who was the Sacramento Bee's director of innovation and news operations at the time of the workshop, made the suggestion about measuring comprehension that helped spark the conversation about what metrics should matter most. Now the associate editor of *CALmatters*, a nonprofit that covers politics and policies in California, Negrete is working with researchers on ways to measure audience comprehension of news coverage.

"It's a whole different conversation if an editor can say, 'if you write your story this way people will understand it better,'" Negrete said. "For journalists, that's a more motivating principle than just getting clicks."

Elia Powers, Ph.D., is an assistant professor of journalism and new media at Towson University. He writes regularly about news literacy, audience engagement and non-profit journalism.

<http://mediashift.org/2016/02/audience-awareness-and-comprehension-the-seldom-measured-metrics/>

LEGAL

*VERIZON, ESPN MAKE
PROGRESS ON TV
PACKAGE DISPUTE*

Walt Disney Co's ESPN sports network and Verizon Communications Inc have made progress in their talks to settle a legal dispute over a TV package that lets customers choose bundles of channels, according to a court filing on Wednesday. The companies asked New York State Supreme Court in Manhattan to put the legal proceedings over Verizon's Fios Custom TV package on hold until March 28, according to the filing. In April 2015, Verizon created a stir with Custom TV, a smaller pay-TV bundle that moved some traditional base-tier chan-

nels into optional add-on packages. The channels it moved included ESPN, which sued Verizon, alleging breach of contract. Last week, Verizon said it revamped Custom TV and now offers a choice of one of two packages with more than 100 channels and three optional genre-specific packs, instead of the slimmer offering of 36 channels plus numerous add-ons. One of the packages, called "Sports & more," features 160 channels including ESPN. A spokeswoman for ESPN said last week that the network was "encouraged" by the new offering. *Reuters*

Embezzlement Scandal at Japan's NHK Leads to Public Apology, Voluntary Exec Pay Cuts



Tokyo

Getty Images

Gavin J. Blair

The \$1.8 million fraud is the latest in a string of scandals to hit the public broadcaster and follows the firing of news anchor Kenichi Tsukamoto last week for making the drug "poppers" in his apartment.

The entire 12-member executive board, including its president, of Japan's public broadcaster NHK will give up a portion of their salary for two months over a \$1.8 million (¥200 million) embezzlement at a group company of the organization.

The latest in a string of scandals to hit the broadcaster will see president Katsuto Momii take a 50 percent cut for two months, five executives, including its compliance officer, give up 30 percent, and a further six return 10 percent of their compensation.

"There was a problem with our internal controls and we will take responsibility," said Momii said in a public statement of apology.

An NHK spokesperson told *The Hollywood Reporter* that senior executives' salary figures aren't disclosed. Pay cuts are a traditional way for executives at Japanese company to atone for mistakes or poor performance. Presidents and senior executives at Sony and Nintendo have previously given up portions of their salary and bonuses after poor financial results.

NHK is funded by the public paying viewing fees, of approximately \$120 annually for its terrestrial channel and more for satellite offerings. The public broadcaster had faced growing non-payment rates in the past following scandals but has outsourced collection in recent years and raised the percentage of the population paying the monthly fees.

The embezzlement involved at least two employees at NHK Integrated Technology Inc. claiming at least \$1.8 million for fictitious orders and business trips. The employees have been fired but no criminal charges have been announced.

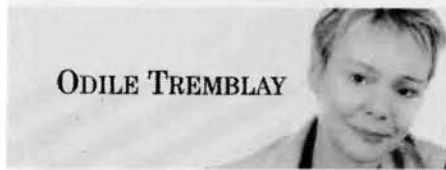
News of the scandal broke earlier this year and was followed by an investigation into a reporter at the public broadcaster from the Saitama station, north of Tokyo, for misusing \$9,000 (¥1million) in taxi expenses for personal use.

Last week, NHK fired news anchor Kenichi Tsukamoto for producing illegal drugs in his apartment. Tsukamoto was arrested in January and charged with production of "dangerous drugs" – a catch-all term used in Japan for substances including synthetic cannabis. Tsukamoto was reportedly making amyl nitrate, a drug known as "poppers" and associated with male gay sex.

Next month the popular presenter of the "Close-up Gendai" current affairs show Hiroko Kuniya will be replaced, with media and political analysts pointing to behind the scenes pressure from the government. Kuniya reportedly upset a senior government figure live on the show late last year with unusually tough – by sedate Japanese media standards – unscripted questions.

Chaises musicales à la Culture

ODILE TREMBLAY



Tout s'est joué à la fine épouvante, dans le malheur, la commotion. Et comment ne pas se désoler devant la maladie du ministre Pierre Moreau, qui le force à prendre congé de ses fonctions ministérielles, en plus d'ébranler ses propres assises? D'où ce jeu de chaises musicales au sein du Conseil des ministres, lundi dernier. À la Culture et aux Communications, exit Hélène David. Arrive Luc Fortin.

Même si le premier ministre Couillard conserve à Pierre Moreau son siège en Chambre, il a bien précisé que les nominations n'étaient pas temporaires. Dont acte!

Des ministres débutants héritent de portefeuilles épineux. Ainsi, Sébastien Proulx, déjà à la Famille, sera désormais attelé aussi à l'Éducation, où ça brasse. Et Luc Fortin, récemment nommé aux Loisirs et aux sports, prend la balle au bond en Culture et Communications.

Première réaction éberluée:

— *Ils ont nommé un homme!!!*

Tiens donc! Au Québec, le Parti libéral a pourtant l'habitude d'accorder ce portefeuille au féminin. A mon avis d'ailleurs, si les femmes sont surreprésentées à la Culture des divers paliers de gouvernement, c'est parce que les chefs d'État déprécient, souvent sans se l'admettre, à la fois les femmes et la culture.

Ça n'empêche pas plusieurs d'entre elles d'exceller dans leurs fonctions. Pareille tradition en dit quand même long sur les préjugés ancrés dans l'inconscient collectif, associant la culture aux ouvrages de dames, façon tricots et vieilles dentelles.

Voici l'exception qui confirme la règle quant au sexe du capitaine, mais remet en lumière la fragilité du secteur. En situation d'urgence, comme lors du remaniement éclair de la semaine, les priorités semblaient ailleurs, les feux à éteindre aussi.

Le premier ministre Couillard a souligné la pertinence d'offrir à Hélène David les clés du ministère de l'Enseignement supérieur (où plusieurs la pressaient au départ); plus avare de commentaires sur l'accès de Luc Fortin à la Culture, qui coulait moins de source. Ainsi va la vie.

Il s'en tirera peut-être très bien, remarquez. Ses expériences d'adjoint parlementaire d'Hélène David et de membre de la Commission de la culture et de l'éducation de 2014 à 2016 l'aideront à éclairer sa lanterne. À vue de nez, la fréquentation des arts et des lettres semble moins ancrée dans son ADN que chez sa devancière. Mais on verra. On verra.

État d'urgence

Des esprits cyniques avanceront qu'à l'heure où la culture se confond de plus en plus avec le loisir et peut-être même le sport, ce mariage des deux ministères sous le chapeau d'un même ministre devrait s'effectuer en belle harmonie. Allez! On fait taire leurs voix un moment, car l'heure est grave.

La culture en mutation fait face à des défis vraiment énormes. Le nouveau ministre devra veiller de concert à l'application de la Charte de la langue française, autre vaste programme... Où donc Luc Fortin trouvera-t-il le temps de s'adonner aux loisirs dont il a de surcroît la charge?

Nos vœux de succès l'accompagnent. Mais pour le milieu des arts et des lettres, ce chambardement n'apparaît pas idéal du tout, avec un nouveau ministre en jonglerie de portefeuilles disparates, bientôt débordé.

Des liens ont été créés entre les têtes des institutions culturelles et Hélène David. De gros chantiers sont en branle, qui réclamaient continuité.

La nouvelle politique de la Culture, prévue pour 2017, dans un Québec transformé par la révolution technologique, où nos artistes sont mal implantés, demeure à définir. Ajoutez une mondialisation galopante et rugissante, un fossé accru entre une culture de souche classique et un divertissement en cocotte minute. L'humour croque à belles dents le champ des arts au Québec, au point d'exiger la pose de garde-fous. Oui, mais lesquels?

La lecture, les arts de la scène et d'écran d'auteur s'érodent ou changent de couleurs et de publics à la vitesse de la lumière. Les fractures générationnelles s'amplifient, les savoirs et édifices patrimoniaux menacent ruine. De nouveaux outils sont à s'approprier *presto* (il est bien tard), sous peine de voir les œuvres nationales balayées des espaces virtuels, où la partie se joue sans états d'âme. Du boulot, vous dites?

À la langue, à la mémoire collective, à la création, à leurs échos sonores se superposent des facteurs identitaires, qui dépassent au Québec le champ des lois, pour rebondir vers des professions de foi politiques à marteler en faveur de l'art et des héritages collectifs. Quels ministres crient dans ces déserts-là, au juste?

Jamais les défis de la culture et de l'éducation, sa sœur jumelle, n'ont été aussi grands qu'aujourd'hui. Jamais n'avons-nous eu plus besoin de dirigeants aptes à se concentrer sur ces travaux d'Hercule, sans devoir s'éparpiller.

Ce sentiment d'urgence, on voudrait l'entendre se répercuter au sommet de l'État. Mais on doit parler tout bas dans ces cénacles-là. À moins que l'acoustique ne soit bien déficiente par ici..

Liberals release details of budget cuts made in 2012, including several made at CBC

Canadian Broadcasting Corporation Total	27,800	69,550	115,000	115,000	115,000	115,000	115,000
Transformation of Radio-Canada International	0	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Shut down analog transmitters	5,833	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Production and other efficiencies	0	3,000	8,005	8,005	8,005	8,005	8,005
Optimize regional real estate assets	0	400	400	400	400	400	400
Revenue generation – television advertising	8,167	12,250	19,000	19,000	19,000	19,000	19,000
Advertising on Radio 2 and Espace Musique	0	11,900	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400
Scale back budgets for sports programming	0	0	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
Scale back Canadian content in prime time	0	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200
Scale back children's programming on the web	3,800	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800
Scale back planned investment in French dramas	2,000	2,000	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Specialty and main news services	0	0	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Reduce signature events	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Reduce cross-cultural programming	0	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Curtail Drummondville and Abitibi extension	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Reduce the number of concerts on radio	0	0	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Proposition to be submitted at a later date	0	0	17,195	17,195	17,195	17,195	17,195

In this chart, you can see the cuts that were made to the CBC in 2012. Screenshot by J-Source.

H.G. Watson, Associate Editor

Information released by the Liberal government on Feb. 19 details \$115 million in cuts to the CBC along with several other services. Budgets for sports programming were scaled back by \$2.2 million, and specialty and main news services were reduced by \$3 million. The \$115 million in cuts over three years were announced in March 2012, as part of budget cuts made by the Conservative government. According to the CBC, the broadcaster said at the time that the cuts would be done in a way that wouldn't compromise local coverage.

Related Articles:

[CBC announces 244 national cuts: A timeline](#)

[What CBC employees are saying about the latest layoffs](#)

[CBC to lose another 400 jobs by March](#)

The company has cut over 1,000 jobs since the 2012 cuts were announced.

Also among the reductions under the purview of the Department of Canadian Heritage were \$200 million to the National Translation Fund. A total of \$186 million was cut from the department, as part of budget cuts first announced in 2012.

Parliamentary Budget Officer Kevin Page, who ended his term in 2013, fought a public fight with the Conservative government to have this information released, eventually going to court over the matter.

H.G. Watson can be reached at hgwatson@j-source.ca or on Twitter.

www.j-source.ca/article/liberals-release-details-budget-cuts-were-made-2012-including-several-made-cbc

QP Wednesday: More deficit, Jason Kenney speaks and Joly checks her watch

Janice Dickson



Minister of Canadian Heritage Melanie Joly responds to a question during Question Period in the House of Commons Wednesday February 24, 2016 in Ottawa. THE CANADIAN PRESS/Adrian Wyld

Lead question and answer

Prime Minister Justin Trudeau defended his government's projected \$18.4 billion deficit in question period today amid criticism from the Conservative Party.

Interim Conservative Leader Rona Ambrose said that first Trudeau promised he would only borrow ten billion dollars – now he's saying he's going to borrow \$18 billion – “but that is not counting the first ten billion.”

“Maybe it's \$28 billion, but definitely not \$30 billion. The Liberals have thrown around so many numbers over there that no body knows what is going on with them,” said Ambrose.

“Can the prime minister admit he and the finance minister are just making it up as they go along?”

Trudeau pointed to the previous government's inability to create opportunities and said Canadians knew we had to build “a better future for ourselves, for our families, for our communities and for our children,” and reiterated his government's commitment to invest in communities and help the middle class.

Dominant topic

For the second day in a row, the looming budget dominated QP. For the first time in a long time however, Conservative member of Parliament Jason Kenney asked a question.

“The problem here is that the prime minister made a commitment, a clear specific promise, of no more than a \$10 billion deficit and this week they said there would be a deficit of maybe \$30 billion. That's tripled in three months. It's a clear question for the prime minister, how are they going to

reduce these huge deficits that are going up everyday without increasing taxes – and what taxes will they increase?” Asked Kenney.

Once again, said Trudeau, “We see the Conservatives do not understand how to create growth in the Canadian economy.”

Most shamelessly politicized question

Conservative member of Parliament Andrew Scheer question-trolled Heritage Minister Melanie Joly. Sarcastically, Scheer said, “Yesterday the Liberal chair of the heritage committee was awfully concerned that nobody was regulating the content of the Internet. As we speak, there is just a whole lot of Internet going on out there—what with the emails and the Google and the kids twittering. She is worried that ‘anyone can publish anything’. When Al Gore invented the Internet, he did it in a way that protected free speech.”

Scheer made a crack about Trudeau having a fondness for China, and asked, “will the Liberals take a page from the red book and start stifling free speech?” Scheer was referring to controversial comments Trudeau made in 2013 when he said, “There’s a level of admiration I actually have for China. Their basic dictatorship is actually allowing them to turn their economy around on a dime.”

Joly, who was heckled for so long that she looked down at her watch to signal that she wondered if she was out of time, said the government understands the importance of technological changes and it will launch public consultations on the impact the internet may have on “users and creators in general.”

Most shamelessly evasive answer

When Conservative member of Parliament Pierre Paul-Hus said that the U.S. and France have declared a war on ISIS and asked Defence Minister Harjit Sajjan if Canada is at war with ISIS, Sajjan said he did not fully understand the member’s question – and that it’s very simple “if we’re defining fighting against ISIS and defeating them, we’re committed to it.”

Line of the day

Amid heckles from Conservative MPs following Scheer’s mocking question to Joly on limiting free speech, Joly said, “Clearly Mr. Speaker, there’s no issue with free speech in this House.”

<http://ipolitics.ca/2016/02/24/qp-wednesday-more-deficit-jason-kenney-speaks-and-joly-checks-her-watch/>

BBC Radio 5 Live could go online-only in radical cost cuts

News and sport station could follow BBC3 in going off air, or even face closure to save its £66m budget – but any such move is likely to be controversial



Nicky Campbell co-presents BBC Radio 5 Live's breakfast show.

Photograph: Roscoe & Rutter/BBC

Tara Conlan and Mark Sweney

The BBC is considering making BBC Radio 5 Live online-only in radical cost-cutting measures as it seeks to fill a funding black hole.

The news and sport channel is the latest service to have come under review as the corporation tries to find savings to cover the £700m annual cost of free licence fees for the over-75s by 2020.

Insiders suggest that the station could even be axed, saving the BBC its £66.1m budget. However, given its reach outside affluent, urban listeners and in the north, such a move could prove unpopular.

The spotlight has turned on Radio 5 Live because of the high cost of sports rights and more people looking online for coverage of fixtures and news.

The latest BBC annual report said 5 Live's audience fell below 6 million listeners last year and time spent with the station also "dropped to its lowest level, with listeners tuning in for just over six hours a week".

The report said 5 Live has already been looking at "developing its own online presence, offering a growing range of short-form clips" so it may be well placed to move online-only, in the same way that youth channel BBC3 did last week.

Radio 5 Live has a content budget of £45.3m, down from £49.1m last year, but also spends around £17m on distribution and "general support".

While that is a drop in the ocean compared with the additional costs the BBC is facing over the next few years, every little will help as the corporation faces an uncertain future in the wake of last year's licence fee settlement. Any scaling back of 5 Live will be welcomed by commercial rivals such as TalkSport.

As revealed by the Guardian, the BBC has already been looking at the idea of shutting its 24-hour news channel. In November it emerged that it was having a rethink over the channel, which costs in excess of £110m a year to run, after assessing that the savings may only amount to £15m or £16m annually.

Closing Radio 5 Live, which was set up in 1994 as a national service to air breaking news, phone-ins and commentary of sporting events, would be controversial in some quarters.

However, crunch time is coming for the BBC as it tries to balance its books with the prospect of substantial cuts looming large.

In a pre-internet era Radio 5 Live firmly established itself as essential listening, especially for rolling news stories.

But since then 5 Live has gone through changes. Part of the station was moved up to the BBC's new northern headquarters in Salford and in 2014 it had a huge shake-up with well-known presenters Victoria Derbyshire, Shelagh Fogarty and Richard Bacon departing.

A BBC spokesman denied there were plans to make Radio 5 Live online-only, saying: "There is no plan along those lines."

www.theguardian.com/media/2016/feb/24/bbc-radio-5-live-online-only-bbc3

Savile BBC abuse report to be published over three years after inquiry launch

Janet Smith's review expected to offer searing indictment of culture that led TV presenter – and others – to abuse children



Dame Janet Smith has said her report has moved on since a draft was leaked in January. Photograph: Phil Noble/PA

Jane Martinson

A report into the BBC culture that allowed Jimmy Savile to abuse children as young as nine while working there is finally to be published on Thursday, nearly three-and-a-half years after an inquiry was launched.

The review, led by Dame Janet Smith, a former court of appeal judge, is expected to offer a searing indictment of the BBC and its culture, which did nothing to stop the abuse "in virtually every corner" of the corporation.

A draft of the report, leaked in January, criticised the corporation's "deferential culture", with "untouchable stars" and "above the law" managers.

The report also found that while new safeguards had made sexism and abuse far less frequent than they were in the 1970s, the culture of fear which stopped employees speaking out had actually got worse. Short-term and freelance contracts meant a workforce "with little or no job security", which was even less likely to speak out about the behaviour of colleagues.

But the BBC cannot be criticised for failing to uncover Savile's "sexual deviancy", it said, given the failure of law enforcement agencies to do the same thing.

The inquiry took evidence from more than 475 witnesses into whether BBC bosses were, or ought to have been, aware of inappropriate sexual conduct on its premises, and will look to identify any lessons to be learned and consider whether the BBC's current child protection and whistleblowing policies are fit for purpose.

Launched by the BBC at the height of the Jimmy Savile scandal in October 2012, the inquiry was linked to a separate inquiry by Dame Linda Dobbs into the activities of Stuart Hall, the former It's a Knockout presenter who was jailed in 2013 after he admitted indecently assaulting 13 girls, one as young as nine, between 1967 and 1985. Now 85, he was released in December 2015 after serving half his sentence.

Savile died in October 2011 aged 84 without having faced trial for any of his crimes. Indeed, he was awarded the OBE in 1971 and was knighted in 1990.

Following the leak, published by the Exaro website, Smith released a statement describing the version of the report as "out of date" and said significant changes had been made to the final report.

The report had already been delayed several times, most recently in May 2015 after the police said it could prejudice ongoing investigations. At the time, the inquiry said the report had already been completed after contacting more than 775 people and interviewing 375 witnesses in the Jimmy Savile investigation and more than 100 in the inquiry into Stuart Hall.

In the draft conclusion to her report, Smith suggested that there was no evidence that any report of abuse "reached the ears or the desk" of senior staff – despite so many individuals, including BBC workers, coming forward with tales of Savile's abuse.

Liz Dux, a lawyer at Slater and Gordon who represents 168 of Savile's victims, slammed this conclusion as "not credible", telling the Guardian: "With so many witnesses giving evidence to her of their suspicions and knowledge – 107 in total – that for her to conclude a lack of knowledge on the part of management and an acceptance of their inability to stop him I don't find is credible. I can't accept that on behalf of my clients."

But Smith said senior management were not made aware of Savile's abuse. "In the testosterone-laden atmosphere, where everyone was, in theory at least, over the age of 16, child protection was simply not a live issue," she wrote in the draft report. "No one noticed what Savile was doing – he was able to hide in plain sight."

Following on from this, it was Smith's view that it is possible that a "predatory child abuser could be lurking undiscovered in the BBC even today".

Tony Hall, director general of the BBC, who was appointed after the scandal led to the departure of his predecessor, has already promised to learn the lessons of the scandal.

www.theguardian.com/media/2016/feb/25/report-savile-abuse-bbc-published-inquiry-launch

'Serious failings' at BBC let Jimmy Savile and Stuart Hall go unchecked

Damning report by Dame Janet Smith finds 'macho culture' of sexism at corporation led employees to keep quiet about concerns



BBC put celebrities above its own values, says Dame Janet Smith

Jane Martinson and Jamie Grierson

Serious failings at the BBC allowed Jimmy Savile and Stuart Hall to sexually abuse nearly 100 people without detection for decades, according to two damning reports published on Thursday, which insisted that the corporation still had lessons to learn from the affair.

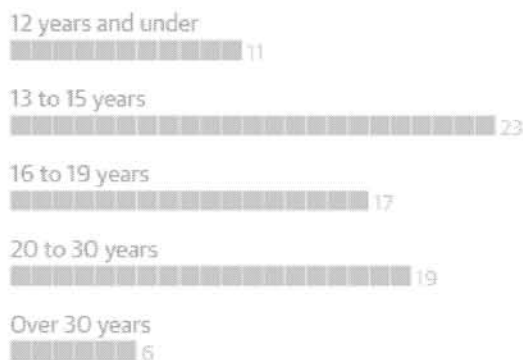
Dame Janet Smith, who started the independent inquiry in October 2012, found that despite what had happened with Savile and Hall in previous years, those worked at the BBC were still worried about reporting potential abuse and taking on the broadcaster's stars.

She concluded that "an atmosphere of fear still exists today in the BBC possibly because obtaining work in the BBC is highly competitive and many people no longer have the security on an employment contract".

It was incumbent on the BBC to examine its culture today, Smith added, particularly when it came to the continued fear of speaking out and its attitudes towards "the talent", or on-air stars.

In total, Savile sexually assaulted 57 females and 15 boys from the late 1950s to the middle of the last decade. Three incidents of rape and attempted rape took place on BBC premises, Smith said, and the youngest victim to whom Smith spoke was eight yearsold at the time of the offence.

Age range of Savile's victims



Source: The Jimmy Savile Investigation Report. Note: Some victims were subjected to inappropriate sexual conduct at different ages

Number of Savile victims by programme



Source: The Jimmy Savile Investigation Report. Note: Some victims were subjected to inappropriate sexual conduct on more than one programme

The report, which runs to 372,400 words, made for “sorry reading” for the BBC said Smith, a former court of appeal judge. It examines sexual abuse perpetrated by Savile and Hall, who was released in December after serving half of a five-year jail term for historical indecent assaults against girls aged between nine and 17.

A “macho culture” of sexism and sexual harassment and an “atmosphere of fear” led many employees to keep quiet about concerns, she wrote. She found BBC staff “more worried about reputation than the safety of children”.



Jimmy Savile sexually assaulted 57 females and 15 boys, the report found. Photograph: BBC

Regarding abuse by stars and others at the BBC, Smith concluded that the criminal behaviour was largely the fault of the perpetrators, the broadcaster could have stopped it but failed to do so.

However, the report ultimately concludes that there is no evidence that the BBC as a corporate body was aware of Savile’s conduct and therefore cannot be convicted of any offence.

After speaking to more than 800 people, Smith concluded:

- Cultural factors at the corporation prevented staff from reporting sexual complaints to senior staff – especially when concerning what she calls “the talent”, a problem which she suggests still exists today.

- Some members of BBC staff – junior and middle-ranking – were aware of Savile’s inappropriate sexual conduct in connection with his work for the BBC but there is no evidence that any senior member of staff was aware of Savile’s conduct.
- Several “wake up calls” should have alerted BBC management to Savile’s behaviour as early as 1969 but did not.
- No complaints were made about Savile to the BBC’s duty office, as would be the appropriate procedure, although there were eight occasions on which complaints were made in other ways.
- The first complaint was made in the late 1960s and concerned Savile inappropriately kissing a member of staff in Manchester, while subsequent complaints related to sexual assault.
- There were occasions when senior BBC staff did not find out about things which they ought to have found out about.
- There was during the period covered by the investigation a culture within the BBC which made it difficult to complain or to “rock the boat”.

Smith told a press conference that the report made “sorry reading” for the BBC, adding that “It certainly isn’t a whitewash.”

BBC director general Tony Hall apologised to the survivors of abuse and accepted Smith’s findings in full. He also confirmed that the BBC had “parted company” with the DJ Tony Blackburn, saying his evidence to the inquiry had fallen below the standards expected of him. Smith rejected his evidence to her inquiry, in which he denied being questioned over allegations made by a 15-year-old girl.

Announcing a review of whistleblowing and child protection procedures, he said: “I accept conclusions and recommendations in full and equally important we have read, we have heard we are listening and we understand.

“The importance of getting the culture right in our organisation is key.”



Tony Hall apologises to abuse victims on behalf of the BBC

The BBC is to launch a campaign explaining its whistleblowing procedures to staff, will work with the NSPCC on child protection and will commission another independent audit.

BBC Trust chairman Rona Fairhead said the BBC “failed” victims of Savile and Hall, adding: “It turned a blind eye, where it should have shone a light. And it did not protect those who put their trust in it.”

The report into Hall, also published on Thursday, concludes that BBC staff failed to report the presenter indulging in “inappropriate sexual conduct” partly because he was seen as an “untouchable” celebrity.

Staff at BBC Manchester knew the former It’s a Knockout host was taking women into his dressing room for sex, although not that some of them were under age, former high court judge Dame Linda Dobbs found.

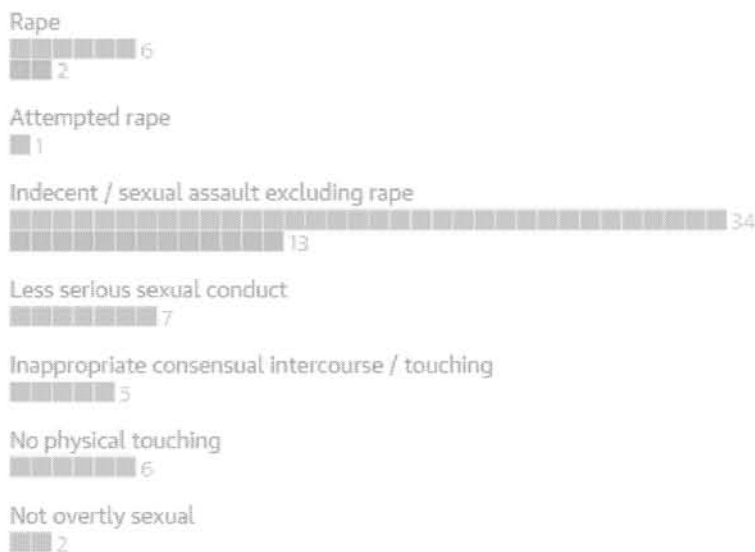
The report said he had abused 21 female victims at the BBC, with the youngest aged 10, between 1967 and 1991, but no complaints were passed on to senior management.

In conclusion, Smith wrote: "The delivery of these reports presents an opportunity for the BBC to take steps to ensure that history cannot repeat itself."

In a final verdict which may disappoint campaigners for victims, her "overarching recommendation" was that the BBC should carry out a further review and subsequent audit of its current management.

Nature of Savile's offences

Female | Male



Source: The Jimmy Savile Investigation Report. Note: Some victims were subjected to inappropriate sexual conduct of more than one nature

Number of Savile victims by decade



Source: The Jimmy Savile Investigation Report. Note: Some victims were subjected to inappropriate sexual conduct in more than one decade

Blackburn dispute

Blackburn is now understood to be the celebrity accused of "seducing" 15-year-old Claire McAlpine after taking her back to his flat after a recording of Top of the Pops. McAlpine took her own life a few weeks after the alleged incident.

Smith was told that Blackburn, who is named in the report only as A7, was interviewed at the time and denied the allegation. However, Blackburn says he was never interviewed by the BBC.



Tony Blackburn arrives at his home in Hertfordshire, after he accused the BBC of making him a "scapegoat"

Photograph: Jonathan Brady/PA

Asked if she believes Blackburn is lying, Smith refused to say. Smith said although she rejected A7's version of events, such a view was not part of her terms of reference.

"I was looking at how the BBC handle these complaints and the answer is very badly," she said.

Asked about Blackburn, Hall said: "This is one of the most important inquiries in the BBC's history. There's a great responsibility on everyone who took part to cooperate fully."

Hall said Blackburn's engagement with the review fell below standards expected of him. "I am making no judgements or accusations about events or behaviours in the past."

'The talent'

Although largely completed a year ago, the report was delayed by the police investigations and sent to the BBC itself a week ago.

In the report, Smith says: "The BBC should examine its attitude towards 'the talent'. I have reported that the BBC appeared at least in the past to be tolerant of inappropriate conduct by the stars because they were more valuable to the BBC than the BBC's own values.

"The BBC should leave members of the talent in no doubt as to the standards of the behaviour expected of them."

"The first reason for this is because of a deference or even adulation which was, and still can be, accorded to celebrity in our society," she says.

The report found that one complainant was told to "keep your mouth shut; he is a VIP" while talent were "treated with kid gloves and rarely challenged".

The review found that Savile would "gratify himself whenever the opportunity arose" and in "virtually every one of the BBC premises at which he worked", which included BBC Television Theatre, Television Centre, Broadcasting House, Egton House, Lime Grove studios and studios in Leeds, Manchester and Glasgow.

"Savile had a voracious sexual appetite," Smith writes. "He was obsessively interested in sex."

Smith said Savile's tactic with young girls was to invite them to watch him perform either on radio or television as a "form of grooming".

"He used his celebrity status, his entree to the BBC and his connections with other stars as bait with which to draw young girls into his sphere."

In addition to unnamed supervisors and technical staff who worked on shows like Top of the Pops, Smith lists other examples of people who knew or suspected Savile was behaving inappropriately or illegally.

- Canon Colin Semper, a producer of Speakeasy, worked with Savile and “clearly did think Savile had sex with a lot of girls, some of whom might have been underage.
- Louis Theroux became aware of a credible allegation that in the late 1960s or early 1970s Savile had sex with a 15-year-old. Theroux spoke to David Mortimer, an executive producer at the BBC.
- Mark Lawson saw Savile assault a female member of Front Row staff. He told Front Row editor John Goudie.
- Douglas Muggerridge, the controller of Radio 1 and Radio 2 heard rumours about Savile. He held a meeting with Savile, Derek Chinnery, head of programmes for Radio 1 and Doreen Davies, an executive producer.
- Rodney Collins, a BBC Radio publicity officer, heard rumours too but had no hard evidence.

‘Awareness’ of Hall

The Hall investigation was set up by the BBC on 4 June 2013 when Hall had pleaded guilty to 14 charges of indecent assault involving girls as young as nine.

The report said:

- The Hall investigation received a body of evidence from which a “powerful inference” may be drawn that there was a “high degree of awareness” that Hall was using his dressing room for sexual activity.
- Some witnesses thought that between 1959 and 1981 management “must have known” something of Hall’s sexual activities.
- Fears of reprisal, reputational loss and the power and “untouchability” of Hall were among impediments to any action being taken.

www.theguardian.com/media/2016/feb/25/serious-failings-bbc-jimmy-savile-abuse-72-woman-children-report

Fwd: Highlights Thursday February 18, 2016 / Jeudi 18 février 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:32 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: **Roger Belanger** <roger.belanger@cbc.ca>
Date: Thu, Feb 18, 2016 at 9:45 AM
Subject: Highlights Thursday February 18, 2016 / Jeudi 18 février 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>

Highlights Thursday February 18, 2016 / Jeudi 18 février 2016**The Wire Report, Wednesday February 17, 2016****CBC board to be gender-balanced: Joly**

Heritage Minister Mélanie Joly told a Senate committee Wednesday evening that the government aims to have a gender-balanced board of directors for CBC/Radio-Canada, as part of review of the governance structure of the public broadcaster.

...Conservative senator Don Plett - "Our study did not, in any of its recommendations, suggest that an increase in funding was necessary for CBC to fulfill its mandate," he said. "On what grounds can the government justify an automatic increase in funding to the CBC before even doing any meaningful consultation?"

Joly responded that "the ultimate public [consultations] were the last elections, and in the last elections, we presented a clear program to reinvest in the arts and culture and to support our public broadcaster."

The Wire Report**National Post****Keeping government and media at arm's length****(Why the government and media need to be kept at arm's length)**

It was heartening and not a little ironic to see members of the Media Party, as he delights in calling us, rising as one to defend Ezra Levant and his fellow agitators on The Rebel website against the Alberta government's ill-fated attempt to ban them from press briefings.

The issue here is not whether Levant is a journalist

...We already have evidence of the problems caused by selective subsidization, in the form of the CBC.

...The CBC is in the publishing business now, via its website, as much as any newspaper — only, unlike the others, with the help of a billion-dollar annual subsidy, courtesy of the taxpayer.

Andrew Coynewww.journaldequebec.com, **mercredi 17 février 2016****Deux jours sans bulletin à R-C**

Pour une deuxième journée consécutive, le bulletin régional de Radio-Canada n'a pas pu être diffusé mercredi, en raison d'un problème technique majeur. Le diffuseur public attend toujours la réception d'une pièce d'équipement défectueuse essentielle à la mise en ondes du téléjournal. La présentation du bulletin de ce soir n'est toujours pas assurée, ce matin. Notons que la chaîne régionale n'a jamais été confrontée à une interruption technique de cette ampleur dans le passé.

Le Journalwww.rcinet.ca**Télévision à la carte et nouvelles locales : le CRTC attaque et menace les médias**

Le président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), Jean-Pierre Blais, se déclare fatigué des cadres d'entreprises de diffusion qui invoquent des coffres vides pour justifier le fait de ne plus financer les nouvelles locales.

...« J'ai écouté les Canadiens qui ont parlé avec intelligence et passion (au CRTC à propos des nouvelles locales), alors que les dirigeants d'entreprises qui possèdent des yachts de luxe et des hélicoptères privés sont venus chercher des subventions au gouvernement », a déclaré Blais.

Stéphane Parent

www.journaldemontreal.com, mercredi 17 février 2016

Le président du CRTC insiste sur l'importance des nouvelles télévisées

L'information est un bien collectif et les radiodiffuseurs doivent respecter le contrat social qu'ils ont conclu avec les Canadiens, a affirmé le président du CRTC, Jean-Pierre Blais, dans une allocution livrée mercredi devant le Cercle canadien de Toronto.

.....«En échange de l'utilisation des ondes publiques en vue de livrer leurs productions dans les foyers et sur les appareils des Canadiens partout au pays, ces entreprises ont également le devoir de servir l'intérêt public», a formulé M. Blais.

Lise Millette

affaires.lapresse.ca

Crise des médias: le président du CRTC lance un avertissement

Inquiet des coupes en information dans les grands conglomérats médiatiques, le président du CRTC Jean-Pierre Blais leur lance un avertissement : s'ils ne « respectent pas leur contrat avec les Canadiens, nous n'hésiterons pas à poser des gestes ».

...Jean-Pierre Blais dit « craindre » que l'avenir des médias comme « pilier de la démocratie » soit « en danger », mais a indiqué hier que l'organisme réglementaire qu'il dirige serait sévère s'il jugeait que les grands conglomérats comme Bell, Rogers, Québecor et Corus ne respectaient plus leur « contrat social ».

Vincent Brousseau-Pouliot

www.cartt.ca, Wednesday February 17, 2016

Despite complaints from broadcaster yachtsmen and pilots, Blais pledges to "stay the course"

CRTC chairman Jean-Pierre Blais brushed aside certain complaints and complainants Wednesday (saying they come from entitled establishment groups unwilling to change) in a speech to the Canadian Club of Toronto where he addressed the Commission's recent policy decisions and public proceedings.

...Blais painted the work he and his colleagues are doing as nothing short of reclaiming the Canadian communications system from big companies for Canadian consumers.

..."If we allow each station to be plucked away in the name of profits and losses, what are we left with when the last is removed? What will emerge to replace them?" he asked, placing the blame, rightly or wrongly, as those doing the cutting.

..."When broadcasters appear before the CRTC looking for new licences or approvals of mega-transactions, they make all sorts of promises about how they will invest in programming. But the minute we initiate a policy hearing, we are told the cupboards are bare."

Greg O'Brien

The Globe and Mail

CRTC to keep tabs on TV executives: chair

Blais takes aim at unspecified 'entitlements' and 'private interests' within television industry

On the heels of a hearing about support for struggling local television stations, the head of Canada's federal broadcast regulator is warning TV executives not to let the pursuit of profits erode the public trust placed in them.

...As he has before, Mr. Blais took aim at unspecified "entitlements" and "private interests" that he sees underpinning much of the criticism of the CRTC's policies, which could reshape the television industry in the years to come.

..."If our society does not tolerate interference by the corporate boardroom in what is reported in television newscasts - or indeed what is not reported - why would it be any wiser to open the gate down the garden path of undue government interference?" he asked.

James Bradshaw

www.thestar.com, Wednesday February 17, 2016

CRTC reminding providers of basic TV bundle deadline

Cable and satellite service providers must promote low cost TV channel bundles by March 1.

The federal broadcast regulator is reminding cable and satellite service providers of their obligation to promote the low cost, "skinny basic" TV channel bundles they must offer subscribers by March 1.

An information bulletin posted on the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission website Wednesday notes the requirement to notify customers about the service that must be capped at \$25 per month

Michael Lewis

www.metronews.ca, Wednesday February 17, 2016

Telecoms must promote basic TV packages to Canadians as of March 1

In less than two weeks, Canada's TV-service providers must all start offering so-called pick and pay cable service. But, so far, most have been mum on what those new packages will look like, much to the disappointment of the country's broadcast regulator.

The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission issued an information bulletin Wednesday to remind the telecoms that they must promote this service in some way to consumers by March 1, said CRTC chairman Jean-Pierre Blais.

"(It) was a shot across the bow," he said in an interview.

Aleksandra Sagan The Canadian Press

Ottawa Citizen

Sutcliffe 'shocked' by layoff at CFRA

Ottawa radio hosts Mark Sutcliffe was laid off Wednesday morning, immediately following the broadcast of his popular CFRA Today show. The termination of his position is effective immediately.

Sutcliffe was called into a meeting at 10 a.m., where he was told that the station was taking the morning show in "a different direction."

Bruce Deachman

The Globe and Mail

Spotify looks to gain edge with Canadian ads

As it battles to monetize and differentiate itself in the growing world of streaming music, Spotify is using Canada as a testing ground for local advertising, positioning itself as a complement to terrestrial radio.

On the heels of a similar European survey, on Wednesday the Swedish streaming service released results from a survey of 1,011 Internet users from the Toronto area from ages 15 to 65. It found Spotify had a broader reach on a weekly basis than all but four of the Greater Toronto Area's major terrestrial radio stations.

Josh O'Kane

Financial Post

Netflix's new algorithms up the ante

Drawing on the power of Netflix Inc.'s global programming database could give the company's new recommendation algorithms an advantage over Canadian competitors Shomi and CraveTV when it comes to keeping viewers paying the monthly subscription fee.

Claire Brownell

www.huffingtonpost.ca, Tuesday February 16, 2016

State Of Canada's News Media To Be Studied By MPs Again

Davey, Kent, Lincoln, Bacon.

Now Liberal MP and heritage committee chair Hedy Fry is about to add her name to the list of Canadians who have led federal studies into the state of the country's news media.

...The Commons committee will embark on an expansive study of "how Canadians, and especially local communities, are informed about local and regional experiences through news, broadcasting, digital and print media," according to a motion passed Tuesday.

...Role of CBC to be examined

The role of the public broadcasters will be examined — already the CBC has prioritized its digital offerings over its radio and television platforms. The government had said it will increase the CBC's budget, but has not specified when or by how much.

Jennifer Ditchburn, The Canadian Press

ipolitics.ca, Wednesday February 17, 2016

Wise up, Alberta — even Ezra Levant is entitled to freedom of the press

Even the most unhinged commentators can stumble on a nugget of truth now and then. For that reason alone, the Alberta government should step back from barring media outlets it considers illegitimate.

...But an organization that devotes itself to holding any public individual or institution accountable does society a basic good. Nobody should wield power without public debate and analysis. The Rebel holds an entire body of groups and people to account (how well is another question entirely), and in that sense, it performs a kind of journalism.

Editorial

www.thestar.com, Wednesday February 17, 2016

Why federal politicians leave the definition of journalist to journalists

Alberta is embroiled in controversy after barring Ezra Levant's The Rebel website from media events — but Ottawa instead has left the job of media access to reporters since the 1800s.

Jennifer Ditchburn, The Canadian Press

Le Devoir

Jutra, nun nom toxique

Éditorial Brian Myles

Le Devoir

À la défense de Claude Jutra

Philippe Dubé

Le Devoir
Jutra rayé de la mémoire collective
Florence Sara G. Ferraris

Le Devoir
De héros à proscrit
Odile Tremblay

Le Journal de Montréal
Fini les Jutra
Le gala du cinéma rebaptisé
Maxime Demers

Le Journal de Montréal
Le myth déboulonné
Maxime Demers

Le Journal de Montréal
Plus rien au nom de Claude Jutra
Marie-Ève Dumont

Le Journal de Montréal
Claude Jutra: l'oeuvre et l'homme
Mathieu Bock-Côté

Le Journal de Montréal
Je n'aurais pas voulu écrire cette chronique
Guy Fournier

Le Droit
Les Jutra changent de nom
La Presse Canadienne

The Globe and Mail
Jutra legacy now a descent into disgrace
Les Perreux

Montreal Gazette
Jutra sex abuse allegations transform hero into villain
Graeme Hamilton

www.theguardian.com, Monday February 15, 2016

BBC considering scrapping channel-based structure in radical shakeup

The BBC is considering scrapping its decades-old channel and radio station-based structure in a radical shakeup which would see a cull of executive posts.

...Senior executives are understood to want a "content-first approach" more similar to output from BBC children's and sport divisions, rather than one based on how and where people watch or listen.

Jasper Jackson

www.theguardian.com, Monday February 15, 2016

BBC's Jimmy Savile abuse report to be published next week

The long-awaited report into sexual abuse at the BBC, prompted by the Jimmy Savile scandal, has been delivered to the corporation and will be published by the broadcaster next week.

...“The report is expected to be published by the BBC Trust on 25 February 2016. The arrangements for publication will be announced by the BBC.”

Paul Revoir

www.theguardian.com, Wednesday February 17, 2016

S4C: Welsh broadcaster £74.5m grant ringfenced by BBC Trust

The Welsh language broadcaster S4C has been saved from BBC budget cuts after the BBC Trust chairman Rona Fairhead agreed to protect its licence fee funding until 2018.

In a letter to the channel's boss, Fairhead said she was pledging to continue providing the £74.5m per year from the BBC for the 2017-18 financial year in order to provide stability while the government reviews the broadcaster's wider future.

Ministers have also promised to protect the £6.8m grant they give the channel until the end of the 2016-17 financial year, at which point it will be reviewed.

Kevin Rawlinson

Roger Bélanger
Corporate Communications
Communications institutionnelles
613-288-6240
roger.belanger@cbc.ca

 **18-02-2016-am.pdf**
3808K

TODAY IN THE MEDIA

AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

1

Jeudi 18 février 2016
Thursday February 18, 2016

CBC board to be gender-balanced: Joly

The Wire Report

OTTAWA — Heritage Minister Mélanie Joly told a Senate committee Wednesday evening that the government aims to have a gender-balanced board of directors for **CBC/Radio-Canada**, as part of review of the governance structure of the public broadcaster.

"We want to make sure that there's an open and transparent process in order [to] have the right governance," she said at the Senate heritage committee, where she appeared as part of a study into ministerial mandate letters.

She added that that will include ensuring there is a gender-balanced board that also includes "representatives from different communities and that also, there is the right expertise."

The mandate letter, issued in November, included a directive to "[restore] and increase funding for CBC/Radio-Canada, following consultation with the broadcaster and the Canadian cultural community," and to review "the process by which members are appointed to the CBC/Radio-Canada Board of Directors, to ensure merit-based and independent appointments."

In response to a question about whether that review process would include the president, Joly said "we will develop a nomination process that will be merit-based ... and that will be open." The board and current CBC president and CEO Hubert Lacroix have come under criticism by the Canadian Media Guild and The Syndicat des communications de Radio-Canada (SCRC) in recent months.

Conservative senator Don Plett, brought up a study that committee issued last year, which recommended that the public broadcaster explore alternative funding models.

"Our study did not, in any of its recommendations, suggest that an increase in funding was necessary for CBC to fulfill its mandate," he said. "On what grounds can the government justify an automatic increase in funding to the CBC before even doing any meaningful consultation?"

Joly responded that "the ultimate public [consultations] were the last elections, and in the last elections, we presented a clear program to reinvest in the arts and culture and to support our public broadcaster."

www.thewirereport.ca/briefs/2016/02/17/cbc-board-to-be-gender-balanced-joly/30604

NATIONAL POST, THURSDAY, FEBRUARY 18, 2016

IDEAS



DARREN CALABRESE / NATIONAL POST

Ezra Levant is seen leaving court during a break in his 2014 libel trial in Toronto. The Alberta government did the right thing by backing down from banning Levant from its news conferences, writes Andrew Coyne, because governments shouldn't be in the business of deciding who is a journalist and who is not.

Keeping government

and media at arm's length



ANDREW COYNE

It was heartening and not a little ironic to see members of the Media Party, as he delights in calling us, rising as one to defend Ezra Levant and his fellow agitators on The Rebel website against the Alberta government's ill-fated attempt to ban them from press briefings.

The issue here is not whether Levant is a journalist — so far as he is, suffice to say he is a stain on the trade — but, as more than one commentator rightly put it, that it is no business for the government to decide. Whatever Levant's failings, it cannot be doubted the Notley government would have been far less interested in the journalistic credentials of a source who was not so relentlessly critical of its performance.

While denying access to news conferences may not count as outright censorship (and while governments have always selectively leaked information to friendly outlets), the precedent of a government awarding and withholding access in this way — in effect, licensing journalists — could not be allowed to stand. It was to my colleagues' credit that they could put aside their evident disgust at being associated with Levant long enough to defend his rights. And it was to the government's credit that it quickly backed off and admitted its mistake.

Perhaps the lesson of this episode will not be lost on certain other of my colleagues who have been floating the idea of government subsidies to news organizations as a response to the industry's heavily self-publicized woes. Because unless you're prepared to subsidize Ezra — unless, indeed, you're prepared to subsidize everybody — you're still giving government the power to decide who's a journalist, or at least who's an ac-

ceptable journalist.

How they respond to the Ezra Test will be fascinating to see. It's one thing to say you don't want the government interfering in his right to peddle his bile, but it's quite another to defend forcing others to pay for it with their taxes: the strange personal vendettas, the recklessness with the facts, the blatant propagandizing, the frequent lawsuits, whether as plaintiff or defendant. It's inconceivable.

To deny a subsidy to Levant, on the other hand, while doling it out to others, would invite charges of political bias — unavoidably, if not justifiably. As it is, Levant is quick to decry any criticism of his own bias as evidence of it in others, as if the reason he is so widely despised were not his habitual disregard for basic journalistic standards, not to mention common decency, but mere disagreement with his politics. That distinction would disappear altogether the moment governments started handing out funds.

Yet it is equally impossible the government could subsidize everyone. Perhaps its advocates imagine we still live in a media world made up of a handful of large newspapers, or a few dozen radio and television stations. But that world is gone. Never mind The Rebel: the business of journalism cannot now be meaningfully defined without reference to hundreds, no thousands of online outlets, from news and comment sites employing hundreds to individual bloggers. If governments are not to be in the business of deciding who's a journalist, or discriminating between them, you'd have to subsidize them all. That way lies madness.

If the government can't subsidize everyone, it shouldn't subsidize anyone. We already have evidence of the problems caused by selective subsidization, in the form of the CBC. Once, this might have been defended with regard to the particular problems of financing television, in the days before pay-TV and video on demand. But as that case has dissolved, so has the distinction between television and newspapers.

The CBC is in the publishing business now, via its website, as much as any newspaper — only,

unlike the others, with the help of a billion-dollar annual subsidy, courtesy of the taxpayer. I don't blame the CBC for the industry's problems, but neither can this disparate treatment be tolerated longer. To the list of reasons the CBC should be defunded, many advanced in this space (against my own self-interest, given my regular appearances on the network), add another.

But of course there is another reason to oppose subsidizing newspapers. It isn't just unnecessary — news, contrary to some arguments I have seen, is not a public good: the benefits of a scoop are most often appropriate to the paper that breaks it, and in any case breaking stories is only a fraction of what we do — it's harmful.

The minute we started taking the public dime, we would do as every other recipient does: we would come to feel entitled to it. We would forget that anyone had ever written a word without forcing others to pay for it. Overt political influence would not be the danger, so much as a general inclination to look with favour on the state, and on state sponsorship, rather than self-reliance, as the natural order of things.

We would see our own beneficiary relationship, not as confirmation of our failure to persuade readers we offered them value equal to the money we were asking of them, but as evidence of our superior worth. And we would come to regard ourselves, not as humble hacks trying to earn a few minutes of the readers' time — the only basis of good writing — but as a public service, with a sacred duty to bore the pants off them.

We would, in short, become like every other of the wards of the state that make up our cultural industries: not only television, but film, music, or — God help us — the magazine business: an industry so committed to excellence it hands out literally hundreds of awards for it every year.

I've no idea whether the newspaper industry will survive. But I know in my bones what would kill it, forever. If we must go, let us at least go out with a little dignity, and not succumb to the permanent humiliation of grantsmanship.

National Post

Deux jours sans bulletin à R-C

Le Journal

Pour une deuxième journée consécutive, le bulletin régional de Radio-Canada n'a pas pu être diffusé mercredi, en raison d'un problème technique majeur. Le diffuseur public attend toujours la réception d'une pièce d'équipement défectueuse essentielle à la mise en ondes du téléjournal. La présentation du bulletin de ce soir n'est toujours pas assurée, ce matin. Notons que la chaîne régionale n'a jamais été confrontée à une interruption technique de cette ampleur dans le passé.

www.journaldequebec.com/2016/02/17/deux-jours-sans-bulletin-a-r-c

Télévision à la carte et nouvelles locales : le CRTC attaque et menace les médias

Stéphane Parent | francais@rcinet.ca

Le président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), Jean-Pierre Blais, se déclare fatigué des cadres d'entreprises de diffusion qui invoquent des coffres vides pour justifier le fait de ne plus financer les nouvelles locales.

La petite ville ontarienne de Cornwall proche de la frontière québécoise est un bon exemple de la dégradation de la situation. Les auditeurs des deux seules stations de la petite localité de 35 000 habitants ne peuvent plus obtenir de nouvelles régionales parlées depuis que ces stations de radio, toutes les deux propriétés du même conglomérat, ont mis fin il y a un peu plus d'un an à tous leurs bulletins d'information et licencié les employés qui y étaient affectés.

Devant des gens d'affaires, lors d'un discours au Canadian Club de Toronto, le président du CRTC a rappelé qu'en 2014, les chaînes de télévision ont dépensé à elles seules plus de 470 millions \$ sur la programmation locale et des nouvelles régionales, mais que depuis on note un désinvestissement marqué dans ce secteur.

« J'ai écouté les Canadiens qui ont parlé avec intelligence et passion (au CRTC à propos des nouvelles locales), alors que les dirigeants d'entreprises qui possèdent des yachts de luxe et des hélicoptères privés sont venus chercher des subventions au gouvernement », a déclaré Blais.



Jean-Pierre Blais devant The Canadian Club – Photo crédit : La Presse canadienne

Les barons des médias menacent la démocratie canadienne elle-même

Jean-Pierre Blais dit « craindre » pour l'avenir des médias à titre de « pilier de la démocratie » et il a affirmé que son organisme réglementaire serait très sévère envers les grands conglomérats médiatiques comme Bell, Rogers, Québecor et Corus s'ils ne respectaient plus leur « contrat social » avec les Canadiens.

Le président du CRTC s'est montré sceptique devant les arguments économiques invoqués par les conglomérats pour briser leurs obligations. « Lorsque les radiodiffuseurs se présentent devant le CRTC afin d'obtenir de nouvelles licences (de diffusion) ou que des mégatransactions sont approuvées, ils font toutes sortes de promesses sur la façon dont ils investiront dans la programmation, dit Jean-Pierre Blais. Mais dès que nous mettons sur pied une audience sur les politiques, on nous dit que les tiroirs sont vides. »

« Si le journaliste formés aux normes professionnelles, qui souscrit à un code particulier de l'éthique et qui aspire aux plus hautes normes pour la collecte et l'interprétation des faits disparaît, en l'absence d'une alternative éprouvée, j'ai peur pour l'avenir du quatrième pouvoir en tant que pilier de la démocratie », a-t-il dit.

Le régulateur a également critiqué le modèle d'affaires des chaînes de télévision privées qui comptent sur la programmation américaine sur mesure pour augmenter la rentabilité.

Les conglomérats doivent aussi s'investir plus sérieusement dans la télévision à la carte

Le président du CRTC a également rappelé aux propriétaires médiatiques leurs nouvelles obligations par rapport au service de télévision sur mesure qu'ils sont obligés d'offrir aux Canadiens à partir du premier mars prochain.

La date approche à grands pas et Jean-Pierre Blais juge que plusieurs conglomérats ne semblent manifester ni enthousiasme, ni empressement à informer leurs clients des importants changements dont ils pourront bénéficier.

« Je crains que ceux qui gèrent les médias, les dirigeants d'entreprises, les comptables, les avocats et les MBA, ont perdu le contact avec leur public et qu'il se concentrent sur les résultats trimestriels, les profits, les bilans, les cours et les actions. »

Aide-mémoire...

- Suite à une décision du CRTC l'an dernier, les conglomérats seront forcés d'offrir à leurs clients un service de base très réduit à prix modique ne dépassant pas 25 \$ et composé uniquement de stations locales canadiennes et duquel pourraient être exclues les stations américaines.
- Au-delà de ce service de base, les consommateurs canadiens pourront s'abonner à des stations ou des services à la carte, et créer donc dans les faits leur propre forfait.



La télévision à la carte dès mars 2016

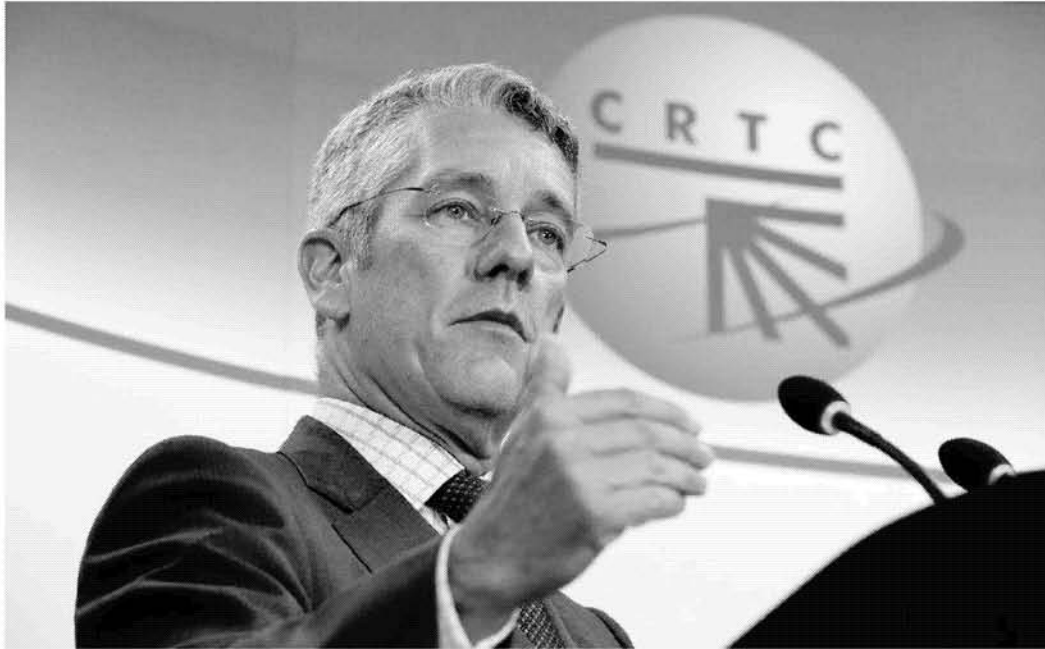
RCI avec CBC et La Presse

Sur le même thème

CRTC chairman slams TV executives as yacht-owning 'complainers' – *CBC*
CRTC to keep tabs on TV networks amid industry turmoil: chairman – *Globe and Mail*
CRTC warns broadcasters not to skimp on news amid string of layoffs – *Financial Post*
Le président du CRTC lance un avertissement – *La Presse*

www.rcinet.ca/fr/2016/02/18/television-a-la-carte-et-nouvelles-locales-le-crtc-attaque-et-menace-les-medias/

Le président du CRTC insiste sur l'importance des nouvelles télévisées



Jean-Pierre Blais

Lise Millette

TORONTO – L'information est un bien collectif et les radiodiffuseurs doivent respecter le contrat social qu'ils ont conclu avec les Canadiens, a affirmé le président du CRTC, Jean-Pierre Blais, dans une allocution livrée mercredi devant le Cercle canadien de Toronto.

N'en déplaie à certaines entreprises qui souhaitent préserver leurs façons de faire, le CRTC estime que le public et les consommateurs réclament des changements et des services de communications, ce qui comprend la radio et la télévision, qui répondent à leurs besoins.

S'appuyant sur la consultation «Parlons télé, Parlons internet», M. Blais a présenté ses réflexions et le plan d'action du CRTC en ce qui concerne l'information sur les chaînes télévisées, il a aussi abordé les questions des médias sociaux et du journalisme citoyen.

Dans son discours, il s'est entre autres inscrit en faux avec ceux qui prétendent que le bulletin de nouvelles télévisées est en déclin et qu'il est le relent d'une autre époque. Selon lui, de nombreux Canadiens sont toujours fidèles à la télévision.

«Je crains que les gestionnaires des médias se soient éloignés de leurs auditoires, a-t-il avancé. Les nouvelles télévisées appartiennent au marché des idées, et non pas au marché des dividendes plus élevés à remettre aux investisseurs. Il ne faudrait jamais perdre cela de vue.»

Jean-Pierre Blais a aussi formulé une inquiétude devant les fermetures de plusieurs journaux et la réduction, pour plusieurs stations de télévision locales, de la durée des bulletins de nouvelles. Il s'est également dit inquiet des coupes de personnel et de la centralisation de la production des émissions d'information.

«Les Canadiens nous disent valoriser les bulletins de nouvelles locales, car ceux-ci créent un lien direct avec leurs collectivités. Les bulletins de nouvelles locales, disent-ils, les aident à mettre en contexte les événements internationaux. Et les bulletins de nouvelles locales les aident à mieux se préparer à participer à la vie démocratique, économique et culturelle du Canada», a affirmé Jean-Pierre Blais.

Le président du CRTC a reconnu que des changements technologiques sont venus perturber le domaine de l'information. Ces éléments ne doivent pas se traduire, toutefois, par des dérives.

«Les audiences ne sont pas des cocktails où les gens peuvent dire n'importe quoi et s'attendre à ce que leurs opinions ne soient pas remises en question ou bien que leurs données ne seront pas soumises à un examen», a insisté M. Blais, estimant que la qualité devra toujours primer.

En acceptant que les radiodiffuseurs aient accès aux ondes publiques, Jean-Pierre Blais estime que les entreprises se soumettent aux obligations de bien servir le public.

«En échange de l'utilisation des ondes publiques en vue de livrer leurs productions dans les foyers et sur les appareils des Canadiens partout au pays, ces entreprises ont également le devoir de servir l'intérêt public», a formulé M. Blais.

En conclusion, le président du CRTC a dit vouloir maintenir le cap de la qualité en disant s'intéresser à établir «un cadre réglementaire qui soutient la richesse collective, et non la richesse personnelle».

Crise des médias: le président du CRTC lance un avertissement



Le président du CRTC Jean-Pierre Blais a haussé le ton envers les grands médias canadiens dans un discours, leur rappelant qu'ils ont pour mission de servir l'intérêt public, notamment en offrant des bulletins d'information de qualité.

PHOTO NATHAN DENETTE, LA PRESSE CANADIENNE

Vincent Brousseau-Pouliot

Inquiet des coupes en information dans les grands conglomérats médiatiques, le président du CRTC Jean-Pierre Blais leur lance un avertissement : s'ils ne « respectent pas leur contrat avec les Canadiens, nous n'hésiterons pas à poser des gestes ».

Dans un discours - l'un des plus importants de son mandat - prononcé hier au Cercle canadien de Toronto, M. Blais a aussi clairement montré son mécontentement par rapport à leur attitude lors des dernières audiences sur la télé locale.

« J'ai écouté les Canadiens s'exprimer de manière intelligente et passionnée sur plusieurs des enjeux dont je viens tout juste de parler, alors que les dirigeants d'entreprises qui possèdent des yachts luxueux et des hélicoptères privés sont venus dans l'espoir d'obtenir des subventions. » - Jean-Pierre Blais, président du CRTC

Jean-Pierre Blais dit « craindre » que l'avenir des médias comme « pilier de la démocratie » soit « en danger », mais a indiqué hier que l'organisme réglementaire qu'il dirige serait sévère s'il jugeait que les grands conglomérats comme Bell, Rogers, Québecor et Corus ne respectaient plus leur « contrat social ».

« En échange de l'utilisation des ondes publiques [...], ces entreprises ont également le devoir de servir l'intérêt public, a dit M. Blais. [...] Au cours des prochains mois, le CRTC leur demandera de rendre compte en ce qui concerne le respect des obligations de leur contrat social. Les Canadiens s'attendent à ce que nous accordions une attention particulière à la qualité et à la quantité de bulletins de nouvelles et d'émissions d'affaires publiques qu'ils offrent. »

Citant notamment des réductions de bulletins d'information chez Rogers et les 350 pertes d'emplois chez Bell Média, le président du CRTC se demande si le « refrain » économique de ces entreprises « découle d'un souhait de rationaliser les coupures de postes ». « Je crains que les gestionnaires des médias - les dirigeants d'entreprise, les comptables, les avocats et les détenteurs d'un MBA - ne se soient éloignés de leurs auditoires, dit Jean-Pierre Blais. Les analystes de Bay Street mettent l'accent sur les résultats trimestriels, les profits, les bilans, le prix de l'action et autres cartes de visite de la fortune personnelle. [...] Voici ce qu'ils doivent apprécier - et ce qu'il faut leur rappeler : ils détiennent un actif en fiducie [...]. C'est un bien commun. »

« Si nous permettons que toutes les stations [de télé et de radio] puissent être fermées une à une au nom des profits et des pertes, que restera-t-il lorsque la dernière aura mis la clé dans la porte ? Qu'est-ce qui va apparaître pour les remplacer ? », demande-t-il.

ARGUMENTS ÉCONOMIQUES

À plusieurs reprises durant son discours, le président du CRTC s'est montré sceptique devant les arguments économiques des conglomérats. « Lorsque les radiodiffuseurs se présentent devant le CRTC afin d'obtenir de nouvelles licences ou que des mégatransactions sont approuvées, ils font toutes sortes de promesses sur la façon dont ils investiront dans la programmation, dit Jean-Pierre Blais. Mais dès que nous mettons sur pied une audience sur les politiques, on nous dit que les tiroirs sont vides. »

Jean-Pierre Blais a aussi exprimé de façon à peine voilée son mécontentement à l'égard de Bell, qui a contesté plusieurs décisions du CRTC (dont celle sur la substitution simultanée au Super Bowl) devant le cabinet fédéral ou les tribunaux. Il n'a pas nommé Bell à proprement parler, mais il s'agit du seul conglomérat ayant agi ainsi. « D'autres ne font que se plaindre, dit-il. Ils s'érigent en prophètes de malheur : coupures de postes, pertes de revenus, fermetures de stations. Ils se tournent vers les tribunaux ou vers le Conseil des ministres pour qu'on leur prête secours. Ils ont le droit de le faire, mais cela ne veut pas dire qu'ils sont dans le droit chemin. »

<http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201602/18/01-4951913-crise-des-medias-le-president-du-crtc-lance-un-avertissement.php>

**Despite complaints from broadcaster yachtmen and pilots,
Blais pledges to “stay the course”**

Greg O'Brien



TORONTO – CRTC chairman Jean-Pierre Blais brushed aside certain complaints and complainants Wednesday (saying they come from entitled establishment groups unwilling to change) in a speech to the Canadian Club of Toronto where he addressed the Commission's recent policy decisions and public proceedings.

Blais (*pictured above on BNN after his speech*) addressed the various grievances lobbed towards the Commission and its recent regulatory actions, quoting author Ralph Waldo Emerson who said: “Whatever course you decide upon, there is always someone to tell you that you're wrong,” noting that his Regulator can relate.

“Some disapprove of the course the CRTC is setting. Our course upsets their entitlements and threatens their livelihoods. These interests express their disapproval clearly and regularly. We all see it on TV; hear it on radio; and read it in media releases, newspapers and blog posts,” he said in an address that touched on the CRTC's TV Policy Review, its recent local TV hearing and its upcoming review of basic telecom services.

Blais painted the work he and his colleagues are doing as nothing short of reclaiming the Canadian communications system from big companies for Canadian consumers.

“The intense and continuing change the communication system is going through gives rise to anxiety about the future and, therefore, doubt and even fear about the course we're taking – especially among those with a vested interest in keeping things the way they are,” he said. “That difference of opinion is what brings me here today: to shed light on our course and, in the process, dispel some of that anxiety – or at least in sharing details of our course, persuade more of you to join us on the journey.”

Blais addressed the recently completed local television hearing and the future of traditional TV news, noting “an alarming number of television stations have reduced the length of their newscasts, cut back on staff and centralized production of news programming,” citing cuts at Rogers Media, Bell Media, and CHCH. While acknowledging the myriad changes and challenges facing those working in traditional media, he also noted Canadians told the CRTC during the proceeding they still place tremendous value on local news and don't want to see it disappear, despite how local stations continue to lose money as advertisers look to spend elsewhere.

“I fear those who manage media... have lost touch with their audiences.” – Jean-Pierre Blais, CRTC

“If we allow each station to be plucked away in the name of profits and losses, what are we left with when the last is removed? What will emerge to replace them?” he asked, placing the blame, rightly or wrongly, as those doing the cutting.

“I fear those who manage media—the corporate executives, accountants, lawyers and MBAs—have lost touch with their audiences. Analysts on Bay Street focus on quarterly results, profits, balance sheets, share prices and other calling cards of private wealth. They do not care nearly as much about the health of costly endeavours that preserve the wealth of our democracy.”

Blais reminded broadcasters they hold “an asset in trust” (spectrum) and have a “social contract” with Canadians to provide them with news and information. “It is a public good. Television news belongs to the marketplace of ideas, not the marketplace of higher dividends for investors. May we never lose sight of this truth,” he said.

Despite how many independent digital news outlets have emerged to fill gaps, often using social media to reach their audiences, Blais doesn’t believe newcomers are ready for the challenge of providing the solid journalism and investigative reporting upon which traditional media outlets still spend heavily.

“Those of a certain age or bent will argue that digital-based, citizen journalism is every bit as effective – maybe more so – as traditional media. That the immediacy with which Twitter, Facebook, Periscope and Meerkat deliver huge volumes of information to computers, tablets and smartphones should be valued over staid, scheduled newscasts.

“I remain unconvinced. For now at least.”

The likes of YouTube, Facebook and Twitter “have been in business barely ten years. Can we as a society afford to entrust something as fundamental to our democracy as news reporting to services like these that are still in their infancies? Newspapers have honed their journalistic practices over centuries; television and radio stations over decades.

“I look forward to the moment when we can say with certainty that they and their peers have fully arrived as genuine, trustworthy and accountable news media outlets. I hope that many more news innovators hasten to arrive. Their help is needed.”

Blais also said he believes there remain ample resources in the system for broadcasters to refine what they do – in order to fulfil their public service responsibilities to Canadians. “The challenge before broadcasters is not to find new sources of money to fund such change, but to redistribute the money already in the system to accommodate the new business reality,” he said.

“Canadians are saying they want news reporting and analysis. I am here to tell you that broadcasters hold a social contract with Canadians. In exchange for using the public airwaves to bring their productions into the homes and onto the devices of Canadians across the country, these enterprises also have a duty to serve the public interest.”

“I listened as Canadians spoke with intelligence and passion to many of the issues I just described, while corporate executives who own luxury yachts and private helicopters came looking for subsidies.” – Blais

He also urged broadcasters to get tougher with their ad clients and remind them how popular local TV is to Canadians. “Tell those marketers they are misguided. Local television news delivers significant live mass audiences on platforms that do not zap or block ads,” he said.

The chairman noted a paradox when it comes to big companies appearing in front of him, in comparison to the Canadians they serve. “I listened as Canadians spoke with intelligence and passion to many of the issues I just described, while corporate executives who own luxury yachts and private helicopters came looking for subsidies.

“When broadcasters appear before the CRTC looking for new licences or approvals of mega-transactions, they make all sorts of promises about how they will invest in programming. But the minute we initiate a policy hearing, we are told the cupboards are bare.”

Blais also recognized the changes the Commission has made will be very hard for many. “It will yield growing pains. It may even force some out of business,” he said. “It has certainly put us as regulators under greater scrutiny.”

Of some predicting that outcome, Blais was unsympathetic, even if he didn’t identify the group or groups he was referring to (cough *Bell* cough *CMPA* cough). “Others are just complaining. They’re **forecasting doom and gloom**: job cuts, revenue losses, station closures. They **run off to court**, they **run off to Cabinet** to seek relief. It’s their right to do so, but it doesn’t make them right.”

CRTC reminding providers of basic TV bundle deadline

Cable and satellite service providers must promote low cost TV channel bundles by March 1.



NATHAN DENETTE / THE CANADIAN PRESS

CRTC chairman Jean-Pierre Blais said the ultimate decision on the new basic service plan will be made by viewers and that Canadians "approve of regulations that strip away old entitlements and foster a dynamic marketplace."

Michael Lewis

The federal broadcast regulator is reminding cable and satellite service providers of their obligation to promote the low cost, "skinny basic" TV channel bundles they must offer subscribers by March 1.

An information bulletin posted on the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission website Wednesday notes the requirement to notify customers about the service that must be capped at \$25 per month

Major distributors including Rogers Communications have not detailed terms and availability of the plan, with a spokesman saying the information will be on the company's website by or on March 1.

Some commentators say providers may be reluctant to offer the information in advance since the packages are to be priced below their current entry level offers. Rogers, however, says the timing is a result of technical and logistical issues.

CRTC chair Jean-Pierre Blais said providers "have an obligation to promote" the basic service, mandated after a public and industry consultation. The CRTC in its bulletin "reminds licensed broadcasting distribution undertakings of the new requirements to offer and promote a small entry-level basic service and flexible packaging options coming into force on 1 March 2016."

Small Internet-based TV service VMedia of Toronto has already unveiled a package priced well under the CRTC cap that includes the mandatory Canadian channels plus five American networks, while Calgary-based Shaw Communications on its website now offers a Limited TV plan for \$25 per month with 40 channels.

The Shaw plan includes major U.S. networks such as ABC and Fox that are not required under the CRTC rules.

Some providers including Eastlink offer single-channel picks under CRTC rules that give the companies discretion over pricing, but prohibit a financial penalty for a la carte pricing. That means top tier picks such as Rogers Sportsnet could be available a la carte for roughly \$8 per month, observers said.

By March 1 distributors are required to offer basic plans along with either a small bundle or single-channel options and must offer both smaller bundles and a la carte picks by year end.

The CRTC says the rules, along with a relaxation of some Canadian content requirements, will promote investment in programming that can be exported globally.

But critics say it will hollow out niche channels, diminish the number of Canadian voices and force specialty providers to raise prices and rebrand into more homogenized content in order to survive.

Union groups representing broadcast workers warn that Canadian programming could be less than a third of what it is today under the new rules.

Blais said the ultimate decision will be made by viewers, adding that domestic content and local programming is strongly supported through dedicated funds and measures such as tax credits.

Canadians “approve of regulations that strip away old entitlements and foster a dynamic marketplace that rewards intelligence, creativity and daring,” Blais said in a speech in Toronto Wednesday.

“Our industry is replete with funds and talent, and supported by videovores with a healthy appetite,” he said. “Canadians have a proven ability to create compelling, world-class audiovisual content.”

www.thestar.com/business/2016/02/17/crtc-reminding-providers-of-basic-tv-bundle-deadline.html

REGULATION

CRTC to keep tabs on TV executives: chair

Blais takes aim at unspecified 'entitlements' and 'private interests' within television industry

JAMES BRADSHAW
MEDIA REPORTER

Tech · Telecom · Media

On the heels of a hearing about support for struggling local television stations, the head of Canada's federal broadcast regulator is warning TV executives not to let the pursuit of profits erode the public trust placed in them.

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission chairman Jean-Pierre Blais used a Wednesday speech in Toronto to fire shots across the bows of broadcasting owners, saying the regulator is keeping a close eye on how they navigate a time of profound change for the industry.

He reminded broadcasters that they "hold a social contract with Canadians," and suggested the woes of cash-strapped TV news stations are less a result of scarce funds, and more about the distribution of hundreds of millions of dollars that flow through the TV arms of large media companies each year.

Twice Mr. Blais stressed that "we will be watching" how broadcasters and TV providers respond to pressure on revenue, and to new rules imposed by the CRTC – including sweeping changes still rolling out as a result of the regulator's Let's Talk TV hearing in 2014. And twice he warned that "we will not hesitate to act" if media companies ignore the spirit of the regulations, which are designed to give viewers more choice, or if broadcasters "fail to live up to their end of their bargain" with Canadians.

"Local television news is failing us," Mr. Blais said in his speech to the Canadian Club of Toronto at a downtown hotel – an audience that included top executives from Canada's media heavyweights. "But it need not."

As he has before, Mr. Blais took aim at unspecified "entitlements" and "private interests" that he sees underpinning much of the criticism of the CRTC's policies, which could reshape the television industry in the years to come. He sought to contrast a viewership he be-

lieves is as thirsty as ever for news – including from traditional TV – with executives he fears "have lost touch with their audiences." Without naming names, Mr. Blais said "corporate executives who own luxury yachts and private helicopters came looking for subsidies" at the CRTC's recent hearing into the future of local and community TV.

Listing hundreds of combined job losses in TV newsrooms at BCE Inc.'s media division, Rogers Communications Inc.'s OMNI network and Hamilton's privately owned CHCH over the past year, Mr. Blais said he worries the industry's rapid contraction could leave a void. And he remains "unconvinced" that citizen journalism fuelled by the very technology platforms upending the news industry's business model – YouTube, Facebook, Twitter and Periscope, to name a few – can replicate the public-interest stories regularly produced by established, well-funded newsrooms.

"If we allow each station to be plucked away in the name of

profits and losses, what are we left with when the last is removed?" he said. "What will emerge to replace them?"

With the CRTC's local TV review still under way, Mr. Blais stopped short of tipping his hand on the outcome. But he cast doubt on the notion that new government subsidies to support news outlets are the solution to the problem of shrinking newsrooms.

"If our society does not tolerate interference by the corporate boardroom in what is reported in television newscasts – or indeed what is not reported – why would it be any wiser to open the gate down the garden path of undue government interference?" he asked.

Instead, he argued "there is more than enough money in the broadcasting system" to see it through the current digital-driven upheaval. "The challenge before broadcasters is not to find new sources of money to fund such change, but to redistribute the money already in the system to accommodate the new business reality."

Telecoms must promote basic TV packages to Canadians as of March 1

Under the deadline set by the CRTC, providers must offer a package priced \$25 or less a month.



TORSTAR NEWS SERVICE

With two weeks to go, few of the telecoms have announced what their basic packages will include.

Aleksandra Sagan The Canadian Press

TORONTO — In less than two weeks, Canada's TV-service providers must all start offering so-called pick and pay cable service. But, so far, most have been mum on what those new packages will look like, much to the disappointment of the country's broadcast regulator.

The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission issued an information bulletin Wednesday to remind the telecoms that they must promote this service in some way to consumers by March 1, said CRTC chairman Jean-Pierre Blais.

"(It) was a shot across the bow," he said in an interview.

Under the deadline set by the CRTC, all Canadian TV providers must offer a basic package of channels — priced \$25 or less a month — and either a la carte channel selection or small bundles of channels. By December, these companies must offer all three options.

The new CRTC regulations arose from consultations with Canadians about TV choice and affordability.

But so far few of the telecoms have announced what their basic packages will include.

VMedia announced its skinny package in June with 28 channels for less than \$18 a month. Shaw (TSX:SJR.B) now offers a \$25 limited-TV package with 40 channels.

So far, none of the other major TV providers — Bell (TSX:BCE), Telus (TSX:T) or Rogers (TSX:RCI.B) — have listed basic cable plans priced at \$25 or less online.

Blais said he doesn't want to presume bad faith. The companies are likely lining up their offers or watching to see what moves their competitors make, he said.

The companies are not required to announce their packages until March 1st.

Bell's online offerings will be updated by Feb 21, an online customer service representative said.

A Rogers customer service representative said the company will advertise its lineup shortly before the deadline, while representatives of Telus did not immediately respond to a query on the issue.

Blais said the spirit of the CRTC decision ought to be respected with the new offerings.

"Cable and satellite companies should not view this change as an opportunity to replace business practices designed to maximize profits from captive customers with newer forms of anti-consumer behaviour," he said in a speech to the Canadian Club of Toronto on Thursday.

"Instead, I urge them to make the products they sell even better for Canadians."

The upcoming mini-bundles ought to be competitively priced to attract customers who wanted better choice and affordability, he said.

If the CRTC deems some companies to be disregarding the spirit of the decision as they implement their new offerings, the regulator will take action against them, he added.

The TV providers were not the only part of the telecommunications industry scolded by the CRTC on Thursday.

In his speech, Blais cast corporate executives of news organizations as greedy.

During the CRTC's recent hearings on local and community television, Blais said he listened to Canadians discuss the problems facing the country's news organizations and the need for strong reporting.

Meanwhile "corporate executives who own luxury yachts and private helicopters came looking for subsidies."

When these executives want the CRTC to grant a license or approve a large transaction, he said, they make promises about how much they will invest in programming.

"But, the minute we initiate a policy hearing, we are told the cupboards are bare."

Instead of offering government subsidies to struggling news organizations, Blais suggested Canadians ought to help finance local news through an arm's length organization to avoid government interference in reporting.

www.metronews.ca/news/canada/2016/02/17/crtc-reminds-telecoms-they-must-promote-basic-tv-packages-to-customers.html

CRTC

Les nouvelles télévisées sont encore importantes

AGENCE QMI | L'information est un bien collectif et les radiodiffuseurs doivent respecter le contrat social qu'ils ont conclu avec les Canadiens, a affirmé le président du CRTC, Jean-Pierre Blais, dans une allocution livrée hier devant le Cercle canadien de Toronto.

N'en déplaise à certaines entreprises qui souhaitent préserver leurs façons de faire, le CRTC estime que le public et les consommateurs réclament des changements et des services de communication, ce qui comprend la radio et la télévision, qui répondent à leurs besoins.

Dans son discours, il s'est entre autres inscrit en faux avec ceux qui prétendent que le bulletin de nouvelles télévisées est en déclin et qu'il est le relent d'une autre époque. Selon lui, de nombreux Canadiens sont toujours fidèles à la télévision.

LE JOURNAL DE MONTRÉAL, JEUDI 18 FÉVRIER 2016
p.37



BRIEFS

New TV cable packages coming

Canada's broadcast regulator is reminding the country's TV service providers that they must soon begin to offer and promote so-called pick and pay cable and satellite TV packages. Under a March 1 deadline set by the CRTC, all Canadian TV providers must offer a basic package of channels — priced \$25 or less — and either a la carte channel selection or small bundles of channels.

OTTAWA CITIZEN, THURSDAY FEBRUARY 18, 2016
p.B6

BRIEFS

Screen Awards presenters named

Veteran Christopher Plummer and newcomer Jacob Tremblay are among presenters set to appear at the Canadian Screen Awards. The Academy of Canadian Cinema & Television says presenters will also include Waris Ahluwalia of Beeba Boys, Lyriq Bent of CBC-TV's The Book of Negroes, Wendy Crewson of CTV's Saving Hope and Room and director Helen Shaver of History's Vikings and Space's Orphan Black. Plummer and nine-year-old Tremblay are rivals in the best film actor category, Plummer for his role as a Holocaust survivor in the Nazi revenge thriller Remember and Tremblay as a boy held captive with his mother in Room. Comic Norm Macdonald will host this year's gala in Toronto. It airs on CBC-TV on March 13.

MONTRÉAL GAZETTE, THURSDAY FEBRUARY 18, 2016
p.C5

Sutcliffe 'shocked' by layoff at CFRA

BRUCE DEACHMAN

Ottawa radio host Mark Sutcliffe was laid off Wednesday morning, immediately following the broadcast of his popular CFRA Today show. The termination of his position is effective immediately.

Sutcliffe was called into a meeting at 10 a.m., where he was told that the station was taking the morning show in "a different direction."

"I was shocked," he admitted in an interview. "It was a complete blindside."

In a statement released Wednesday, Bell Media Radio, which owns CFRA, confirmed Sutcliffe's "departure," as well as those of hosts John Counsell, Ron Corbett and Nick Vandergragt. "We truly appreciate their many contributions to the station," it read, "and wish each of them the very best in their future endeavors."

Sutcliffe's history with CFRA, now owned by Bell Media, extends back to 1987, when he was first hired to deliver the overnight news.

He left to pursue other interests, including regular columns with the Citizen, publisher of the Ottawa Business Journal, The Kitchissippi Times and iRun magazine, and hosting his own show on CPAC. He returned to CFRA about 20 years ago, and was hired there full-time five years ago. He hosted Chat Room, a one-hour morning show, and became a fre-



Mark Sutcliffe

quent fill-in host of Steve Madely's Madely in the Morning show, taking over when Madely retired last November.

Additionally, Sutcliffe is a philanthropic pillar in the community, sitting on numerous boards. He was last year's co-chair of Ottawa's United Way campaign, and also chaired the Chamber of Commerce.

"There's a small silver lining in this," said Sutcliffe, "which is that I can take my kids to school tomorrow morning. Usually when they wake up, I'm not here."

On Twitter, Sutcliffe seemed to take developments with a bit of humour, noting that at least news of his ouster was trending.

Counsell, who hosted the weeknight program Late Night Counsell, tweeted on Wednesday, "As of 10:45 this morning I have been terminated from CFRA. My last show was last night. Bell Media thinks they are in charge. God is!!!"

bdeachman@postmedia.com

OTAWA CITIZEN, THURSDAY FEBRUARY 18, 2016
p.C8

SHAME ON CFRA

I am devastated by the loss of Mark Sutcliffe on CFRA. It is with such deep sadness that I see the radio station that I have loved for decades become decimated. The character and the flavour of this wonderful institution is seemingly gone. No Steve Madely, no Lowell Green (yes, I know they retired), and now Mark Sutcliffe, to name just a few. Taking the radio station in a different direction ... what does that mean? The young people aren't listening to the radio, so who are you trying to cater to?

If the new direction of CFRA is the mild form of talk radio is the likes of Evan Solomon then I am afraid I may have to change my listening habits. Bell Media, you have taken two wonderful Ottawa institutions of CTV Ottawa and CFRA and turned them into media outlets that no one recognizes anymore. Shame on you!

SALLY ANDERSON
OTTAWA

(If anything has become clear in the past few months, it's the strong connection Ottawa audiences feel to their broadcasters.)

THE OTTAWA SUN, THURSDAY FEBRUARY 18, 2016
p.12

STREAMING

Spotify looks to gain edge with Canadian ads

Survey finds music-streaming service has broader reach than most of Toronto area's major radio stations

JOSH O'KANE

Tech · Telecom · Media

As it battles to monetize and differentiate itself in the growing world of streaming music, Spotify is using Canada as a testing ground for local advertising, positioning itself as a complement to terrestrial radio.

On the heels of a similar European survey, on Wednesday the Swedish streaming service released results from a survey of 1,011 Internet users from the Toronto area from ages 15 to 65. It found Spotify had a broader reach on a weekly basis than all but four of the Greater Toronto Area's major terrestrial radio stations.

The company plans to use the results to lure more advertising for Spotify's free tier, helping drive revenue for the company in a sector that rarely sees profit.

Canada is "one of the fastest-growing markets at the company," said Les Hollander, Spotify's global head of audio monetization, in a phone interview. The country, he said, is a "nascent market" for Internet streaming advertising, making it ripe for the picking.

Streaming is an inherently measurable way to consume music. Spotify already heavily leans

on user data to customize their listening experience. Now, it's trying to leverage data to effectively deliver listeners ads. "We're not talking about if we're bigger or better" than terrestrial radio, Mr. Hollander said, "but we're an audience you can reach with your radio buy."

The service's paid \$10-a-month subscription tier has more than 20 million users worldwide – company representatives declined to comment on speculation they're approaching 30 million – and does not feature advertising. But the ad-supported free tier has a much higher reach, with more than 75 million global users; targeted ads are a wide-open opportunity for the service to draw greater revenue from these users.

Its toughest competition in the streaming world is arguably Apple, whose vice-president Eddy Cue said last week now has 11 million streaming users on its new Music app, and whose other lines of business can keep its music verticals afloat.

Spotify, like all stand-alone streaming services, does not have such luxury. And it faces increasing competition, including from rapper Jay Z's Tidal, which in just the past few weeks has offered exclusive releases from Beyoncé, Rihanna and Kanye West, some of

the world's biggest artists.

According to the survey, however, Spotify has the greatest reach of major streaming services in the GTA, with 16.8 per cent of Internet users of ages 15 to 65 using the free tier, versus 10.5 per cent for Apple Music. (It found separate numbers for Google Play Music and Songza, which have since consolidated, throwing a wrench into the data.)

When asked if the survey meant that Spotify was refocusing its efforts on the free tier, spokesman Graham James insisted that "it's all one ecosystem," and that the data collection simply gives "advertisers and marketers the tools to make great decisions."

The Toronto survey, done with the research firm TNS Global, is Spotify's first in North America. More Canadian cities will be surveyed later in the year. It is not the first streaming music company that has turned to Canada as an early market for local advertising. Rdio, which filed for bankruptcy late last year and was sold to Pandora Media for parts, partnered with Shaw in 2014 to increase its presence in local Canadian markets.

Whereas most people surveyed primarily listened to terrestrial radio while in the car, peaking during morning-commute hours, TNS and Spotify found that peo-

ple stream increasingly more throughout the day until about 10 p.m. The survey also revealed which radio-station audiences, and in turn potential advertisers, align with Spotify's audience. Listeners who tuned in to rock and classical-music stations had less overlap with Spotify's free-tier users than pop-oriented stations such as 104.5 CHUM FM and 99.9 Virgin Radio.

Spotify came to Canada in late 2014. The survey, conducted through a series of standardized questionnaires last December, found that 63 per cent of respondents knew about the service, with awareness skewing lower with age: 84 per cent of 15-to-24-year-olds knew of it, compared with 38 per cent of people 55 or older.

Money is a lingering problem in many ways for streaming companies such as Spotify. In December, U.S. musicians-rights advocate David Lowery filed a \$150-million (U.S.) class-action lawsuit against the company, alleging it did not properly license some of its music in the country, preventing artists from being properly compensated. Spotify filed a response in a California court last week asking the court to strike the case. The company declined to comment on the issue.

Netflix's new algorithms up the ante

Global data will be used to pick favourites

CLAIRE BROWNELL

Drawing on the power of **Netflix Inc.**'s global programming database could give the company's new recommendation algorithms an advantage over Canadian competitors shomi and CraveTV when it comes to keeping viewers paying the monthly subscription fee.

On Wednesday, Netflix's vice-president of product innovation Carlos Gomez-Uribe revealed the company has changed the algorithms that recommend what viewers should watch next. Instead of making recommendations based on regional models, Netflix now analyzes the types of videos a customer likes to watch and looks to other users with similar tastes around the world — presenting recommendations

based on what's popular with members of that fan community regardless of where they live.

Gomez-Uribe said the new algorithms are so good at personalizing recommendations, they've established that there's a global community of people who like to watch movies with talking horses that's distinct from the community that likes to watch movies with talking dogs. "It's pretty funny. It's not a level of detail we had before," he said in an interview.

In contrast, both shomi — a video streaming service jointly owned by **Rogers Communications Inc.** and **Shaw Communications Inc.** — and **Bell Media's** CraveTV tout the human touch their recommendations offer.

Mike Cosentino, senior vice-president of programming at CraveTV, said its service "features human curation for Canadians by real Canadian TV programming experts," while shomi uses "a marriage of human curation and technical algorithm (to ensure) members discover



Netflix analyzes the types of videos a customer likes and looks to other users with similar tastes around the world.

CHRIS RATCLIFFE / BLOOMBERG NEWS

new and unique content that is of interest to them but not limited to the boundaries of their profile," said Anne Tebo, senior director of customer experience and insights.

Asked if Netflix's new global algorithms can beat a human's suggestions, Gomez-Uribe laughed. "Any day," he said.

Canadian subscribers may still not be able to watch American Horror Story, for example, but Netflix is getting better at telling Canadian horror fans what else they might be interested in that's legally licensed for them to watch.

On January 14, Netflix announced it would take steps to make it more difficult to access Netflix shows and movies that aren't licensed for viewing in a customer's place of residence by using

services that obscure a computer's location.

As many as one-third of Canadian Netflix subscribers use virtual private networks to watch videos available to our U.S. neighbours, according to some estimates.

Alan Wolk, a senior analyst at media consulting firm Diffusion Group and author of *Over The Top: How The Internet Is (Slowly But Surely) Changing The Television Industry*, said good recommendations are valuable to streaming services because they keep viewers engaged by constantly offering up new videos they want to watch. And happy and engaged customers are less likely to cancel their subscriptions, he said.

The downside is the loss of "serendipity," Wolk said. Netflix might know that a viewer

who's watched three animated movies with talking horses is likely to be interested in a fourth, but that same viewer might have expanded his taste horizons had something else been offered.

"Sometimes we stumble upon something that's completely unlike anything you've ever watched before," Wolk said. "That's something unfortunate that we're losing."

Algorithms that cater to niche global tastes offer both advantages and disadvantages to Canadian filmmakers. Netflix's new global algorithms mean a Canadian who has never shown any interest in Canadian film could be less likely to receive a recommendation to watch one, but an American who loves whodunits could be more likely to receive a recommendation

for, say, CBC's Murdoch Mysteries.

The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission relaxed the Canadian content quotas that broadcasters must meet last March in response to increased competition from Netflix. It also decided against requiring the U.S.-based company to pay into a Canadian content fund.

Gomez-Uribe said Netflix's new recommendation algorithms should increase exposure to Canadian films and television shows by suggesting them to people who are more likely to actually watch them. "You'll have many more people across the entire world watching Canadian productions," he said.

Financial Post
cbrownell@nationalpost.com
Twitter.com/elabrow

State Of Canada's News Media To Be Studied By MPs Again

Jennifer Ditchburn, The Canadian Press

OTTAWA — Davey, Kent, Lincoln, Bacon.

Now Liberal MP and heritage committee chair Hedy Fry is about to add her name to the list of Canadians who have led federal studies into the state of the country's news media.

The dismal record of action on those previous reviews notwithstanding, Fry said she's convinced that this time around, any recommendations will lead to concrete changes.

"I know that our government has a strong will to deal with this now," Fry said in an interview Tuesday.

"The thing about politics is that the time comes one day when stuff is facing you so hard that you have to do something about it. That time has come."

The Commons committee will embark on an expansive study of "how Canadians, and especially local communities, are informed about local and regional experiences through news, broadcasting, digital and print media," according to a motion passed Tuesday.

It will also delve into media concentration, and its impact on local news reporting, and how digital media fits into the whole picture. The MPs have committed to no less than 10 meetings for the study.

The latest raft of local newsroom closures and the financial struggles of large national media outlets have again raised interest in how lawmakers can help Canadian journalism survive — especially local news.

“

"The thing about politics is that the time comes one day when stuff is facing you so hard that you have to do something about it. That time has come."

Here's some of the recent grim headlines: the 149-year-old Guelph Mercury shuttered its print edition last month, the Postmedia chain has laid off dozens of reporters across the country, and the broadcast regulator has warned that half of local TV newsrooms are in peril.

The fear is that with the decline of a strongly Canadian news industry, any shared sense of national identity is also in peril.

Fry says the study will take a close look at the shifting information consumption habits of Canadians, and whether they are getting enough Canadian content online.

Role of CBC to be examined

The role of the public broadcasters will be examined — already the CBC has prioritized its digital offerings over its radio and television platforms. The government had said it will increase the CBC's budget, but has not specified when or by how much.

"With Shomi and Crave and things like Netflix, what we're having is a whole lot of non-Canadian content coming into our homes, and we have a whole generation that's not really able to see Canadian content," said Fry.

"When newspapers and magazines are closing down, that adds to that."

The Royal Commission on Newspapers, led by Tom Kent, was also "born out of shock and trauma," with venerable old newspapers the Winnipeg Tribune and Ottawa Journal suddenly closing.

A decade earlier, Keith Davey's Special Committee on Mass Media declared that "this country should no longer tolerate a situation where the public interest in so vital a field as information (is) dependent on the greed or goodwill of an extremely privileged group of businessmen."

Media concentration has only intensified since then — the idea of limiting a company to owning only five newspapers seems almost quaint.

MPs over the years have been reluctant to try to regulate the print media sphere.

NDP heritage critic Pierre Nantel says he welcomes the study, and would especially like to see a recognition of the information needs of Canada's linguistic minority communities.

But he said Commons committees have to become more nimble, and in this case report quickly on an industry that changes by the second.

"We have to go more quickly — not to rush headlong into it and make bad decisions, but have a process that is more expeditious," said Nantel.

"We're there because we've been given the responsibility to make sure the system is viable. We should do it quickly and well."

www.huffingtonpost.ca/2016/02/16/panel-of-mps-to-examine-issue-of-local-news-crisis-media-concentration_n_9246816.html?utm_hp_ref=canada-business&ir=Canada+Business

Wise up, Alberta — even Ezra Levant is entitled to freedom of the press

Even the most unhinged commentators can stumble on a nugget of truth now and then. For that reason alone, the Alberta government should step back from barring media outlets it considers illegitimate.

The Rebel, a right-wing news and commentary website run by Ezra Levant, alleges its journalists weren't allowed into government news conferences, including one with Premier Rachel Notley and Prime Minister Justin Trudeau on February 3, because the operation is digital-only and doesn't 'report' in the neutral sense.

The Rebel claims its banishment is evidence of a Canadian left as intolerant of dissent as the Venezuelan regime of the late Hugo Chavez. Which is typical Levant: He's built his entire career on alleging the existence of a vast conspiracy of the left in Canada. When he had his own TV show on the (now-defunct) Sun News Network, he continuously railed against an imaginary cadre of opinion makers he called the "Media Party". Whatever proof he offered was negligible; the argument was built on paranoid bombast and it sustains his media persona to this day.

In 2014, Levant lost a defamation case after calling a law student an "illiberal Islamic fascist" (among other insults). He had to pay the student \$80,000. Levant repeatedly accused his target of being under the influence of Canadian Muslim political leaders, something a judge in the defamation case found hard to believe. But that's Ezra for you — the absence of proof merely suggests *conspiracy*.

The year before, Levant had to apologize to the Roma community after delivering a long, baffling, racist on-air rant in which he repeatedly used the derogative term "gypsies". In his apology, he blamed his earlier lack of contrition on a mistaken belief that the outrage over his comment came only from liberals and other people he opposes.

Seeing a pattern here?

Levant enjoys pushing a political point home in spite of a complete lack of facts. Watching him, you get the feeling he's playing a game — that he doesn't *care* about convincing you if he can annoy you instead. So you can't count on him or *The Rebel* to be fair, or neutral, or to even conduct the kind of basic self-criticism most news outlets and journalists have to undergo every day. Many of the 'stories' produced by him and his colleagues are hypercritical of one political camp, while totally silent about others. Levant doesn't *do* neutral.

But an organization that devotes itself to holding *any* public individual or institution accountable does society a basic good. Nobody should wield power without public debate and analysis. *The Rebel* holds an entire body of groups and people to account (how well is another question entirely), and in that sense, it performs a kind of journalism.

There are people who share Levant's imaginary world view; to them he provides a hook on which to hang their hunches, peeves and prejudices. *The Rebel's* writers should be allowed into any public institution's news conferences (as should any professional news service) because governments aren't perfect or infallible — not even Notley's. No public administration should be allowed to silence a voice that could offer a legitimate critique of its actions.

Public institutions have the ability to defend themselves, in a court of law or of public opinion. If Levant commits libel, a legal remedy is there. If he goes beyond the boundaries of fair comment or criticism, there are remedies for that, too. And let's not forget that governments, including Notley's, have public relations machines that dwarf the capacities of all of Alberta's newsrooms combined.

There isn't a clear rule about where journalism ends and blatant political boosterism begins. The most slanted beliefs can fuel an interest in issues and perspectives that most "mainstream" journalism would consider irrelevant, and important public considerations could lie in those niche investigations. In the long run, journalism is built on the freedom of news consumers to decide who makes the best arguments and who has the best evidence. Whatever histrionics and lies Levant may use in his media pursuits, the Alberta government doesn't have the right to decide who makes the most sense on behalf of the public.

Why federal politicians leave the definition of journalist to journalists

Alberta is embroiled in controversy after barring Ezra Levant's The Rebel website from media events — but Ottawa instead has left the job of media access to reporters since the 1800s.



LARRY MACDOUGAL / THE CANADIAN PRESS FILE PHOTO

While Alberta Premier Rachel Notley's team has taken to operating the gates of media access at the Alberta legislature, federal politicians have happily left that thankless job up to parliamentary reporters since the 1800s.

Jennifer Ditchburn The Canadian Press

OTTAWA—While Premier Rachel Notley's team has taken to operating the gates of media access at the Alberta legislature, federal politicians have happily left that thankless job up to parliamentary reporters since the 1800s.

Ezra Levant and Sheila Gunn Reid, two unabashed critics of the Notley administration from the upstart website The Rebel, were recently barred from participating in provincial media events, including one at the legislature.

That sparked a passionate debate about whether the pair should be considered bona fide reporters. The Notley team initially determined they are not — although they promptly changed their minds on Wednesday.

At the Alberta legislature, the press gallery does not control the comings and goings of visiting media. Reporters who are not permanent members show their ID to a security guard.

By contrast, the parliamentary press gallery in Ottawa has an elaborate system of accreditation, even for day passes.

Members must prove that their principal occupation is reporting, interpreting or editing parliamentary or federal government news, and that they work for an organization that reports on a regular basis on such news. Rebel co-founder and freelancer Brian Lilley is a gallery member, as is rabble.ca reporter Karl Nerenberg.

Federal governments, meanwhile, have carefully kept out of that business. Even though the Speaker of the House of Commons holds ultimate authority over the precinct and its services, it has been a long-held convention that the press gallery operates independently.

"The press gallery enjoys full autonomy as regards its membership and internal regulations," Speaker Rodolphe Lemieux wrote in 1929.

It was probably a wise move to keep the Speaker or the government out of such decisions — less politics get in the way.

When reporters first came to Parliament Hill in 1866, for the last session of the Legislative Assembly of the Province of Canada, they were divided along party lines. The seating in the gallery was even dictated on party allegiance.

Governments would sometimes freeze opposition reporters out of receiving information, but those reporters could still sit in the gallery and watch the proceedings, and work out of the media “hot room.”

Leaving the headaches of accreditation to the journalists themselves has meant that the gallery has had to sort through its own insularity and some ugly squabbles over who should enter the fold.

For one, it took until 1923 for a woman to be granted membership in the gallery. Magazines didn't gain entry until the 1940s, broadcasters until the late 1950s, and photojournalists and technicians until the 1980s.

The most passionate battle happened in 1976, when the gallery's executive voted to bar membership to replacement workers who had come in to replace striking Canadian Press reporters. Speaker James Jerome refused to intervene, even when newspaper owners and CP management cried censorship.

Levant wrote on the Rebel website this week that “the law is clear: we have freedom of the press in Canada.”

“Governments do not have the power to regulate journalists,” said Levant, a lawyer by training. “Any blacklist barring journalists from public events based on political vendettas is obviously illegal discrimination.”

But the specific relationship between parliaments and journalists is a unique one.

Strictly speaking, journalists work in the legislatures at the pleasure of the Speaker and can be thrown out on a moment's notice. Parliamentary privilege being what it is, a court might not want to intervene in a dispute over access to the legislature.

Holocaust denier Ernst Zundel argued before the courts that he was a “publisher, writer, broadcaster and human rights activist,” and his freedom of speech was trampled when parliamentarians — not the press gallery — barred him from holding a news conference on the Hill.

“In my view, the courts would be overstepping legitimate constitutional bounds if they sought to interfere with the power of the House to control access to its own premises,” then Ontario Court of Appeal Justice Louise Charron wrote in 1999.

But Zundel was Zundel. There was no public outcry when he was kept from speaking on Parliament Hill.

Notley, who has appointed former Canadian Press bureau chief Heather Boyd to review the Rebel situation, might find it easier to take a page from Ottawa and leave the messy business of media access to the press at the legislature.

www.thestar.com/news/canada/2016/02/17/why-federal-politicians-leave-the-definition-of-journalist-to-journalists.html

À la défense de Claude Jutra

La déferlante médiatique s'est emballée à bride abattue sur une malheureuse condamnation énoncée par le dernier biographe de Claude Jutra (1930-1986), qui a cru bon jouer au psychiatre en donnant son verdict alors qu'il n'est pas de son ressort, encore moins de sa compétence, de diagnostiquer son sujet à l'étude.

En effet, nul ne peut s'aventurer sur le terrain de la sexualité de quelqu'un sans connaître le dossier à fond, dans ce cas-ci médical, au risque de perdre toute crédibilité. En fait, il ne relève pas du travail de l'historien du cinéma d'entrer dans les replis de la vie privée de quelqu'un, à moins que certains traits ou pratiques viennent éclairer son œuvre ou ses activités, qui doivent nécessairement se mesurer à l'aune de l'objectivité. Il est malheureux de voir la presse se laisser déchaîner par une affirmation allusive qui ne repose sur aucune preuve.

D'emblée, on doit reconnaître que le procédé est douteux et que, dans ce contexte, il ne faudrait pas céder aux abois de la rumeur alors qu'il est question d'une accusation grave — le terme « pédophile » n'est pas innocent — et qu'à ce jour, personne n'a témoigné de ce fait malgré les efforts répétés du biographe et auteur, en quelque sorte, de ce lynchage public.

Une réputation, c'est comme du linge blanc, c'est facile à salir pour qui va jouer dans la boue. Quand il s'agit de détruire la réputation d'un homme qui n'est plus là pour se défendre, c'est totalement insupportable, surtout lorsqu'il est question d'une figure tutélaire du cinéma d'ici. Ne cédon pas à la tentation de joindre les mauvaises harangues de la foule à

condamner quelqu'un sans l'ombre d'un procès. Nous sommes toujours dans une société civile fondée sur le droit qui édicte la part des responsabilités de chacun.

Philippe Dubé, acteur dans le film *Wow* (1969) de Claude Jutra

Le 15 février 2016

L'utilité d'une biographie

Un biographe ne peut évoquer à mot couvert le terme pédophile en prétendant, sans fournir de preuves, qu'il l'emploie à bon escient. Il n'est pas sans savoir que ce mot à forte connotation frappe de plein fouet l'imaginaire. Plus le personnage est illustre, plus il aura l'effet d'une bombe. En quoi, est-il essentiel de placer au banc des accusés Claude Jutra trente ans après son suicide? Qu'entend-on au juste par « aimer les jeunes garçons » et en quoi cette part de sa vie privée a-t-elle imprégné hors de tout doute sa vie artistique, son œuvre cinématographique? N'est-ce pas, dans toute biographie, ce qu'il vaut la peine d'élucider de manière bien étayée? En ce qui a trait à Jutra, le mal est fait, mais on ne saurait encore dire lequel. Chose certaine, qu'on modifie ou non la dénomination d'un gala et d'un trophée, cela ne changera rien à ce qui mérite d'être célébré dans le monde du cinéma et à ce que nous devons à Claude Jutra quoi qu'il advienne.

Carol Patch-Neveu

Montréal, le 17 février 2016

Jutra, un nom toxique

Aucun parc, bout de rue, ruelle, ni gala ne devrait être associé au talentueux mais ténébreux cinéaste Claude Jutra.

Les allégations de pédophilie qui pèsent contre le créateur décédé en 1986 sont trop graves pour être ignorées. En quelques jours, *La Presse+* a fait preuve de la rigueur et du courage qui ont manqué à l'auteur Yves Lever et à son éditeur, Boréal, en donnant la parole à une victime présumée du réalisateur. De l'âge de 6 à 16 ans, le garçon aurait été agressé par le « père de mon oncle Antoine ». Le récit d'horreur est corroboré notamment par une des sœurs et une amie de la jeune victime. Voilà le fardeau de preuve qui manquait dans la biographie de M. Lever pour enfin passer à l'action.

La ministre de la Culture et des Communications, Hélène David, en avait d'abord appelé à la prudence et à la vérification des faits lors de la publication de l'ouvrage. Elle exhorte maintenant la Commission de toponymie du Québec à faire des démarches, notamment auprès des municipalités, pour effacer le nom de Claude Jutra de la mémoire collective. Quelques villes, comme Lévis, Québec et Montréal, ont déjà fait part de leur intention de retirer le nom de Jutra de leurs rues et parcs. La Cinémathèque québécoise a décidé de changer le nom de la salle Claude-Jutra.

Le conseil d'administration de Québec Cinéma a aussi entendu l'appel du pied de la ministre David en acceptant de retirer le nom de Jutra de son gala annuel. M^{me} David a fait preuve d'une conduite sage et exemplaire à tous les instants de cette affaire.

Il ne s'agit nullement d'adopter une posture moraliste ou révisionniste, comme le prétendent des pleureurs exaltés dans nos propres pages Idées, mais de faire preuve d'une certaine cohérence. Une société ne peut prétendre qu'elle encourage la dénonciation des agressions sexuelles d'un côté, en acceptant de l'autre que l'un des plus imposants prix en culture porte la marque d'un pédophile allégué.

L'incohérence dans laquelle voudraient nous enfermer certains esthètes du milieu culturel, si prompts à amalgamer la condamnation de l'homme à la répudiation de son œuvre, ne fait que renforcer le sentiment d'impunité que connaissent trop bien les voleurs d'enfance et leurs victimes fragilisées à jamais.

C'est bien mal connaître le système judiciaire que d'évoquer le droit à la présomption d'innocence de Claude Jutra. Il ne reviendra pas d'entre les morts pour subir un procès juste et équitable. Ne reste plus que le poids des symboles. Le nom de Claude Jutra est toxique. Le milieu culturel doit accepter qu'il soit gommé de l'espace public. En revanche, il faut bien reconnaître que son œuvre, magistrale, restera fréquentable.



BRIAN
MYLES

ALLÉGATIONS
DE PÉDOPHILIE

Jutra rayé de la mémoire collective

FLORENCE SARA G. FERRARIS

Le Québec fera table rase de la mémoire du cinéaste Claude Jutra. Exit le gala et les prix éponymes, de même que les rues, les places et les parcs qui, aux quatre coins du Québec, portaient son nom jusqu'à aujourd'hui.

Quelques heures à peine après la publication du témoignage troublant d'une des présumées victimes du réalisateur dans le quotidien *La Presse*, la ministre de la Culture, Hélène David, a exigé mercredi matin que Québec Cinéma, responsable des feus prix Jutra, renomme la soirée consacrée au cinéma québécois. Dans son témoignage, l'homme qui a accepté de parler raconte qu'il a été agressé par Claude Jutra, qui était alors un ami de ses parents, pendant une dizaine d'années, et ce, dès l'âge de six ans.

Visiblement ébranlés par les plus récentes révélations, les responsables de l'organisme culturel ont rapidement obtempéré. «*Nous avons pris la décision de modifier le nom à cause des nouveaux événements du dernier jour*», a déclaré le président du conseil d'administration de Québec Cinéma, Patrick Roy, en conférence de presse, indiquant que la décision avait été prise avant la demande de la ministre.

«La réflexion avait été amorcée à la suite de la lecture de la biographie, mais nous avons besoin de patience, de recul, de temps pour réfléchir, a dit M. Roy. Nous avons annoncé la décision de créer un comité de sages pour prendre une décision. [...] Mais la lecture [...] du témoignage de la victime présumée nous a poussés à prendre une décision plus rapide. J'ai été bouleversé par le courage dont a fait preuve cette personne. C'est ce qui nous a

VOIR PAGE A 10: JUTRA

JUTRA

SUITE DE LA PAGE 1

poussés à prendre la décision de changer le nom du gala.

On décidera « très rapidement » du nouveau nom, a assuré la directrice générale de Québec Cinéma, Ségolène Roederer. « Le gala a lieu dans un mois, on va trouver un titre temporaire, non définitif, pour cette année, a-t-elle précisé. Ça s'est décidé extrêmement rapidement. Tout le monde vit une grande tristesse en ce moment, un choc important. Il fallait le faire pour que le gala demeure une fierté pour les gens du cinéma. » La directrice générale de l'organisme a toutefois refusé de révéler au *Devoir* si le nouveau nom rendra, à son tour, hommage à une figure emblématique du septième art québécois ou s'il sera plus générale, à l'image d'autres cérémonies comme les Oscar aux États-Unis ou l'Ours d'or remis à la Berlinale allemande.

Pareils changements entraîneront nécessairement des coûts importants. Compte tenu des délais particulièrement serrés, Québec Cinéma n'avait cependant pas déjà été en mesure d'évaluer à combien s'élèvera la facture. Car, outre le nom du gala à changer, ce sont les statuettes dorées qui devront être rebaptisées, toute la papeterie officielle, réimprimée, le logo et l'image de marque, revampés... « Nous n'avons pas encore eu le temps de faire tous les calculs nécessaires, avoue Ségolène Roederer. Mais on sait déjà que ce sera un gros morceau. »

Onde de choc

Ce branle-bas de combat ne se fera toutefois pas sans heurts, le petit milieu du cinéma québécois étant manifestement sous le choc, et ce, même si on y est nombreux à avoir avoué entretenir des

soupçons à l'égard de « l'amour de Jutra pour les garçons ».

Le directeur général de la Cinémathèque québécoise, où une salle porte le nom de Claude Jutra depuis 1987, a fait savoir au *Devoir* que « les membres du conseil d'administration se sont consultés [mercredi] et ont pris la décision de retirer la dénomination de [leur] principale salle de projection ». « La renommée d'un agresseur faisait porter sur ses victimes un poids dont il est difficile de se dégager, a indiqué Marcel Jean par courriel. Ceux qui contribuent à sa renommée portent collectivement une responsabilité dont ils doivent s'acquitter. » D'ici au moment où son nouveau nom sera choisi, l'espace sera désigné sous le nom de « salle de projection principale ».

Même son de cloche du côté de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision qui, à la suite des récentes révélations concernant le passé du cinéaste, a annoncé par voie de communiqué qu'il renommerait, lui aussi, « son prix [Claude-Jutra, qui deviendra le prix du] meilleur premier long métrage dans le cadre des prix Écrans canadiens ».

Réactions politiques

La volte-face rapide de Québec Cinéma a été accueillie avec un réel soulagement par la classe politique, tous paliers confondus. La ministre de la Culture, Hélène David, a affirmé qu'il s'agissait d'une « sage décision ». Elle a aussi fait savoir que, s'il y en a, « tout bâtiment administré par le gouvernement et qui porte le nom de Claude Jutra sera renommé ».

A Ottawa, la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, s'est aussi dite « bouleversée » par le témoignage de la présumée victime. « C'est extrêmement choquant comme histoire », a-t-elle affirmé alors qu'elle s'appretait à entrer à la période des questions aux Communes. « J'appuie non seu-

lement la décision de Québec Cinéma, mais aussi les démarches de M^{me} David, ministre de la Culture du Québec », a-t-elle ajouté, indiquant du même souffle qu'elle procédait aussi à une révision au niveau fédéral.

Surprise chez Boréal

Ces multiples dommages collatéraux, répercussions découlant directement des allégations de pédophilie à l'encontre de Claude Jutra, ont pris une ampleur que les éditions du Boréal n'avaient pas du tout envisagée. « On ne s'imaginait pas que ça aurait ces répercussions-là », concède le responsable du projet chez Boréal, Jacques Godbout. « On s'attendait à une petite bombe, mais jamais à ce que ça explose comme ça ! » renchérit l'auteur Yves Lever.

Le biographe avoue pourtant qu'il n'a pas du tout été surpris par le témoignage publié mercredi dans *La Presse*. « Ce sont toutes des choses que je savais, admet-il. J'en sais même plus... » Pourquoi alors ne pas l'avoir inclus dans son ouvrage ? « Il y a des choses qu'on ne peut pas dire, laissez-les tomber, avec un léger soupir. Je me suis intéressé à l'homme derrière le mythe. Ce que j'ai découvert, c'est essentiel, mais ce n'est pas tout. [...] Et, sans le défendre, Jutra a aussi été une source d'inspiration pour le milieu pendant des années. »

Questionné à savoir si, à la lumière des récents changements fracassants, il referait la même chose, le critique assure que oui. « Le terme "pédophile" aurait quand même été là. Je trouve que tout va trop vite, mais c'est une dimension importante de l'homme. Après, malheureusement, on peut difficilement séparer l'homme de l'œuvre. Et c'est ce qu'on voit ces jours-ci. »

Avec Odile Tremblay, Marie Vastel et Marco Béclair-Cirino
Le Devoir

De héros à proscrit

ODILE TREMBLAY

C' est bien pour dire... Dans le milieu du cinéma, on aurait juré que personne ne regarderait le gala des Jutra, tant la plupart des films de la course étaient inconnus du grand public. Sous un nouveau nom après le témoignage d'un ex-enfant agressé dès 6 ans, dans *La Presse* de mercredi, cette même cérémonie du 20 mars devrait connaître un vrai record d'assistance au foyer.

Pensez donc! Tous ces visages d'acteurs et de cinéastes à scruter: les consternés, les soulagés, les attristés, ceux qui bafouilleront en tenant leur trophée. Et les animateurs appelés à mettre de l'humour dans la soirée, quelles bonnes plaisanteries pourront-ils lancer pour dérider l'ambiance?

Idem à l'ouverture des Rendez-vous du cinéma québécois, ce jeudi soir même.

Jamais n'aura-t-on tant parlé de notre septième art d'hier et d'aujourd'hui pour d'aussi sinistres raisons. Des gens qui n'ont jamais vu un seul film du cinéaste de *Mon oncle Antoine* croiront le connaître.

Les allégations de pédophilie sont terribles, selon le témoignage de cette victime présumée dans *La Presse* de mercredi, corroborées par Louise Rinfret, amie et collaboratrice de Jutra. Et on compatit de plein cœur avec un homme si longtemps réfugié dans le silence, tant le mythe, le nom Claude Jutra pesait lourd.

Ce type de mœurs à l'époque étaient étouffées, voilées. Ses proches savaient pour ses relations avec des ados, moins avec de jeunes enfants. Ça n'excuse rien. Je sais. Bien des alliés d'hier le renient aujourd'hui. D'autres ressentent un terrible deuil.

Des décisions graves ont quand même été prises mercredi dans l'indignation du moment. Toute cette affaire sera partie en fusée, sans procès, avec un accusé six pieds sous terre au fantôme pendu par contumace, une victime à visage voilé.

Effacer un nom sur le sable

La pédophilie est inqualifiable, tranchons là. Mais on voudrait inviter les esprits à séparer du moins l'homme de l'œuvre. Sinon qui lirait le poète François Villon, graine de potence, et auteur de *La balade des pendus*, ou Céline, ou Genet?

Ce climat de vindicte est malsain, par-delà l'ampleur des allégations.

En moins de douze heures, la toponymie a effacé comme une tornade son nom. Ce petit square Claude-Jutra, angle Parc et Prince-Arthur, avec la sculpture de Daudelin, on hâtera le pas pour ne plus le voir. Et toutes ces rues modifiées, cette salle à la Cinémathèque québécoise renommée, ce prix Claude-Jutra au meilleur premier long métrage canadien, gommé aussi. On croirait voir les photos retouchées dans l'ancienne Union soviétique où les traits des proscrits de l'État disparaissaient.

Je ne cherche pas à blâmer pareilles décisions, c'était le sauve-qui-peut, mais...

Aujourd'hui, à la haute vitesse des médias sociaux, tout le monde saute en même temps dans le train de la vertu, sans distance. Et c'est terrifiant. Voilà!

Gageons que le nom du gala du cinéma québécois évoquera désormais un symbole d'une neutralité absolue, plus un nom de cinéaste, apte à glisser, fut-ce d'outre-tombe. Les dirigeants de Québec cinéma auraient pu appeler les esprits à cette dissociation de l'œuvre et de l'artiste, en conférence de presse mercredi. Mais chacun se contente d'éteindre des feux.

Que faire avec l'œuvre de ce cinéaste majeur-là? Arrêter de montrer ses films dans les cours de cinéma? Réécrire les ouvrages sur notre septième art? Soit, on exagère. Les copies d'*A tout prendre*, de *Wow*, de *Mon oncle Antoine* et compagnie resteront à la Cinémathèque. Le site de l'ONF continuera d'en diffuser, mais son empreinte, gravée partout, va s'estomper.

Dans *A tout prendre* ne retiendra-t-on que la question posée au cinéaste par Johanne Harelle: «*Est-ce que tu aimes les garçons?*»

Tout révisionnisme est une pente dangereuse. Cet homme de peurs et de souffrance, de coups de génie et de vices cachés, célébré et damné, tombe du Capitole jusqu'à la fosse des proscrits en un temps record.

Première et dernière bio?

Dans la bio d'Yves Levers sur Jutra, les quatre pages litigieuses, guère fouillées, reposaient sur des «on-dit». Toutes ces années de travail pour que la mémoire collective n'en retienne que ça. Le nom de l'ancien professeur de cinéma est sur toutes les lèvres. Mais quel auteur sérieux voudrait n'être cité que sur les mœurs de son sujet?

Son ouvrage est bien factuel, sans grand envol (ça se sent: Lever n'aimait guère l'œuvre de Jutra et s'en ouvre en préface). Il aura du moins remonté le parcours d'un cinéaste moins prolifique et constant que d'autres, mais semeur de vraies perles, ayant subi des déceptions et ébloui le Québec par sa connaissance et son amour du cinéma. Première bio du cinéaste de *Kamouraska*; elle sera aussi la seule avant bien longtemps...

La table est mise pour se poser des questions sur Claude Jutra et un milieu du cinéma en partie complice, certes, mais aussi sur notre époque qui monte au pinacle puis descend en flamme un artiste majeur, à la vitesse de la lumière, sans rien vérifier d'abord, puis sans se retourner.

JEUDI 18 FÉVRIER 2016



Finies Jutra

Le gala du cinéma rebaptisé

PAGES 40-41

PHOTOS COURTOISE

Spectacles

Ce qu'ils ont dit

« Élever des gens d'influence au statut de demi-dieu, taire leurs vices pour continuer de faire briller leurs accomplissements ? X #Jutra »

- Karine Vanasse sur Twitter



« Une victime de Jutra témoigne. 6 ans... Merci à vous, cher monsieur, après tant d'années, de nous illustrer le calvaire que vous avez vécu. Un exercice extrêmement difficile, mais maintenant, personne ne pourra plus tourner la tête. #plus-dexcuse. Bon courage. »

- Mitsou sur sa page Facebook

« C'est comme un cauchemar. Non seulement il a été mon professeur, il fut mon mentor. Comment je n'ai pas vu ça ? »

- Normand Brathwaite à l'émission de Benoit Dutrizac au 98,5



« La ministre David a pris la bonne décision et rapidement. Si triste dénouement. »

- Claude Fournier sur Twitter



« Si une ou des victimes réussissent à trouver un peu de paix avec la sortie de cette nouvelle, ça aura valu la peine. »

- Fabien Cloutier sur Twitter

« Est-ce qu'on fait la même chose avec Woody Allen quand il sort un film et qu'il a commis le même genre d'actes avec des enfants qu'il a adoptés ? [...] C'est deux poids, deux mesures. »

- Mario Saint-Amand à l'émission de Benoit Dutrizac au 98,5





Patrick Roy et Ségolène Roederer de Québec Cinéma estiment que l'organisme ne pouvait faire autrement devant le sérieux des allégations. PHOTO AGENCE QM, MAXIME DELARD

Le gala du cinéma doit être rebaptisé

Le nom Jutra banni

La grande fête du cinéma québécois ne portera plus le nom de Soirée des Jutra. Après la publication hier du témoignage d'une présumée victime qui vient corroborer les allégations de pédophilie qui pesaient contre le cinéaste Claude Jutra depuis quelques jours, les organisateurs de la remise de prix ont finalement décidé de modifier le nom du gala.

Maxime Demers
@MDemersJDM



Le gala qui célèbre le meilleur du cinéma québécois depuis 18 ans aura donc un nouveau nom et un nouveau trophée, d'ici sa prochaine édition, qui a lieu dans seulement un mois (le 20 mars).

«Il fallait prendre une décision parce que la situation était intenable pour les gens qui travaillent sur le gala et pour les artistes qui vont y recevoir des prix», a expliqué hier en conférence de presse Ségolène Roederer, la directrice générale de Québec Cinéma (l'organisme qui organise le gala).

Lundi, les gens de Québec Cinéma avaient pourtant choisi de faire preuve de prudence après la sortie d'une biographie d'Yves Laver qui soutenait en quelques pages que Claude Jutra avait eu des relations intimes avec de jeunes garçons.

C'est la publication hier du témoignage d'une présumée victime du cinéaste dans *La Presse+* qui a forcé Québec Cinéma à changer son fusil d'épaule. La personne alléguée avoir été agressée dès l'âge de six ans par Claude Jutra, et ce, sur une période de dix ans.

«Le témoignage de cette victime présumée nous a amenés à prendre une décision plus rapidement, a souligné le président du conseil d'administration de Québec Cinéma, Patrick Roy.

«On a vite conclu qu'il fallait poser un geste et changer le nom du gala. C'est une décision qui a été acceptée à l'unanimité par les membres du conseil.»

QUE FAIRE MAINTENANT ?

Alors que certains (comme le producteur Roger Frappier) ont suggéré qu'il vaudrait peut-être mieux remettre le gala à plus tard, les gens de Québec Cinéma préfèrent aller de l'avant et maintenir la fête à la date prévue.

«On est bien conscients qu'on est à 35 jours du gala et que c'est énorme de faire un tel changement dans des délais aussi rapprochés, a admis Ségolène Roederer.

«L'important pour le moment est de trouver un nouveau nom pour le gala. Ce sera un nom qui sera provisoire, mais qui pourrait aussi être définitif pour les prochaines années. On va devoir prendre notre décision rapidement, mais on a déjà quelques idées. L'important est que ce prix repré-

sente bien la fierté des gens pour le cinéma québécois.»

La ministre de la Culture et des Communications, Hélène David, a salué hier la décision de Québec Cinéma de modifier le nom du gala. Elle a du même souffle invité les organisateurs de la remise de prix à faire preuve de prudence en choisissant le prochain nom du gala.

Sur ce point, les organisateurs ont précisé hier qu'ils n'avaient pas encore décidé si le gala portera le nom d'un autre cinéaste québécois.

AUX ÉCRANS CANADIENS AUSSI

Québec Cinéma n'est pas le seul organisme à avoir agi rapidement hier. Le gala des Écrans canadiens a fait savoir hier après-midi que son prix Claude-Jutra, qui récompensait le meilleur premier long métrage canadien de l'année, a aussi été rebaptisé.

«À la lumière des développements récents, l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision renommra son prix Claude-Jutra. Nous l'appellerons désormais le prix Écran canadien pour le meilleur premier long métrage», a déclaré le président de l'Académie au *National*, Martin Katz.

La Cinémathèque québécoise a aussi annoncé hier qu'elle changeait le nom de sa salle Claude-Jutra pour la renommer Salle de projection principale.

maxime.demers
@quebecormedia.com

514.599.5888
8016

Le mythe déboulonné

MAXIME DEMERS
Le Journal de Montréal

Peut-on dissocier l'homme de son œuvre? C'est une question qui a souvent été posée dans le passé, relativement à des actes monstrueux commis par de grands artistes comme Woody Allen, Roman Polanski ou Louis-Ferdinand Céline.

La question est inévitablement revenue sur le tapis hier alors que le cinéaste québécois Claude Jutra est passé de héros à zéro en l'espace de quelques jours à la suite des allégations de pédophilie qui pèsent contre lui.

«Quand on regarde dans l'histoire, on constate que pour le bien de l'art, on est souvent en mesure de dissocier l'homme de l'œuvre, a souligné la directrice générale de Québec Cinéma, Ségolène Roederer.

«Mais dans le cas qui nous concerne aujourd'hui, on parle d'un trophée qui portait le nom de quelqu'un. C'était donc problématique.

«Rien ne nous empêche de réexpliquer pourquoi ces prix ont été créés il y a 18 ans au nom de Claude Jutra et rien ne nous empêche de parler de son œuvre. Mais là, pour le nom des trophées et du gala qui portait son nom, on devait prendre une décision rapidement.»

L'ŒUVRE DEMEURE

Le directeur général de la Cinémathèque québécoise, Marcel Jean, a tenu quant à lui à insister sur le fait qu'en prenant la décision de changer le nom de sa salle Claude-Jutra, l'établissement ne reniait pas pour autant l'œuvre de Jutra.

«Pour nous, à la Cinémathèque, cette triste histoire ne change rien à l'œuvre de Jutra. *Mon oncle Antoine* et *À tout prendre* demeurent les œuvres importantes qu'elles ont toujours été.

«Mais en tant qu'institution qui a mis ce nom en valeur, on porte une responsabilité et il était important pour nous d'assumer cette responsabilité en agissant de façon à ne pas blesser davantage cette présumée victime pour qui nous avons beaucoup de tristesse et de compassion.»

ALLÉGATIONS Pédophilie

Une enquête réclamée par un spécialiste

SARAH BOUCHER
Le Journal de Québec

QUÉBEC | Michel Dorais, sociologue et spécialiste des agressions sexuelles commises sur les garçons, réclame la tenue d'une enquête policière portant sur les allégations de pédophilie qui pèsent contre le défunt cinéaste québécois Claude Jutra.

Rapporté hier, le témoignage de Jean (nom fictif), qui allègue avoir été agressé sexuellement par Claude Jutra dès l'âge de six ans, a fait réagir le professeur titulaire de l'École de service social de l'Université Laval. Cet expert étudie le domaine de la sexualité depuis plusieurs décennies.

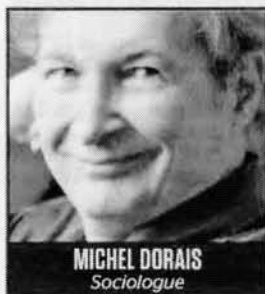
CRÉDIBLE

Il n'y a aucun doute pour Michel Dorais: le témoignage est bel et bien plausible et ne devrait pas être pris à la légère. «Dans ce que j'ai lu, je ne vois pas de choses qui permettraient de le remettre en question, et j'en ai fait, des enquêtes. J'ai arrêté de les compter», a affirmé l'expert.

Différents procédés peuvent être observés pour déterminer la crédibilité d'un témoignage d'une victime d'agression sexuelle, selon le professeur, qui n'a pu relever aucun d'eux. «On voit bien qu'il y a énormément d'émotion même si c'est rapporté par quelqu'un d'autre.»

C'est pourquoi la tenue d'une enquête est impérative, et ce, autant pour que soit dévoilée au grand jour la vérité sur les faits allégués que par respect pour les victimes qu'aurait pu faire Jutra.

La mise en place d'une petite équipe d'enquête permettrait surtout de faciliter aux victimes le processus de dénonciation. «[...] Ce n'est pas tout le monde qui va aller voir un journaliste», souligne-t-il.



MICHEL DORAIS
Sociologue



PHOTO COURTOISE

Mario Dubuc s'est mis à la peinture décorative par aérographe guidé par le défunt cinéaste Claude Jutra, qu'il avait rencontré lors du tournage du film *Mon oncle Antoine*, en 1970 à Thetford Mines.

«Je n'ai jamais rien su ou vu à ce sujet»

VALÉRIE GONTHIER
Le Journal de Montréal

Un des jeunes comédiens qui a joué dans le film *Mon oncle Antoine*, de Claude Jutra, a été estomaqué d'apprendre les récentes allégations de pédophilie visant le réputé réalisateur.

«C'a vraiment été une onde de choc d'apprendre ça. Je n'ai jamais rien vu ou su à ce sujet», a lancé hier Mario Dubuc.

Le film *Mon oncle Antoine* a été tourné à Thetford Mines en 1970. Une dizaine d'adolescents de la région ont été choisis afin d'y camper un rôle, dont M. Dubuc. Il jouait l'un des fils de la famille Poulin. Même après le tournage du film, il est resté en contact avec Claude Jutra.

«Il venait nous visiter à Thetford Mines, j'allais le voir à Montréal, souvent pour des jobs de postsynchronisation sur des productions», a-t-il dit.

Mais à la demande de ses parents, lorsqu'il se rendait dans la grande métropole, M. Dubuc n'était jamais seul. Il était en effet souvent accompagné de son ami de toujours, Jacques Gagnon, interprète de Benoit, l'un des personnages principaux dans *Mon oncle Antoine*.

«On avait environ 15 ou 16 ans, on dormait chez lui, on était bien traités. On n'a jamais rien vu de suspect ou de déplacé», a-t-il ajouté M. Dubuc.

MALAISANT ET TRISTE

À cette époque, il se doutait que Claude Jutra était homosexuel. Mais jamais il n'a pensé à la pédophilie.

«Je savais qu'il aimait les hommes... mais les petits gars?»

Non!» a-t-il dit.

Malgré tout, M. Dubuc avoue être très mal à l'aise avec toutes ces révélations concernant des allégations d'agressions sur de jeunes garçons.

«Je me demande pourquoi on déterre ça maintenant. Il est décédé depuis longtemps, il n'est plus là pour se défendre», a-t-il exposé, ajoutant ne jamais avoir été contacté par l'auteur de la controversée biographie sur Jutra, Yves Lever.

«En même temps, je trouve ça triste. Si tout ça est vrai et que des victimes sont aujourd'hui malheureuses à cause de lui, c'est très grave», a-t-il ajouté.

Mario Dubuc gardera malgré tout un bon souvenir des moments passés avec Claude Jutra. C'est d'ailleurs ce dernier qui l'avait encouragé à développer son côté artistique, plus jeune.

«Il m'avait fait entrer à l'Office national du film. Mes parents trouvaient que j'étais trop jeune. Mais Jutra m'encourageait à faire des films», se souvient-il.

UN GUIDE

Spécialiste de la peinture décorative par aérographe (aussi appelée *airbrush*), M. Dubuc explique que c'est grâce au réalisateur s'il s'adonne aujourd'hui à cet art.

«C'est lui qui avait vu mon talent. Il a été un guide pour moi», a-t-il épliqué.

Malgré tout, il trouve raisonnable que son nom ne soit plus associé au domaine public.

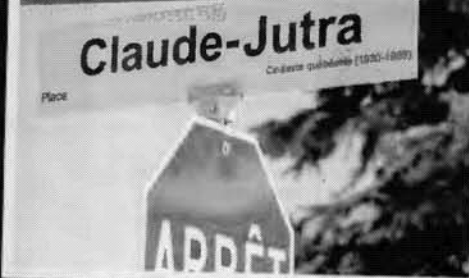
«C'est malheureux pour lui, mais si ça représente l'image d'un pédophile, ça ne peut pas rester ainsi», a-t-il dit.

DES LIEUX À RENOMMER

SAINT-BRUNO-DE-MONTARVILLE



REPENTIGNY



LE PLATEAU, À MONTRÉAL



Ce que devront faire les résidents...

Postes Canada devrait être avertie par les villes pour diminuer les désagréments.

Mais il leur faudra tout de même changer leur adresse auprès:

- ▣ Des gouvernements du Québec et du Canada
- ▣ De leur employeur
- ▣ De leur institution financière
- ▣ De leurs assurances
- ▣ D'Hydro-Québec et de leur fournisseur de câble, d'internet et de téléphone
- ▣ De tous les journaux, magazines ou autres produits auxquels ils sont abonnés



Plus rien au nom de Claude Jutra

Huit noms de rues et parc au Québec seront changés

Le nom de Claude Jutra va entièrement disparaître du domaine public puisque la Commission de toponymie demande à toutes les villes qui ont un parc ou une rue au nom du défunt cinéaste de les renommer.



«Nous allons appeler toutes les municipalités concernées pour leur demander de modifier le nom en regard des informations parues dans les médias concernant Claude Jutra. À terme, tous les noms portant Jutra seront changés», a confirmé le porte-parole de la Commission de toponymie du Québec, Jean-Pierre Le Blanc.

La Commission a pris cette décision à la suite d'allégations de pédophilie rapportées au cours des derniers jours dans une biographie consacrée au célèbre cinéaste.

Les propos ont été appuyés d'un témoignage accablant d'une des présumées victimes de M. Jutra paru dans *La Presse* + hier.

HUIT LIEUX À CHANGER

Les organisateurs de la Soirée des Jutra ont aussi annoncé que le nom du gala de célébration du cinéma québécois serait modifié, à la suite d'un appel en ce sens hier matin de la ministre de la Culture, Hélène David.

La Cinémathèque renommra également sa salle de projection.

Le Québec compte huit rues et parcs Claude-Jutra ou Jutra dans les villes de Montréal, Québec, Lévis, Candiac, Saint-Bruno-de-Mon-

tarville, Repentigny et Blainville.

Les quatre premières villes ont annoncé hier matin sans tarder qu'elles changeraient la toponymie. Ce processus pourrait prendre un certain temps.

«On ne va pas défendre l'indéfendable. Je suis tout à fait d'accord qu'on enlève le nom du gala et qu'on efface de la toponymie montréalaise», a insisté le maire Denis Coderre.

CHANGEMENT RARE

L'appellation d'un parc situé dans l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal, ainsi que d'un croissant à Rivière-des-Prairies, sera changée.

Dans les autres villes, ce sont des rues et une place qui seront renommées.

La Commission de toponymie ne peut pas imposer le changement de nom aux villes, mais puisque quatre municipalités ont annoncé qu'elles feraient la modification, le porte-parole estime que les autres villes emboîteront le pas.

«Ce serait surprenant que les villes s'y opposent, c'est très rare que l'on enlève un nom à la suite d'une controverse, qu'on "désofficialise" une toponymie», soutient M. Le Blanc.

—Avec la collaboration d'Améli Pineda



Nathalie Théorêt, résidente de la rue Jutra à Candiac, appuie la décision de la Ville de retirer le nom du cinéaste (dont la photo est en mortaise). PHOTO MARIE-ÈVE DUMONT

marie-eve.dumont@quebecormedia.com 514.599.5888 8033

Des résidents applaudissent son retrait

MARIE-ÈVE DUMONT
Le Journal de Montréal

De nombreux résidents de la rue Jutra à Candiac appuient le retrait de nom du cinéaste disparu, même s'ils se retrouveront devant une tonne de papiers pour changer d'adresse.

«Nous, tout ce qu'on a à faire, c'est de changer nos papiers, on n'a pas eu à vivre les atrocités qu'il [Claude Jutra] a fait subir à ses victimes, c'est un moindre mal», a insisté Nathalie Théorêt, résidente.

M^{me} Théorêt et ses voisins ainsi que les résidents des six autres rues nommées Claude-Jutra ou Jutra au Québec devront faire leur changement d'adresse comme s'ils déménageaient.

La grandeur de son œuvre n'efface pas les actes qu'il a commis selon Louissette Duclos, une autre résidente.

«Peu importe ce qu'il a écrit ou fait, ça n'enlève pas le fait qu'il était un pédophile. C'est dégueulasse, qu'on enlève ça au plus vite», a-t-elle lancé.

«On vit tellement dans une société malsaine. Il faut faire valoir les vraies valeurs, on ne peut pas tolérer et célébrer des gens qui abusent d'enfants», a ajouté Monique Thibault, une voisine.

Mais pour Sylvain Taillon, un autre résident, tout le travail qu'il aura à faire pour changer d'adresse est beaucoup plus important à ses yeux, que la valeur associée à un nom de rue.

«Pour tout le trouble que ça va nous occasionner, je ne trouve pas que ça vaille la peine. C'est juste un nom de famille, ce n'est pas comme une école ou un arène, c'est juste une petite rue», a-t-il soutenu.

Voir autres textes
dans la section
Spectacles en
pages 40 et 41

Claude Jutra : l'œuvre et l'homme



**MATHIEU
BOCK-CÔTÉ**

Blogueur
au Journal

Sociologue, auteur et chroniqueur

En quelques jours, la réputation de Claude Jutra est passée de génie à salaud. C'était un géant du cinéma québécois. En son nom, on avait baptisé les prix qui viennent récompenser ses artisans.

Mais un historien, Yves Lever, est venu nous révéler la part sombre du personnage: il aimait les jeunes hommes. C'était un pédéraste.

Un témoignage est venu aggraver son cas: il s'est rendu coupable de pédophilie en multipliant les attouchements sur un jeune de six ans.

L'opinion s'est enflammée. Il faut débaptiser les prix qui portent son nom et les places publiques qui l'honorent. La ministre de la Culture l'a aussi proposé et Québec Cinéma a obtempéré.

Denis Coderre s'est engagé à agir rapidement en ce sens. D'autres maires feront de même.

Certains défendent Jutra timidement. Ils nous invitent à la prudence en attendant que l'enquête se confirme avant de trancher.

CÉLINE

Cette polémique nous ramène à une question jamais réglée: dans quelle mesure peut-on distinguer l'œuvre de l'artiste?

Une création de génie peut-elle être

l'œuvre d'un salaud ou, du moins, d'un homme qui s'est rendu coupable de choses répréhensibles, ou même, simplement odieuses?

Le cas d'école, en la matière, c'est celui de Louis-Ferdinand Céline. L'auteur du *Voyage au bout de la nuit* a révolutionné la littérature française. C'est un écrivain d'exception. Tous reconnaissent son génie.

C'était aussi un raciste et un antisémite qui a publié contre les Juifs des pamphlets dignes d'un fou furieux.

Peu à peu, on a appris à distinguer l'œuvre de l'homme. On peut lire Céline sans être suspecté d'embrasser ses passions morbides.

On peut penser aussi à Henry de Montherlant. Son cas est plus complexe. C'est un écrivain à la plume splendide. Un classique au milieu de vingtième siècle. Ses romans, ses carnets, son théâtre mériteraient d'être redécouverts.

Mais son œuvre est aussi empreinte de misogynie.

Faut-il pour autant fermer ses livres à jamais et s'interdire l'émerveillement devant son style et ses traits de génie?

On pourrait ajouter d'autres noms. Aragon, le poète, avec son *Ode à Staline*. Heidegger, le philosophe, un temps tenté par le nazisme. Roman Polanski, qui a sodomisé une gamine. Chaque fois, c'est le même dilemme.

INDÉFENDABLE

Il ne s'agit pas de défendre l'indéfendable. Il s'agit de ne pas renier ce qui ne peut être renié.

On ne peut désormais effacer de la mémoire de Claude Jutra ce que nous



PHOTO D'ARCHIVES

En quelques jours, la réputation de Claude Jutra est passée de génie à salaud

venons d'apprendre sur lui. Elle est désormais marquée au fer rouge. On ne peut non plus décider de gommer ses films de la culture québécoise, comme s'ils n'existaient plus.

Débaptiser les lieux qui l'honorent, c'est une chose. Annoncer que ses films sont désormais à proscrire, c'en est une autre.

Un artiste exceptionnel qui a commis des crimes impardonnables ne mérite pas de passe-droit. Il n'en demeure pas moins un artiste exceptionnel.

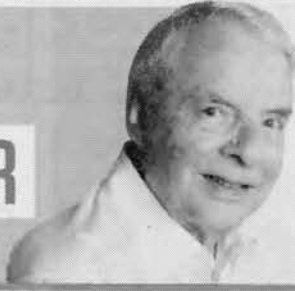
L'humanité est affreusement insupportable. Capable du meilleur et du pire. Et cela, à travers le même homme.

mathieu.bock-cote
@quebecormedia.com

@mbockcote

GUY
FOURNIER

guy.fournier
@quebecormedia.com



Je n'aurais pas voulu écrire cette chronique

C'est la mort dans l'âme que je me rends à l'évidence, puisqu'il y a désormais évidence. Les révélations de cet homme qu'on a prénommé «Jean» pour respecter son identité me paraissent crédibles, car elles sont corroborées par Louise Rinfret. Actrice, scénariste et collaboratrice de Claude Jutra pour son film *La dame en couleurs*, Louise travaille maintenant auprès des victimes de violences sexuelles. Elle connaît donc les conséquences pour un enfant dont on abuse.

Fallait-il qu'Yves Lever entr'ouvre cette «canne de vers» dans sa biographie de Jutra? Pourquoi lui et Boréal ont-ils préféré des propos ambigus, alors qu'ils semblaient connaître les faits révélés hier? Par pudeur? J'en doute, puisque ces quelques pages et l'emploi du mot pédophile condamnaient déjà le réalisateur, mort depuis 30 ans. Par calcul? Pour que le mystère se prolonge et favorise la vente du livre? Je n'ose pas y croire, mais...

QU'EST-CE QUI CHANGERA ?

Les propos de Lever et la révélation qu'ils ont suscitée ne changeront malheureusement pas grand-chose à la vie de la victime. On répétera que sa dénonciation en incitera d'autres à suivre son exemple. Je le souhaite, mais je n'en suis pas si certain.

Le doute, le regard des autres sur soi, le sentiment de culpabilité, la crainte que la honte rejaille sur toute sa famille et la réaction démesurée des médias et des réseaux sociaux, tout cela risque d'inhiber encore longtemps les victimes. Si seulement l'affaire Jutra pouvait faire comprendre aux adultes à qui se confie un enfant qu'il faut prendre au sérieux ses propos, quelle que soit la renommée de l'agresseur.

UN GRAND DÉSORDRE

Je ne blâme pas les proches à qui «Jean» avait confié son terrible secret au moment de la mort de Jutra, mais leur silence a fini par créer un immense désordre public. Aujourd'hui, il faut déboulonner les monuments, débaptiser les rues, les parcs, les salles et les trophées. On se lance dans le révisionnisme, et comme au Québec la fureur publique ne fait jamais les choses à moitié, on mettra sans doute en quarantaine des films comme *Il était une chaise*, *Mon oncle Antoine*, *Kamouraska* et tous les autres.

LA VÉRITÉ N'EST PAS FACILE

Voilà qui devrait faire réfléchir pour longtemps tous ces zélés intempestifs, élus ou non, qui sont en mal de héros et n'attendent que la mort d'une personnalité pour réclamer des funérailles nationales et lui élever des statues.

Si je ne voulais pas écrire cette chronique, c'est que la vérité fait très mal. Par ses actes, Claude Jutra a aussi abusé de ses propres amis. Sans l'avoir voulu, il nous a trahis. Comme disait Alexandre Jardin dans une entrevue à la SRC après la parution de son livre *Des gens très bien*: «Toutes les familles qui ont un pédophile, ou qui traînent un énorme merdier comme ça, et qui se taisent sont des familles qui meurent et tous les pays qui n'arrivent pas à vivre avec la vérité sont des pays qui meurent.»

C'est bien la dernière chose que je souhaite au Québec et aux amis de Claude Jutra.

TÉLÉPENSÉE DU JOUR

Bleu nuit reprend du service à la chaîne Prise 2. La télé a bien changé: aujourd'hui, ce genre de films passe à l'heure du souper.

Les Jutra changent de nom

Québec Cinéma réagit à la suite du témoignage d'une présumée victime

La Presse Canadienne

MONTRÉAL – Le dévoilement, mercredi, de la pièce manquante aux allégations de pédophilie visant Claude Jutra, soit le témoignage d'une présumée victime agressée à partir de l'âge de six ans, a finalement mené à une révision complète de la place du cinéaste québécois dans l'espace public.

Québec Cinéma a annoncé dans les heures suivantes le retrait du nom de Claude Jutra du gala annuel et des prix qui récompensent les artisans du milieu cinématographique.

« C'est évident que la lecture de l'article du quotidien *La Presse* », le témoignage d'une victime présumée, nous a amenés à prendre une décision beaucoup plus rapidement », a reconnu le président du conseil d'administration de l'organisme, Patrick Roy, en conférence de presse mercredi après-midi.

L'organisme avait mis sur pied un « comité de sages » dans la foulée de la publication, mardi, d'une biographie du défunt cinéaste, mais dont les allégations ne reposaient que sur la foi de témoins anonymes.

« On avait choisi de prendre un peu de recul parce que les éléments qui étaient relatés dans le livre ne nous semblaient pas suffisants pour prendre une décision »,

a indiqué M. Roy, précisant que ce comité n'avait pas eu l'occasion de se réunir à court terme, puis que la publication de l'article par *La Presse* a précipité les événements.

« Je n'ai pas le goût de me questionner sur la véracité de ce témoignage-là. Ça me semble tout à fait crédible et c'est quelque chose qui m'a profondément ébranlé », a indiqué M. Roy pour expliquer la rapidité avec laquelle la décision a été prise.

Le « comité de sages », auquel participe l'ex-juge Suzanne Culp, demeurera en fonction pour accompagner l'organisme dans les prochaines démarches, a indiqué M^{me} Roederer.

Dans la foulée, mais de façon beaucoup plus discrète, l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision a également confirmé à *La Presse Canadienne* qu'elle retirait le nom de Claude Jutra du prix décerné à un réalisateur pour reconnaître l'excellence d'un premier long métrage. Ce prix est octroyé dans le cadre des prix Écrans Canadiens, autrefois connus sous l'appellation des prix Génie.

Plus tôt mercredi, la ministre de la Culture et des Communications du Québec, Hélène David, qui avait demandé à Québec Cinéma de retirer le nom de Claude Jutra, jugeant la situation « intenable »,



Le nouveau nom du gala sera décidé « très rapidement », a assuré la directrice générale de Québec Cinéma, Ségolène Roederer, accompagnée de Patrick Roy. — MARTIN CHAMBERLAND, LA PRESSE

a aussi demandé à la Commission de toponymie du Québec de lui fournir la liste de tous les lieux publics portant le nom de Claude Jutra afin que les municipalités soient en mesure de la consulter et décider si elles maintiendront ou non les désignations au nom du cinéaste.

LES MUNICIPALITÉS EMBOÎTENT LE PAS

Le maire de Montréal, Denis Coderre, a annoncé dès mercredi matin à l'occasion de la réunion du

comité exécutif de la Ville qu'un parc portant le nom du cinéaste sur le Plateau Mont-Royal, à l'angle des rues Clark et Prince-Arthur, serait renommé, de même qu'une rue dans l'arrondissement Rivière-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles.

« À la lumière de ce qu'on voit ce matin, j'ai toujours dit qu'il ne fallait pas défendre l'indéfendable de toute façon et qu'il fallait réagir promptement, mais de façon factuelle », a déclaré le maire en soutien à la décision de la Ville.

Les maires de Québec et de

Lévis, Régis Labeaume et Gilles Lehoullier, ont également annoncé mercredi que les rues portant le nom Claude-Jutra dans leur municipalité – il y en a une dans chaque ville – seraient renommées.

En fin de journée, la Ville de Saint-Bruno-de-Montarville a indiqué qu'elle entreprenait un processus pour retirer le nom Claude-Jutra de son territoire. La Ville modifiera le nom de la rue Claude-Jutra lors de la prochaine séance du conseil municipal, le 14 mars.

ABUSE SCANDAL

Jutra legacy now a descent into disgrace

Director's long list of honours is suddenly scrubbed from record in just 24 hours, 30 years after his death, over pedophilia allegations

LES PERREAUX MONTREAL

Few legendary figures have fallen so quickly and so completely. Merely 24 hours after the official publication of the first explosive allegation of child abuse against the Canadian cinematic pioneer, the film industry and governments started scrubbing the name Claude Jutra from every trophy, park and street.

Mr. Jutra, arguably Canada's first great film director who died 30 years ago knowing only acclaim, will have his name removed from the awards gala that bears his name when the Quebec film industry hands out its version of the Oscars next month, officials from Québec Cinéma announced Wednesday. They were among the last in line to decree that the name Jutra would be stripped from the properties named in his honour.

A biography of Mr. Jutra published Tuesday accused the film director of being a pedophile, but contained few details. It was the explosive first-hand account published Wednesday - of a man who said he was sexually abused by Mr. Jutra over 10 years, starting at the age of 6 - that triggered the race to run away from the director's legacy.

"We were all extremely distressed to read the account of this brave person," said Patrick Roy, president of Québec Cinéma, in announcing it would drop the Jutra name. "It certainly allowed us to reach our decision much more quickly. The person's story seems entirely credible and is very upsetting."



Awards, parks and streets will be renamed in the wake of allegations that Claude Jutra sexually abused young boys. DENNIS ROBINSON/THE GLOBE AND MAIL

The Jutra Award handed out by the Academy of Canadian Cinema & Television for best first feature film will also be renamed.

Montreal Mayor Denis Coderre and municipal officials across

Quebec said they would immediately begin the process of removing Mr. Jutra's name from at least eight streets and parks. "I've always said you can't defend the indefensible," Mr. Coderre said.

Pierre Curzi, an actor and one-time Parti Québécois member of the legislature, questioned the sudden haste of elected officials to wipe out Mr. Jutra's name. On Tuesday, provincial Culture Minister Hélène David had advised caution over the allegations; by Wednesday, she urged everyone to strip the Jutra name from every honour.

"I don't defend his behaviour," Mr. Curzi said. "The evidence seems credible. Normally, there'd be a complaint and a trial and we'd get to the bottom of it. Obviously, there will be no justice for anyone in this affair. But to me, this rush to remove the name at all costs from everything is too much. I understand this is behaviour we no longer tolerate, but these things were named for the man's work, not his sexual behaviour."

Renaming the film awards and gala only makes sense, Mr. Curzi added. "It's a prestigious award. You don't want its reputation tarnished, to carry that image every time it's handed out," he said.

Friends who had rallied to defend Mr. Jutra were shattered. "I'm dumbfounded and very sad," said Guy Fournier, an author, screenwriter and long-time friend. "Unfortunately, Claude's sexual perversion seems to be true."

In the biography, Yves Lever wrote it was common knowledge on film sets that Mr. Jutra, who killed himself at 56 after being diagnosed with Alzheimer's, had a taste for young boys, but that it was tolerated in the industry. He later added details

not in the book, saying he had confirmed Mr. Jutra's pedophilia with at least 10 people.

On Tuesday, La Presse published a first-hand account of a man, speaking on condition of anonymity, who said the film director started sexually touching him in the 1960s, when Mr. Jutra was in his late 30s and the man was six years old. The sexual assaults took place at the family home, escalated for the next 10 years and included oral sex and masturbation, he said. "It was his ritual when he would come over," the man said.

The man said he was addicted to alcohol and drugs and sought treatment for victims of sexual abuse. He also had a criminal record for drunk driving and shoplifting. "He was a boy who never became a man because he was never protected by his parents," a sister said.

The man's family confirmed he first came to them with the allegation shortly after Mr. Jutra died in 1986, but it remained a family secret until the publication of the biography on Tuesday. Critics attacked the author, Mr. Lever, for making an incendiary accusation on assertion and vague evidence, but the emergence of a purported victim put an end to most debate.

Mr. Jutra directed the Canadian masterpiece *Mon oncle Antoine* and *Kamouraska*, starring Geneviève Bujold, along with dozens of other films and documentaries. He was named to the Order of Canada in 1972, but as a Quebec separatist, he rejected the award.

ERASING JUTRA

Quebec movie awards to be renamed, Montreal to remove traces of filmmaker from public spaces **A3**



Jutra sex abuse allegations transform hero into villain

GRAEME HAMILTON

When Yves Lever set out to write his biography of the late Quebec filmmaker Claude Jutra, he knew he was tackling a "mythic, larger-than-life" subject.

"What I wanted to see is, who was the man behind the myth, the man behind the works of art?" Lever told the National Post.

The answers he uncovered and published this week — that Jutra was a serial sexual abuser of children — have shaken Quebec and almost overnight transformed a cultural hero into a villain.

On Wednesday, after *La Presse* expanded on Lever's findings with a victim's account of the abuse inflicted by Jutra when he was a young boy, there was a stampede by arts groups and politicians to dissociate themselves from the Jutra name.

Québec Cinéma, the industry group responsible for the annual Jutra awards recognizing excellence in Quebec cinema, announced that the name is being changed immediately. "I was, like all members of the board of directors of Québec Cinéma, profoundly upset as I read the victim's account," the organization's president, Patrick Roy, told a news conference.

With the next awards gala scheduled for March 20, and the artistic community balking at strolling the red carpet at an event named for



Claude Jutra was an alleged sexual abuser of children. **BRIAN MCINNIS**

an alleged pedophile, the organization said it had no choice but to act swiftly.

Quebec Culture Minister Héléne David had called for the name change Wednesday morning. "I really think, considering the totally intolerable side of a criminal act, we absolutely have to ask that the Jutra name be changed," she told reporters in Quebec City.

She also wants streets and parks honouring Jutra to be renamed. Montreal Mayor Denis Coderre announced Wednesday that the city will rename Parc Claude-Jutra in the city's Plateau Mont-Royal neighbourhood, where a sculpture

commemorating Jutra is installed. The mayors of Quebec City and Lévis also said they plan to change the names of streets honouring Jutra.

And the Canadian Screen Awards, which since 1993 have handed out the Claude Jutra Award to the best debut film director, announced that his name will no longer be attached to the prize.

Lever, a film critic and retired college teacher, revealed in the book that Jutra regularly had sex with boys aged 14 and 15. Jutra, who killed himself in 1986 at age 56, was open about his homosexuality, but his attraction to teens was a secret, Lever wrote. During

the shoot for Jutra's classic *Mon oncle Antoine*, "certain teenagers on the set benefited from a completely special relationship with the director," Lever wrote.

Lever did not identify or quote the victims, but on Wednesday *La Presse* reported that a man said Jutra began abusing him as a child, and the abuse lasted 10 years.

The alleged victim, whose parents were friends with Jutra, said Jutra began with long bedtime hugs and later would stroke his penis as he lay in bed. After he reached puberty, he told the newspaper, Jutra would masturbate him and perform oral sex.

He said the abuse ended when, at age 16, he slapped Jutra as the filmmaker tried to make the teen perform oral sex. Shortly afterward, he moved out of his home. The man, whose name was not published, said he was scarred by the abuse, turning to alcohol and drugs and committing petty crimes.

But he only told his family after Jutra's death, and he never went public until this week. "It was probably because of the name 'Jutra' and what it represented," he told *La Presse*.

Roy said Wednesday was a sad day for the victims of Jutra's abuse and for the now-tarnished memory of a celebrated artist. "This man is an icon of Quebec culture, so to discover this 30 years after his death is a dramatic event," he said.

Sécolène Roederer, Québec Cinéma's general manager, said learning of Jutra's secret past has affected all of Quebec.

"I think we are truly in mourning," she said.

National Post
ghamilton@postmedia.com
Twitter.com/grayhamilton

Coderre: Park, street names to be removed

LINDA GYULAI

The city of Montreal will remove the name of Claude Jutra from the park and street that bear his name in the wake of sex allegations that have come to light against the deceased Quebec filmmaker.

"I always said you shouldn't defend the indefensible in any way and you have to react promptly but in a factual way," Mayor Denis Coderre said at an executive committee meeting on Wednesday morning.

"And I think there's no doubt on this."

A Claude-Jutra Crescent in Rivière-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles borough will be renamed, he said. "We're going to look at that with the (borough) mayor."

The city will also replace the name on a park in Plateau Mont-Royal borough that is under the city's jurisdiction, Coderre said. "So we'll withdraw the name of this park and find another that reflects well what is Montreal."

He did not mention consulting with the local borough mayor on that change.

A new biography by Yves Lever that was released on Tuesday includes accounts from unidentified friends of Jutra who allege he slept with 14- and 15-year-old boys, and possibly one as young as 13.

lgyulai@postmedia.com
twitter.com/CityHallReport

BBC considering scrapping channel-based structure in radical shakeup

Options such as BBC3 merging with Radio 1 to create a new youth division is among many changes as the corporation looks to reduce costs



Decreases in licence fee income and the cost of providing free TV licenses for the over 75s means the BBC has to make savings of around £550m. Photograph: EPA

Jasper Jackson

The BBC is considering scrapping its decades-old channel and radio station-based structure in a radical shakeup which would see a cull of executive posts.

The plans are being looked at as part of attempts to reduce management layers to help fund cuts of more than £550m a year due to decreases in licence fee income and the cost of providing free TV licenses for the over 75s.

Senior executives are understood to want a "content-first approach" more similar to output from BBC children's and sport divisions, rather than one based on how and where people watch or listen.

While the BBC is dedicated to keeping its channels and stations on the air, executives believe that rapid changes in the way people consume BBC content means a new structure would be more appropriate as well as save money.

The BBC1 and BBC2 controller roles were scrapped earlier this year in a surprise move that saw BBC1 boss Charlotte Moore handed responsibility for TV output. The corporation is also thinking about not replacing BBC director of television Danny Cohen, whose role has been carried out on an interim basis by Mark Linsey since last November.

The plans could also reportedly see BBC3, which goes online on Tuesday, merged with Radio 1 to create a new youth division.

Scrapping the channel and station structure, which has focused on providing distinctive programming on different outlets, would have a significant effect on the way the BBC commissions content. However, the corporation is already preparing major changes to commissioning with the launch of a standalone production arm, BBC Studios, and the opening up of more programming to the independent sector.

The BBC said it was looking at various options for reforming the BBC's structure, but would not confirm what plans were being considered.

A spokesperson said: "Everyone knows we are looking at the BBC's structure to make sure we are fit for the digital age. There has already been a lot of speculation about our future shape and there will no doubt be plenty more, but when we've got something to announce we'll do so."

BBC's Jimmy Savile abuse report to be published next week

Dame Janet Smith has delivered her report to the corporation's director general, Lord Hall, which is expected to be published on 25 February



Dame Janet Smith, who has reviewed the culture and practices of the BBC during the years that Jimmy Savile worked there. Photograph: PA

Paul Revoir

The long-awaited report into sexual abuse at the BBC, prompted by the Jimmy Savile scandal, has been delivered to the corporation and will be published by the broadcaster next week.

Large sections of an early version of Dame Janet Smith's review were leaked at the end of last month, revealing Savile had abused girls and boys "in virtually every corner" of the BBC's premises. In the draft document, Smith also suggested that people at the BBC are still reluctant to complain and that a sexual predator could be, even today, working at the corporation.

Smith had claimed that the document that had been leaked was out of date and that significant changes had been made to its content and conclusions.

A short statement from the review said on Monday: "Dame Janet Smith's completed report was delivered by her to the corporation's director general, Lord Hall, who received it on behalf of the BBC's executive board, this afternoon.

"The report is expected to be published by the BBC Trust on 25 February 2016. The arrangements for publication will be announced by the BBC."

The draft report, compiled by Smith, a former court of appeal judge, was published by investigative news site Exaro last month. It said there was no evidence that reports of abuse "reached the ears or the desk" of bosses, but that it highlighted how warnings about Savile had been missed.

Evidence of "inappropriate physical sexual conduct" by Savile was reported by 45 victims, including a woman who had been nine years old at the time. The document also reported evidence that BBC staff had allegedly advised victims of Savile not to report his abuse.

The leaked material also suggested there had been "wake up calls" that sexual misconduct was going on at the studios of Top of the Pops, but this had been brushed aside.

The review was set up following the Savile scandal in 2012, but its publication has been repeatedly delayed.

S4C: Welsh broadcaster £74.5m grant ringfenced by BBC Trust

Ministers have also pledged to continue current level of funding until after government has reviewed BBC's charter



Nia Roberts and Richard Harrington in *Hinterland*, a joint production by S4C and the BBC. Photograph: Christopher Thomond for the Guardian

Kevin Rawlinson

The Welsh language broadcaster S4C has been saved from BBC budget cuts after the BBC Trust chairman Rona Fairhead agreed to protect its licence fee funding until 2018.

In a letter to the channel's boss, Fairhead said she was pledging to continue providing the £74.5m per year from the BBC for the 2017-18 financial year in order to provide stability while the government reviews the broadcaster's wider future.

Ministers have also promised to protect the £6.8m grant they give the channel until the end of the 2016-17 financial year, at which point it will be reviewed.

The S4C authority's chairman Huw Jones said the deal was a "positive and practical step", while independent television firms said the deal was reassuring.

Iestyn Garlick, the chair of the Welsh independent producers group Teledwyr Annibynnol Cymru (TAC), said the deal was "exactly what TAC has been asking for, and we can now look forward to next year's review in the knowledge that S4C will in the meantime have the funding to maintain its current service".

In her letter, Fairhead wrote: "I am delighted that we can provide stable funding for Welsh language broadcasting on S4C during this important time for the channel." Elan Closs Stephens, BBC trustee for Wales, said: "In the next charter period, we hope to set the foundations for a renewed relationship with S4C and the continuation of high-quality Welsh language programmes for audiences across Wales."

According to the trust, the funding provision was in addition to the 520 hours of programming provided by the BBC to S4C each year.

Earlier this month, the department for culture, media and sport said it was guaranteeing the channel's grant and would provide a further £400,000 to ensure "financial stability" during the review.

Fwd: Highlights Saturday March 12, 2016 / Samedi 12 mars 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:34 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
Date: 2016-03-12 13:35 GMT-05:00
Subject: Highlights Saturday March 12, 2016 / Samedi 12 mars 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>**Highlights Saturday March 12, 2016 / Samedi 12 mars 2016****La Presse****Le projet que l'on veut enterrer
Lettre à la ministre Joly**

Notre chroniqueur presse la ministre de sauver un audacieux projet de réaménagement que Radio-Canada veut enterrer.

Madame la Ministre du Patrimoine,

Je vous suis très intéressée par le processus de déménagement de Radio-Canada. Un processus qui vise à vendre la grande tour et redéployer ailleurs les services du diffuseur, possiblement au centre-ville.

Ce processus, on vous le présente comme inévitable. Mais me permettez-vous d'attirer votre attention sur un projet alternatif, beaucoup plus intéressant à mon avis, qu'on semble avoir balayé sous le tapis ?

François Cardinal**www.cbc.ca, Friday March 11, 2016****CBC responds to comments complaint by francophone group**

CBC management doesn't plan to make any immediate or major changes to its online comments policy in the wake of a complaint by a group of prominent New Brunswick francophones over what they considered hateful attacks on the province's French-speaking community.

Brodie Fenlon, CBC's senior director of digital news, does say in a statement issued Friday that "more changes are needed, and will come."

Bobbi-Jean MacKinnon, CBC News**www.acadienouvelle.com, vendredi 11 mars 2016****Propos antifrancophones: la réponse de CBC**

Monsieur,

Je voudrais tout d'abord vous remercier de nous avoir fait part de vos préoccupations.

En ce qui concerne les points précis que vous soulevez dans votre lettre, sachez que nous examinons de près chacun des commentaires que vous avez portés à notre attention.

...À CBC, nous avons à cœur la diversité d'opinions tout comme la diversité linguistique et culturelle du Canada. CBC a le mandat et l'obligation, en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, d'offrir un éventail de points de vue sur des préoccupations et des questions controversées d'intérêt public.

Brodie Fenlon Premier directeur, Nouvelles numériques**www.acadienouvelle.com, vendredi 11 mars 2016****Commentaires francophobes: la CBC ne changera pas ses méthodes**

La CBC répond à la lettre signée par quelque 120 leaders et citoyens acadiens, qui lui demandait de mieux contrôler les commentaires francophobes sur son site web. La société d'État dit prendre bonne note de la grogne, mais ne s'engage pas à changer ses pratiques.

...Jody Carr invite les anglophones à dénoncer

Le député conservateur d'Oromocto-Lincoln-Fredericton et ancien ministre de l'Éducation en a assez des commentaires souvent disgracieux laissés par les internautes sur la CBC.

...Certaines personnalités telles que Kelly Lamrock, Michael Murphy et David Coon se sont affichées publiques en faveur de cette initiative et devraient apposer leur nom à la future lettre.

...Plus tôt vendredi, l'Anglophone Rights Association of New Brunswick et la Citizen Action Team of NB ont publié une lettre demandant à la CBC de ne pas apporter de changement à sa politique encadrant sa section de commentaires.
www.acadienouvelle.com

www.acadienouvelle.com, **vendredi 11 mars 2016**

CBC, terre des antifrancophones (bis)

Pas moins de 120 personnes ont cosigné la plainte de Me Michel Doucet à l'endroit de la CBC cette semaine. Et pas n'importe qui! De simples citoyens engagés, mais aussi des personnalités publiques, des nationalistes, des maires, des sénateurs, des juristes, un recteur et un ancien juge de la Cour suprême du Canada ont apposé leur signature. ...Cent-vingt Acadiens ont parlé d'une voix forte. La réponse de la CBC n'a pas été à la hauteur. Le site web de la CBC était hier une terre d'accueil pour tous ceux qui se cherchent une tribune pour cracher leur mépris des francophones. C'est encore le cas aujourd'hui. La seule différence, c'est que la CBC baisse désormais ouvertement les bras devant cet état des faits.

Éditorial François Gravel

ici.radio-canada.ca, **vendredi 11 mars 2016**

Propos francophobes : CBC promet plus de rigueur

Interpellée par la Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) qui s'inquiète de la stigmatisation des francophones dans les tribunes numériques de CBC, la société d'État explique qu'elle fait tout pour garantir la libre expression, tout en bannissant les propos insultants et haineux.

« Le rôle du diffuseur public est d'encourager le dialogue et la compréhension entre les Canadiens et les Canadiennes. CBC nuit à cet objectif lorsqu'elle tolère des commentaires qui ont pour effet d'insulter les francophones et d'inciter à la haine envers eux », écrivait jeudi la FCFA dans un communiqué.

ici.radio-canada.ca

ici.radio-canada.ca, **vendredi 11 mars 2016**

Propos francophobes : la FCFA juge la réponse de CBC contradictoire

La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA) juge que la réponse de CBC, au sujet des commentaires francophobes, est contradictoire.

« Ils disent d'abord que les pseudonymes permettent aux gens de s'exprimer plus librement, mais ils disent aussi dans le premier paragraphe de la lettre qu'ils vont agir avec plus de rigueur pour contenir les commentaires haineux », affirme la présidente de la FCFA, Sylviane Lanthier.

ici.radio-canada.ca

Le Devoir

NOUVEAU-BRUNSWICK

Front commun contre les propos francophobes

Une centaine des francophones demandent à la CBC de supprimer de son site les commentaires haineux

L'ancien juge de la Cour suprême Michel Bastarache et une pléiade d'autres personnalités francophones du Nouveau-Brunswick demandent au réseau CBC de ne plus contribuer à ce qu'ils estiment être du « francophones bashing ». Ils déplorent que le site Internet de la société d'État publie fréquemment des commentaires de citoyens haineux à l'endroit des Acadiens qui ne sont retirés que lorsqu'une plainte est déposée.

...Un retrait jugé insuffisant

Brodie Fenlon, le directeur des médias numériques pour le réseau CBC, a assuré au groupe par écrit vendredi que les commentaires identifiés seront supprimés.

...C'est d'ailleurs un sénateur conservateur, Percy Mockler, outré et enflammé, qui a mis Le Devoir au parfum de la situation.

Hélène Buzzetti

www.nsnews.com, **Friday march 11, 2016**

Taxing belief

Amnesty sounds like a good thing – when it's handed out to refugees or political prisoners for instance. But we're bewildered to learn Canada recently gave amnesty to millionaire tax cheats.

More than two dozen fraudsters, all of them clients of KPMG accounting, were caught sidestepping the Canadian Revenue Agency by stashing at least \$130 million in an Isle of Man tax haven.

...The bright side in all this is the tax avoiders are back on the CRA's radar, injecting millions into Canada's coffers, thanks in no small part to a CBC news report.

Remember that the next time someone questions CBC's worth.

Editorial North Shore News

www.bellmedia.ca, **Friday March 11, 2016**

Joyce Napier Joins CTV News as Ottawa Bureau Chief

Canada's #1 news organization welcomes former Société Radio-Canada parliamentary correspondent to lead award-winning bureau team

Wendy Freeman, President, CTV News, announced today that Joyce Napier joins CTV News as Ottawa Bureau Chief. Formerly of Société Radio-Canada, The Canadian Press, La Presse, The Globe and Mail in Montréal, and Le Devoir – for which she filed from the Middle East and Washington – Napier will leverage her vast journalistic experience and extensive contacts, overseeing political news from Ottawa for CTV News across all of its platforms.
www.bellmedia.ca

blogues.lapresse.ca, vendredi 11 mars 2016

Départ de Joyce Napier

La journaliste Joyce Napier quitte Radio-Canada «pour relever de nouveaux défis». Le diffuseur public en a informé ses employés jeudi, sans en expliquer les raisons.

Richard Therrien

blogues.lapresse.ca, vendredi 11 mars 2016

Départ de Joyce Napier pour CTV

La journaliste Joyce Napier quitte Radio-Canada pour devenir chef de bureau à Ottawa, une belle prise pour le réseau privé.

...Elle reste en poste jusqu'au congé pascal.

Richard Therrien

The Toronto Star, Starweek Magazine March 12-18, 2016

The Canadian Screen Awards on CBC

And the winner is ...

Macdonald hosts Canadian Screen Awards

Unlike some of the bigger, flashier international award shows, the Canadian Screen Awards, which air live Sunday, March 13, at 8 p.m. on CBC Television, celebrate just what it means to be Canadian.

...The Quebec City-born funnyman is returning north of the border for just his second-ever hosting gig.

Michael Korb

The Globe and Mail

Normcore

Part Rock, part Gervais, part Macdonald: How to build a Canadian awards show

Norm Macdonald was on a train out of Los Angeles the other day, patched in to a conference call and trying to give feedback on a prospective comedy bit for the upcoming Canadian Screen Awards, when the long arm of the law caught up with him.

...Patterson piped up: "We've got a lot of references to [Prime Minister Justin] Trudeau right now. Certainly, the CBC is very happy there's a Liberal government. We've written a lot of stuff reflecting the new government. Sometimes we have fun with it, sometimes we make fun of it, but it's along those lines – whether Catherine O'Hara cares if there's gender parity in cabinet ..."

Simon Houpt

Le Devoir

PRIX ÉCRANS CANADIENS

Un lion conquérant

Après «The Book of Negroes», les leçons des coproductions

Contrairement aux blagues et aux allumettes, les recettes du succès peuvent servir plusieurs fois.

L'an dernier, la compagnie de production torontoise Conquering Lion Pictures (CLP) a frappé un grand coup dans l'univers de la télé canadienne-anglaise avec The Book of Negroes. La diffusion de la minisérie en janvier 2015 a drainé chaque fois en moyenne autour de 1,5 million de téléspectateurs vers la CBC et suscité un tas de recensions critiques favorables.

Stéphane Baillargeon

Le Journal de Montréal

Remise de prix

Après les Oscars, les Écrans canadiens

Après avoir triomphé aux Oscars et aux Golden Globes pour sa performance dans le film Room, la jeune actrice américaine Brie Larson pourrait fort bien ajouter un nouveau prix à sa collection lors du gala des Écrans canadiens, qui a lieu demain soir, à Toronto.

...Animé par l'acteur et humoriste canadien Norm Macdonald, le gala débutera à 20 h et sera diffusé sur les ondes de CBC.

Maxime Demers

plus.lapresse.ca

Entre chien sale et jeune loup

Le combat se termine lundi soir avec la diffusion des grandes finales des Jeunes loups et des Pays d'en haut. Le chien sale à Séraphin Poudrier a gagné le bras de fer, et la colonisation du Nord se poursuivra l'an prochain à Radio-

Canada, tandis que Claudie St-Laurent et Maripier Renaud publient leur dernier numéro du Matin à TVA, qui n'a pas renouvelé son abonnement pour une troisième saison.

...Dans Les pays d'en haut, l'acteur Vincent Leclerc, alias Séraphin, demeure la grande révélation de ce remake réussi de l'œuvre de Claude-Henri Grignon. Attendez de voir l'étendue de son jeu tout en nuances lundi soir, c'est spectaculaire. Son Séraphin y est attendrissant et émouvant, tout en étant parfaitement vil et odieux. Ça sent les prix Gémeaux pour ce comédien doué, foi de Nostradumas.

Hugo Dumas

Le Devoir

Police démontée

En sociologie, on parle de l'effet Hawthorne quand les résultats d'une expérience sont affectés par le fait que les sujets ont conscience d'être en observation.

...Le documentaire utilise un tas d'images d'archives d'ici et d'ailleurs. Les manifestations du temps des carrés rouges sont évidemment très présentes. Le montage et la musique rendent très bien les tensions inévitables sur les terrains d'opération où s'entremêlent les forces de l'ordre, du désordre et des témoins de leurs entrecroisements.

Police sous surveillance, ICI RDI, lundi à 20 h

Stéphane Baillargeon

Le Journal de Montréal

La télé à l'air du temps: être là où est le public

Nos habitudes télévisuelles changent. Question de générations ? Sans doute. Quoi qu'il en soit, nous avons maintenant les outils qui nous permettent, spectateurs que nous sommes, d'être exigeants. Pour la première fois, depuis l'automne, ce «dispersionnement» des écoutes est palpable.

Emmanuelle Plante

lavoixacadienne.com, vendredi 11 mars 2016

Unis TV: le point après 18 mois

Un an et demi après son entrée en ondes et en dépit de certains doutes, Unis TV a-t-elle réussi à faire la conquête des foyers franco-canadiens ? Coup d'oeil sur la chaîne qui veut être le reflet des réalités francophones au Canada.

...D'où l'importance de garder le canal de communication ouvert entre la chaîne québécoise et cet important organisme pancanadien. « Depuis le départ de Suzanne Gouin, qui était présidente-directrice générale de TV5 Québec-Canada, on n'a presque plus de contacts avec Unis. On a hâte de rencontrer la nouvelle PDG, Marie-Philippe Bouchard, pour recréer des liens. On ne voudrait certainement pas que Unis prenne la voie de TVA qui, après avoir obtenu une distribution nationale grâce à l'appui des communautés, a cessé d'avoir des contacts avec celles-ci. »

André Magny, Francopresse

www.cartt.ca, Friday March 11, 2016

Feds probe CHCH layoffs

The federal government has launched an investigation into Channel 11 Limited Partnership, some three months after CHCH-TV Hamilton cut staff and declared bankruptcy.

According to a report by AM900 CHML in Hamilton, dozens of terminated CH employees received a letter from Employment and Social Development Canada this week saying that it is investigating the issue of unpaid severance and lost wages.

www.cartt.ca

The Wire Report, Friday March 11, 2016

Home Internet penetration at 92%: MTM

Internet use is nearly universal by English-speaking Canadians and the amount of time adults spend online is continuing to grow, suggested a new report on Internet penetration by the Media Technology Monitor, a project of CBC/Radio-Canada.

...A separate MTM report on Internet activities suggested that when online, 75 per cent of users use social networks, with Facebook the runaway leader, attracting 86 per cent of respondents who use social networks.

The Wire Report

The Epoch Times, March 11-17, 2016

Perfect storm led to decline in Canada's newspapers, committee hears

Independent publications bought up by corporations disguised as newspaper chains

Canada's newspaper industry has seen a perfect storm over the last 20 years, leading to the rapid decline in papers across the country, Parliament's heritage committee was told on March 8.

In the latest testimony on the state of media in Canada, Richard Tardif, executive director of the Quebec Community Newspapers Association and a former journalist, told MPs that over the past 30 years, corporations disguising themselves as newspaper chains have bought up many of the country's independent newspapers.

Since 2008, cuts have resulted in over 16,000 job losses in Canada's media.

Kaven Baker-Voakes

blog.wan-iffra.org, Friday March 11, 2016

Marty Baron: Loss of public trust is journalism's greatest challenge

"No question: trust is our greatest challenge...We are constantly worried about resources, social media, monetization and all these kinds of things. All of those pale in comparison to this particular challenge." A sobering warning from Washington Post Executive Editor Marty Baron.

Chia Lun Huang

The Toronto Star

'Unpublishing' in the digital age

Should the Star take down readers' letters to the editor published on its website?

The Toronto Star has been more than a newspaper for some time, having evolved in the past 20 years from providing news on paper to become a multi-platform digital news and information organization.

...The Star generally does not delete what it publishes online — what is known as "unpublishing." Our policy is clear and firm: "The Star does not unpublish content from our websites or archives, except in some rare circumstances." Those "rare circumstances" are generally legal reasons and always demand consultation with the Star's editor, managing editor and newsroom lawyer.

Unpublishing for rare reasons is indeed rare: In nearly nine years in this role, I can count on one hand the number of times when we have removed published information.

Kathy English

The Globe and Mail

Colin Low, filmmaker, 89

A gentleman genius of documentary cinema

As a child growing up in southwest Alberta in the 1930s, Colin Low rode to school on horseback and liked to draw pictures of horses. A teacher who saw his budding talent introduced him to the work of Renaissance artist and inventor Leonardo da Vinci.

Liam Lacey

Le Devoir

CONSEIL DES ARTS DU CANADA

Le retour à la diplomatie culturelle

L'artiste visuel Romeo Gongora occupe actuellement la résidence de l'Acme Studios, à Londres, grâce à l'aide du Conseil des arts du Canada (CAC). À mi-carrière, celui qui se voit comme un « chercheur en art » profite de ce moment pour se ressourcer, s'inspirer, rencontrer des artistes et des commissaires, et pour relancer ses élans créatifs.

...Des enjeux

« Dans le nouveau modèle de financement, deux enjeux nous sont extrêmement importants : la question autochtone et l'international », a confirmé au Devoir le directeur et chef de la direction du Conseil, Simon Brault, « parce que lorsqu'on réfléchit à l'avenir des arts au Canada, il est clair qu'on ne peut contenir tout ce qu'on fait dans ce si petit marché qu'est notre pays ».

Catherine Lalonde

www.theguardian.com, Friday March 11, 2016

Doctor Who revelations – Peter Capaldi accuses the BBC of neglecting its hit show

The Doctor has made some explosive statements damning his employers at the Beeb this week. Are we looking at Capaldi's long goodbye?

Dan Martin

www.theguardian.com, Friday March 11, 2016

BBC to stop public tours of London HQ after security review

The BBC is to stop running public tours of its London headquarters following a security review.

The corporation said that the review found that "security challenges" at New Broadcasting House, its base as the hub of the corporation's 24-hour news service, meant that tours would have to be halted.

...The BBC spokesman stressed that the decision to stop the tours had not been prompted by a particular incident but by a general review.

...The move to stop the tours, which will affect 40 roles, is currently a proposal but is expected to be formally ratified.

Mark Sweney

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

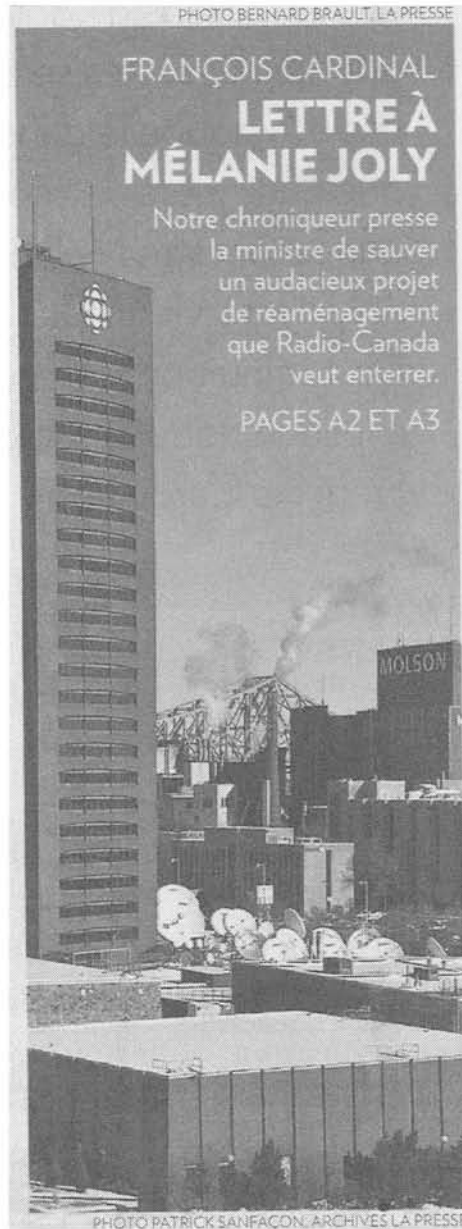
roger.belanger@cbc.ca

 **12-03-2016.pdf**
5575K

TODAY IN THE MEDIA

AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

Samedi 12 mars 2016
Saturday March 12, 2016



MAISON DE RADIO-CANADA

Un audacieux projet de réaménagement du site de Radio-Canada auquel des années de travail et des millions de dollars ont été consacrés sera mis à la poubelle dans quelques jours... à moins que la ministre Mélanie Joly n'intervienne. Il est minuit moins une, explique notre chroniqueur François Cardinal.

Le projet que l'on veut enterrer

*Lettre à la ministre
Mélanie Joly*



FRANÇOIS
CARDINAL
CHRONIQUE



La Maison de Radio-Canada

PHOTO PATRICK SANFAÇON, LA PRESSE

LE PRESSE, SAMEDI 12 MARS 2016
p.A2-A3

Madame la ministre du Patrimoine, Je vous sais très intéressée par le processus de déménagement de Radio-Canada. Un processus qui vise à vendre la grande tour et redéployer ailleurs les services du diffuseur, possiblement au centre-ville.

Ce processus, on vous le présente comme inévitable. Mais vous me permettez d'attirer votre attention sur un projet alternatif, beaucoup plus intéressant à mon avis, qu'on semble avoir balayé sous le tapis.

Un projet qui a nécessité quelques millions de dollars d'investissement et des années de travail. Un projet audacieux, qui se ferait au bénéfice du quartier, de Montréal et de la société d'État. Un projet, en plus, qui s'autofinancerait à 100 %.

Or ce beau projet qui n'a que quelques années, Radio-Canada s'apprête à l'enterrer. Et vous seule pouvez l'en empêcher.

Sachez cependant qu'il est minuit moins une. Car une fois les offres formellement déposées, probablement dans les prochains jours, il sera beaucoup plus coûteux de reculer. Une fois le doigt dans le tordeur, il sera plus difficile de ranimer un projet autrement plus responsable que cette fuite en avant qu'on propose aujourd'hui.

■■■

Je vous invite, madame la ministre, à demander la clé des bureaux du B1, un étage abandonné de la grande tour. C'est là que Radio-Canada a « oublié » la superbe maquette de ce projet issu de huit ans de travail.

Huit ans pendant lesquels le diffuseur a produit un nombre incalculable de scénarios... dont aucun ne prévoyait un départ du site.

Je présume que vos cahiers de breffage contiennent ces détails, mais je les résume au cas. De 2001 à 2005, des bureaux d'architectes ont pondu des dizaines de scénarios, mais il était difficile de les rentabiliser en raison d'une réglementation municipale restrictive. Réglementation qui a heureusement

immenses stationnements, aussi vendus par Radio-Canada.

On maximise ainsi la densification du site, tout en profitant du magnétisme du diffuseur et de ses 3000 employés. On poursuit la grille de rues pour retisser le quartier, tout en ajoutant des places publiques généreuses dans l'axe Gauchetière. On multiplie les commerces, condos et logements sociaux, tout en verdissant le site.

Bref, on efface l'affront infligé au Faubourg à m'lasse en faisant du quartier la porte d'entrée est du centre-ville... plutôt que de l'abandonner à son sort.

■■■

On s'est ému du sort du costumier avec raison, l'an dernier. Mais ce n'est rien, madame la ministre, en comparaison de ce que Radio-Canada laisserait derrière elle en s'installant à la Place Bonaventure ou ailleurs au centre-ville.

Je pense à la superbe salle de nouvelles, aux salles de montage, au mythique studio 42, mais aussi à la galerie des câbles, aux studios flambant neufs de sous-tirage, aux salles de serveurs toutes récentes, aux antennes satellites, aux énormes génératrices qui permettent de diffuser en cas de force majeure.

Autant d'espaces et d'équipements qui constituent le patrimoine de Radio-Canada, qu'elle ne pourra se payer ailleurs, et qu'on transformera en stationnement si le diffuseur déguerpit comme une société minière qui a fini d'exploiter son site.

Voilà le génie du projet: conserver ce qui doit l'être sur le site, tout en se débarrassant du superflu pour financer 100 % de son réaménagement.

On peut s'interroger sur certains aspects du projet, mais il est difficile de voir comment on pourrait mieux connecter au quartier le site, la tour et les basiliaires. Difficile aussi de voir comment un promoteur privé pourrait mieux faire qu'une organisation publique qui a non seulement les reins solides, mais aussi l'appui du quartier.

Voilà le génie du projet: conserver ce qui doit l'être sur le site, tout en se débarrassant du superflu pour financer 100 % de son réaménagement.

changé en 2005, ce qui a permis à Radio-Canada de pondre un plan solide et rentable en 2007.

Signé par la firme Daoust Lestage, ce « plan directeur » audacieux permet trois choses: 1) intégrer enfin le site au quartier résidentiel, 2) construire des logements sur les stationnements, 3) et permettre à Radio-Canada de rester sur place... tout en vendant la tour.

C'est un compromis idéal, vous ne trouvez pas? La société se débarrasse de l'immeuble vétuste de 25 étages, mais elle garde une partie des espaces techniques qui se trouvent dans les basiliaires et les étages inférieurs.

Radio-Canada conserve ainsi le Centre de l'information (aménagé en 2001) et la plupart des studios télé et radio (dont certains viennent d'être rénovés). Mais elle tire profit de la vente de ses espaces superflus, notamment la tour qu'un promoteur pourrait facilement convertir en condos. Après tout, elle offre la même superficie de plancher que les immeubles qu'on érige actuellement au centre-ville.

Quant aux employés administratifs, ils sont simplement logés dans un nouveau bâtiment aménagé devant la tour. Bâtiment qui s'intègre aux bâtisses résidentielles que le privé construit sur les

D'ailleurs, vous qui êtes sensible à l'acceptabilité sociale, il ne vous aura pas échappé que le processus en cours est opaque et expéditif, alors que le projet précédent se démarquait par sa transparence exemplaire.

Tout le monde et son voisin ont été consultés. En plus des portes ouvertes, des présentations publiques et du comité-conseil auquel siégeaient des résidents du quartier, le plan a eu droit à une analyse poussée devant l'Office de consultation publique, qui a salué avec enthousiasme le projet en 2009. Un règlement particulier d'urbanisme a ensuite été adopté formellement par l'arrondissement.

Et tout ce travail, Radio-Canada est prête à le jeter aux poubelles? Pour aller payer au centre-ville, chaque année, une dizaine de millions de dollars en loyer et en frais d'amélioration locative? Alors qu'il suffirait de réviser le projet en fonction des besoins actuels du diffuseur pour que cet argent serve plutôt à moderniser son site actuel?

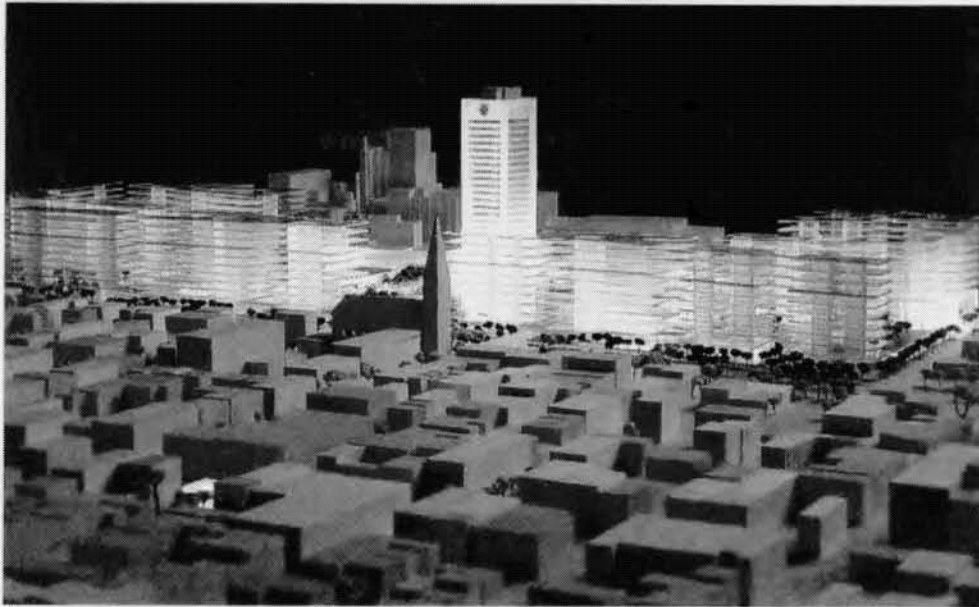
Il me semble que tout cela mérite une attention soutenue de votre part. Il me semble qu'à tout le moins, une suspension temporaire du processus de vente et de déménagement s'impose avant que le projet de Daoust Lestage soit enterré pour de bon.

LA RÉPONSE DE RADIO-CANADA

J'ai demandé à Radio-Canada pourquoi elle avait laissé tomber ce projet prometteur. Voici sa réponse. « Le plan directeur de Daoust Lestage remonte à 2006, note Marc Pichette, porte-parole. En 10 ans, plusieurs facteurs externes et internes sont intervenus qui ont mené le diffuseur public à revoir ses besoins. On pense à la récession de 2008 qui a eu un impact important dans le marché, aux compressions budgétaires ayant mené à des réductions d'effectifs, à l'avènement du numérique qui a bouleversé l'univers médiatique et l'environnement technologique qui commande de nouvelles façons de faire. Le plan de Daoust Lestage prévoyait des installations de plus de 1,3 million de pi² alors que nos besoins sont maintenant d'environ 400 000 pi². » — François Cardinal

Une porte d'entrée du centre-ville

Inaugurée en 1973, la Maison de Radio-Canada occupe la moitié de la superficie du site. Incitée à corriger ce problème en 2001, la société d'État a lancé un processus de réflexion qui a mené au dépôt d'un « projet directeur », approuvé par l'arrondissement de Ville-Marie en 2009. Suivez le guide.

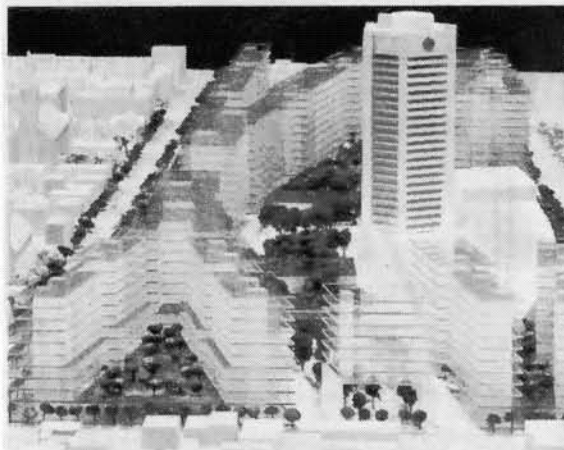


IMAGES FOURNIES PAR DAOUST LESTAGE

De 2001 à 2005, plusieurs firmes d'architectes ont planché sur des scénarios de développement du site de Radio-Canada, mais aucun n'a été jugé rentable. Le problème : la faible densification permise par la Ville. Il aura donc fallu quelques années de plus pour qu'un projet autofinancé à 100 % voie le jour.



Le concept propose l'aménagement de généreux espaces publics à chacune des trois entrées du site. Trois places thématiques sont ainsi créées. La place de l'Image, de part et d'autre de l'entrée principale de Radio-Canada. La place de la Musique, située dans la portion ouest. Et la place de l'Onde, dans la portion est. Seul un édicule d'accès au stationnement souterrain serait autorisé sur ces terrains. Sur l'image : la place de la Musique.



Daoust Lestage a déposé en 2007 un concept qui s'appuie sur la vente de la tour, mais le maintien du diffuseur dans l'immeuble, avec aménagement mixte de bureaux, de commerces et de logements.

Un quartier dépeuplé

L'ancien Faubourg à m'lasse n'a pas été épargné par les urbanistes. Quatre grandes « rénovations urbaines » ont dépeuplé le quartier en 100 ans.

La construction du pont Jacques-Cartier, dans les années 20, s'est soldée par la disparition de quelque 400 logements.

La transformation de la rue Dorchester en boulevard urbain en 1955 (aujourd'hui boulevard René-Lévesque) a éliminé 750 logements.

La construction de la Maison de Radio-Canada, entre 1963 et 1973, a provoqué l'expropriation et la démolition de 262 immeubles, totalisant 778 logements.

Le creusement de l'autoroute Ville-Marie, en 1982, a fait disparaître 250 logements.

CBC responds to comments complaint by francophone group

Anonymity policy under review but no immediate changes planned, says digital news director Brodie Fenlon

Bobbi-Jean MacKinnon, CBC News

CBC management doesn't plan to make any immediate or major changes to its online comments policy in the wake of a complaint by a group of prominent New Brunswick francophones over what they considered hateful attacks on the province's French-speaking community.

Brodie Fenlon, CBC's senior director of digital news, does say in a statement issued Friday that "more changes are needed, and will come."

The current practice of allowing anonymity, for example, is being reviewed, but requiring commenters to use their "real names" does not guarantee civility," said Fenlon, pointing to the signed, yet hateful messages commonly seen on social media.

In the meantime, the public broadcaster is investigating each comment the francophone group expressed concerns about in a letter on Thursday, Fenlon said.

"We are removing those which were published in error and sincerely regret that they were made public," he said.



Brodie Fenlon, CBC's senior director of digital news, says permitting commenters to use pseudonyms allows for an inclusive platform for all voices, including victims of crime and whistleblowers. (Twitter)

- **Prominent francophones call for change to CBC comments policy**

"This is an unfortunate but unavoidable consequence of dealing with such a high volume of comments" — "exponential growth" that has resulted in upwards of a million comments each month, said Fenlon.

"Moving forward, we will ensure that our guidelines are applied even more rigorously and judiciously," by the independent company hired to moderate CBC comments, Winnipeg-based ICUC.

Letter called for overhaul

Michel Doucet, a University of Moncton law professor who organized the letter signed by 120 francophones, could not immediately be reached for comment.

But he posted several comments in French on Twitter, saying he is disgusted by what he sees as the status quo. He also applauded the Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada, which tweeted it plans to write to CBC president and CEO Hubert Lacroix about the issue next week.

The letter to Fenlon had called on CBC to overhaul its handling of online comments to be "more discerning" and filter out those whose "only point is to attack the minority community."

Some of the examples cited in the letter included comments about an "Acadian mafia," calls to "banish all the French" out of the province, and a comment that said languages commissioner Katherine d'Entremont appeared "demonic" in a photograph.

The letter said the signatories recognize people have a democratic right to "strongly express their opposition" to bilingualism and constitutional language protections.

But "bullying, contempt, intolerance and disrespect" in some of the comments undermines democratic discourse and commenters should not be allowed to hide behind pseudonyms, it added.

Balancing act

Fenlon acknowledges in his response that some "objectionable" comments do end up on CBC sites, but says permitting commenters to use pseudonyms allows for an inclusive platform for all voices, including victims of crime and whistleblowers.

CBC is obligated under the federal Broadcasting Act to carry different points of view on controversial matters of public interest and concern. But the challenge of balancing freedom of expression with the right to respectful debate is not unique to the CBC, said Fenlon.

Many media organizations, including some major newspaper sites in Canada, have shut down comments entirely, he said.

"At CBC News, we believe audience engagement is central to our mandate as a public broadcaster."

To that end, CBC is constantly reviewing its processes and making adjustments "to maintain a democratic space where Canadians can debate the issues of the day," and experimenting with new ways for audience members to engage digitally, said Fenlon.

Last November, CBC temporarily suspended comments on stories related to aboriginal issues due to the inordinate number of comments that regularly contravened its guidelines and constituted hate. As of January, it now ensures all comments are reviewed by a human moderator before publication, he said.

"The point is not to remove things with which we disagree, just comments that fall outside our guidelines, including into the realm of hate speech," said Fenlon.

"We will always advocate for free speech, for Canadians' right to voice critical opinions and dissenting views, even when perceived by others to be ignorant or ill-informed."

CBC Response

CBC  Radio-Canada

March 11, 2016

Mr. Doucet,

First and foremost, thank you for sharing your views with us.

In terms of your specific concerns, we are investigating each comment you have brought to our attention. We are removing those which were published in error and sincerely regret that they were made public. This is an unfortunate but unavoidable consequence of dealing with such a high volume of comments. Again, the point is not to remove things with which we disagree, just comments that fall outside our guidelines, including into the realm of hate speech. Moving forward, we will ensure that our guidelines are applied even more rigorously and judiciously.

I believe there's value in explaining a little bit of the history of commenting. At CBC, we've witnessed the exponential growth of commenting and online engagement. It is valued by a significant number of people who tell us regularly that it is an important space for them. And while we've seen thoughtful, insightful and moving comments on our pages, we've seen objectionable comments as well.

CBC is not alone in facing these challenges. Many publishers, including some major newspaper sites in Canada, have shut comments down entirely.

At CBC News, we believe audience engagement is central to our mandate as a public broadcaster, especially true in an era of participatory technology. That said, balancing freedom of expression with the right to respectful debate on a site that receives upwards of a million comments each month is a daunting challenge.

Last November, we took the unusual and temporary measure of suspending comments from stories relating to aboriginal issues because there was an inordinate number of comments that regularly contravened our guidelines and constituted hate. In January, after experimenting with different moderation approaches, we now make sure all comments on all our stories are reviewed by a human moderator before publication. These moderators are employed by an independent company we contract to moderate our comment spaces, in accordance with CBC-developed and publicly posted guidelines.

We're experimenting with new ways for our audience to engage with us digitally. We're constantly reviewing our processes and making adjustments to maintain a democratic space where Canadians can debate the issues of the day. More changes are needed, and will come.



Michel Doucet, law professor and director of the International Observatory on Language Rights at the Université de Moncton, organized the letter signed by 120 francophones. (CBC)

Mobile users: View the document
CBC Response (PDF KB)
CBC Response (Text KB)

CBC is not responsible for 3rd party content

Propos antifrancophones: la réponse de CBC



Monsieur,

Je voudrais tout d'abord vous remercier de nous avoir fait part de vos préoccupations.

En ce qui concerne les points précis que vous soulevez dans votre lettre, sachez que nous examinons de près chacun des commentaires que vous avez portés à notre attention. Nous supprimons ceux qui ont été publiés par erreur et regrettons que ces commentaires se soient retrouvés sur notre site. Il s'agit d'une situation malencontreuse, mais inévitable lorsque l'on doit traiter un tel volume de commentaires. Il n'est pas question de supprimer les propos avec lesquels nous sommes en désaccord, mais ceux qui ne respectent pas nos lignes directrices et incitent à la haine. Dorénavant, nous nous assurerons que nos lignes directrices sont appliquées avec encore plus de rigueur et de jugement.

Je crois qu'il serait utile d'expliquer un peu le contexte en ce qui a trait aux commentaires publiés sur nos sites web. À CBC, nous avons pu observer une hausse exponentielle des commentaires et des discussions en ligne. Bon nombre des internautes nous font part régulièrement de l'intérêt qu'ils trouvent à cette tribune. Et si les commentaires publiés sur nos pages sont sensés, réfléchis et émouvants, ils peuvent parfois aussi être désobligeants.

CBC n'est pas la seule organisation à faire face à ce type de défi. Bon nombre d'éditeurs, dont certains grands quotidiens canadiens, ont complètement supprimé les pages de commentaires de leurs sites web.

À CBC News, nous estimons que la discussion avec l'auditoire est au cœur de notre mandat de radiodiffuseur public, surtout en cette ère de technologie participative. Cela dit, trouver le bon équilibre entre la liberté d'expression et le droit de débattre de manière respectueuse sur un site qui reçoit plus d'un million de commentaires chaque mois représente un défi de taille. En novembre dernier, devant le flot de propos haineux en référence à des articles portant sur les Autochtones – propos contraires à nos lignes directrices –, nous avons pris la mesure exceptionnelle et provisoire de suspendre cette tribune d'expression. En janvier, après avoir essayé plusieurs approches, nous avons adopté une procédure pour que tous les commentaires, quel que soit l'article en référence, soient relus par une équipe de modérateurs avant d'être

publiés. Ces personnes sont employées par une société indépendante engagée pour modérer nos pages de commentaires, conformément aux lignes directrices de CBC affichées sur son site.

Nous mettons à l'épreuve de nouvelles façons de discuter avec les internautes. Nous réexaminons constamment nos processus et faisons des ajustements pour conserver cet espace démocratique où les Canadiens peuvent débattre de l'actualité. Nous ne manquerons pas d'apporter d'autres changements qui se révéleront nécessaires.

En ce qui touche la question de l'anonymat, nous savons que ce n'est pas en obligeant les internautes à signer de leur « vrai nom » que l'on garantira le civisme. Facebook et Twitter regorgent de commentaires vitrioliques ou haineux sur les points que vous soulevez ou d'autres, et ces commentaires sont pourtant signés. En autorisant l'utilisation de pseudonymes, on permet cependant à toutes les voix de participer au débat, y compris les victimes de crimes et les dénonciateurs d'abus, deux groupes qui, selon nous, ont de bonnes raisons de se cacher derrière l'anonymat. Cette approche est également en cours d'examen.

À CBC, nous avons à cœur la diversité d'opinions tout comme la diversité linguistique et culturelle du Canada. CBC a le mandat et l'obligation, en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, d'offrir un éventail de points de vue sur des préoccupations et des questions controversées d'intérêt public. Nous défendons toujours la liberté d'expression et le droit des Canadiens à émettre des critiques ou des opinions divergentes, même s'ils sont alors perçus comme des ignorants ou des personnes mal informées. En même temps, nous continuerons à nous assurer que nos lignes directrices sont appliquées et respectées.

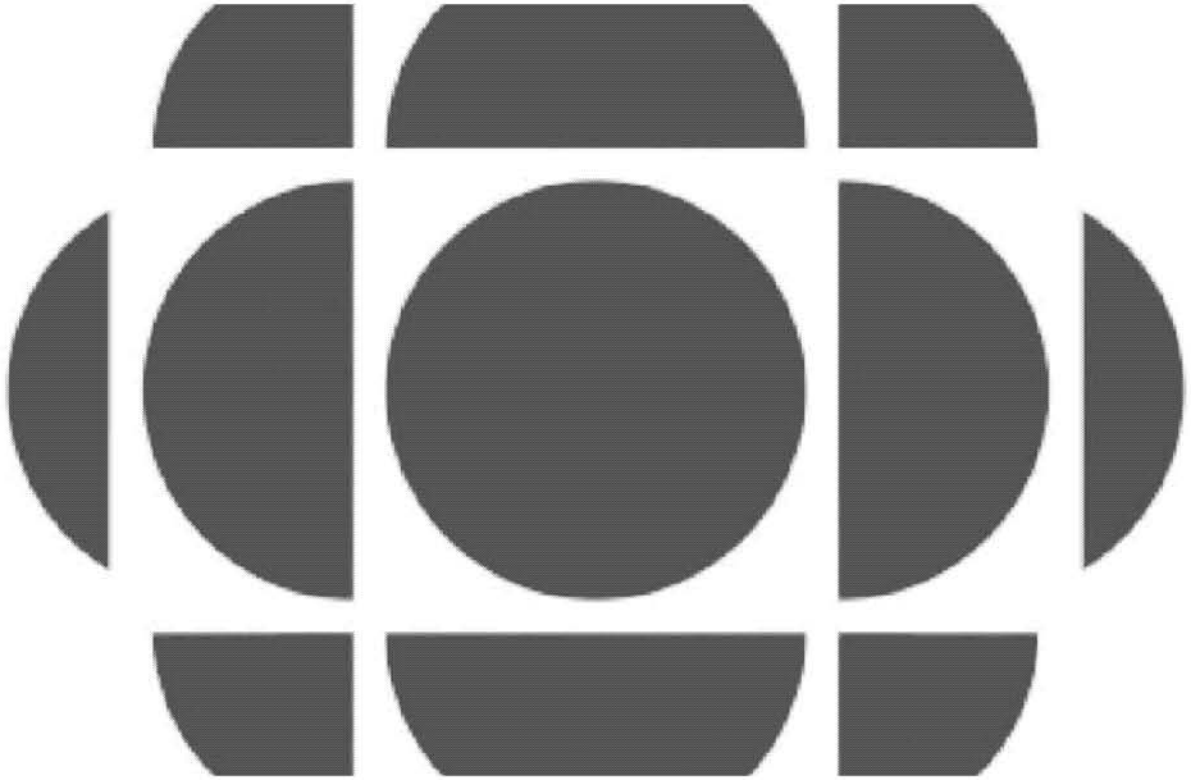
Nous nous sommes engagés à ce que nos pages de commentaires offrent à tous les Canadiens un forum pour débattre et échanger des idées de façon sécuritaire et respectueuse. Je vous remercie encore de nous avoir fait part de votre opinion.

Brodie Fenlon Premier directeur, Nouvelles numériques

www.acadienouvelle.com/actualites/2016/03/11/la-reponse-de-cbc/

Commentaires francophobes: la CBC ne changera pas ses methods

Par ACADIE NOUVELLE



La CBC répond à la lettre signée par quelque 120 leaders et citoyens acadiens, qui lui demandait de mieux contrôler les commentaires francophobes sur son site web. La société d'État dit prendre bonne note de la grogne, mais ne s'engage pas à changer ses pratiques.

Plus tôt cette semaine, l'avocat Michel Doucet a fait parvenir une lettre à la CBC pour dénoncer la publication de nombreux commentaires francophobes sur son site. La missive a été signée par de nombreux politiciens, leaders communautaires et Acadiens influents.

La réponse est venue mercredi après-midi de la part du premier directeur des nouvelles numériques à la CBC, Brodie Fenlon.

Il affirme que les commentaires portés à son attention par Me Doucet seront examinés.

«Nous supprimons ceux qui ont été publiés par erreur et regrettons que ces commentaires se soient retrouvés sur notre site. Il s'agit d'une situation malencontreuse, mais inévitable lorsque l'on doit traiter un tel volume de commentaires.»

Il précise que les commentaires qui ne respectent pas les lignes directrices en incitant à la haine seront supprimés, mais pas ceux avec lesquels la CBC est en désaccord. Il ajoute que la CBC va demeurer vigilante.

«Dorénavant, nous nous assurerons que nos lignes directrices sont appliquées avec encore plus de rigueur et de jugement.»

Une position qui déçoit énormément l'auteur de la plainte.

Sur son compte Twitter, Me Doucet a écrit que «CBC vient de choisir son camp, celui du mépris, de l'intolérance et de la division». Il estime que la réponse de M. Brodie se résume à dire «Merci mais on ne change pas».

Me Doucet laissera à d'autres le soin de faire un suivi.

Il pourrait ne pas attendre bien longtemps.

Déjà, la Fédération des communautés francophones et acadienne a annoncé qu'elle écrira une lettre au patron de Radio-Canada/CBC, Hubert Lacroix, afin de lui demander d'intervenir.

Un défi de taille

Bodie Fenlon affirme que plus d'un million de commentaires sont publiés par mois sur le site de la CBC et que «cela représente un défi de taille.» À la fin de l'année dernière, en réaction au nombre élevé de commentaires sur les articles liés aux questions autochtones, la CBC les a suspendus temporairement.

De nouvelles pratiques ont été adoptées en janvier, dit-il.

«En janvier, après avoir essayé plusieurs approches, nous avons adopté une procédure pour que tous les commentaires, quel que soit l'article en référence, soient relus par une équipe de modérateurs avant d'être publiés.»

Il indique que la CBC réévalue constamment ses processus et fait les ajustements qui s'imposent.

«Nous ne manquerons pas d'apporter d'autres changements qui se révéleront nécessaires.»

L'anonymat est là pour rester

Les francophones qui souhaitent que la CBC cesse de permettre aux internautes de publier des commentaires anonymes sur son site risquent cependant d'être déçus. Brodie Fenlon affirme que l'anonymat a ses mérites.

Il affirme que la CBC sait que «ce n'est pas en obligeant les internautes à signer de leur «vrai nom» que l'on garantira le civisme. Facebook et Twitter regorgent de commentaires vitrioliques ou haineux sur les points que vous soulevez ou d'autres, et ces commentaires sont pourtant signés.»

Selon lui, l'anonymat peut permettre à «toutes les voix de participer au débat, y compris les victimes de crimes et les dénonciateurs d'abus, deux groupes qui, selon nous, ont de bonnes raisons de se cacher derrière l'anonymat. Cette approche est également en cours d'examen.»

Brodie Fenlon affirme que la CBC défendra toujours «la liberté d'expression et le droit des Canadiens à émettre des critiques ou des opinions divergentes, même s'ils sont alors perçus comme des ignorants ou des personnes mal informées».

Il ajoute du même souffle que la société d'État va continuer à s'assurer que ses lignes directrices soient respectées.

Jody Carr invite les anglophones à dénoncer

Le débat entourant la gestion des propos irrespectueux émis dans la section «commentaires» du site internet de la CBC n'interpelle pas que les francophones.

Le député conservateur d'Oromocto-Lincoln-Fredericton et ancien ministre de l'Éducation en a assez des commentaires souvent disgracieux laissés par les internautes sur la CBC.

«Depuis quelque temps, les projecteurs sont tournés vers les francophones. Mais il n'y a pas si longtemps c'était au sujet des immigrants syriens. Et j'en ai lu aussi au sujet des autochtones, des handicapés, et la liste continue. Peu importe le groupe, on ne doit pas tolérer un langage injurieux. Ce genre de propos haineux doit cesser», indique le politicien.

Il ajoute ne pas comprendre l'inaction de la CBC.

«Ça me dépasse de voir une société d'État comme la CBC ait permis la publication de certains commentaires», dit-il, tout en demandant à son tour que ne soient plus permis les commentaires anonymes.

«D'autres médias ont déjà corrigé le tir. Je ne vois pas pourquoi la CBC ne le ferait pas», souligne-t-il.

Sur son compte Twitter, le député a invité ses compatriotes anglophones de dénoncer cette politique en utilisant le mot clé #StopTheHate.

«On se soit d'être solidaire, de dénoncer cela puisqu'au fond, c'est une forme d'intimidation. Ça n'a tout simplement pas sa place dans notre société», estime-t-il.

Cet appel au «calme» de M. Carr a été bien reçu.

«Si l'on veut que la province aille de l'avant, on doit être capable de se parler sans pour autant s'injurier. C'est une chose de ne pas s'entendre au sujet d'une politique, mais on devrait être capable de débattre de façon civilisée, d'entretenir un dialogue. Et actuellement, ce ne l'est pas en ligne sur la CBC. Lorsque les propos deviennent blessants, ça divise les gens», dit-il.

Tout comme ce fut le cas cette semaine du côté francophone – où plus d'une centaine de personnalités acadiennes ont cosigné une lettre exigeant des changements aux politiques de la CBC –, M. Carr prépare une offensive similaire avec cette fois, des leaders anglophones.

«Je crois qu'il est important qu'ils se fassent entendre aussi, qu'ils disent à quel point ils sont déçus que l'on permette la publication de tels commentaires. On se doit d'être solidaire», croit-il.

Certaines personnalités telles que Kelly Lamrock, Michael Murphy et David Coon se sont affichées publiques en faveur de cette initiative et devraient apposer leur nom à la future lettre.

Deux organismes de défense des droits des anglophones à la défense de CBC

Plus tôt vendredi, l'Anglophone Rights Association of New Brunswick et la Citizen Action Team of NB ont publié une lettre demandant à la CBC de ne pas apporter de changement à sa politique encadrant sa section de commentaires.

Dans une lettre envoyée au directeur des médias numériques de la CBC, Brodie Fenlon, ces deux organismes néo-brunswickois estiment que la section des commentaires du diffuseur public est «raisonnable» et n'a du coup nullement besoin d'être plus contraignante envers les utilisateurs.

«Notre expérience démontre que ces forums sont déjà bien modérés à l'heure actuelle», écrivent Sharon Buchanan et Claire Dykeman, porte-paroles de ces deux organismes.

«Nous demandons à ce que nos droits soient respectés et que la CBC ne cède pas aux pressions visant à réduire au silence les individus», indiquent-elles.

Les deux organismes s'affichent du coup contre la suggestion de forcer les individus à commenter sous leur vrai nom, estimant qu'une telle politique nuise au droit fondamental d'expression. «Certaines personnes – tant anglaises que françaises – ont déjà été intimidées, menacées et elles ont craint pour leur emploi après avoir osé s'affirmer», ajoutent-elles.

www.acadienouvelle.com/actualites/2016/03/11/commentaires-francophobes-la-cbc-ne-changera-pas-ses-methodes/

CBC, terre des antifrancophones (bis)

Éditorial François Gravel

Pas moins de 120 personnes ont cosigné la plainte de Me Michel Doucet à l'endroit de la CBC cette semaine. Et pas n'importe qui! De simples citoyens engagés, mais aussi des personnalités publiques, des nationalistes, des maires, des sénateurs, des juristes, un recteur et un ancien juge de la Cour suprême du Canada ont apposé leur signature.

Voilà qui est impressionnant. Des gens de tous les milieux et de tous les horizons politiques ont choisi de parler d'une voix et de s'unir derrière un même objectif plutôt que de s'entredéchirer. Ils apportent du même coup énormément de crédibilité à la démarche.

Malgré tout, cela n'a pas été suffisant pour faire plier notre télédiffuseur public national. Dans une lettre rendue publique en fin d'après-midi, vendredi, le directeur des médias numériques, Brodie Fenlon, a confirmé qu'aucune mesure corrective particulière ne sera apportée.

En raison de l'inaction et du laxisme de la CBC, chaque article touchant de près ou de loin aux Acadiens ou aux citoyens des régions du Nord francophone est désormais accompagné d'une longue série de réactions négatives dans la section des commentaires.

L'Acadie Nouvelle a dénoncé en éditorial à plus d'une reprise cette situation dans les derniers mois.

L'avocat Michel Doucet, connu pour avoir mené à bien de nombreuses causes linguistiques au cours des dernières années, a décidé qu'il en avait assez.

Me Doucet aurait fort bien pu ne faire qu'une plainte personnelle. Il est en effet victime dans ce forum de discussion – et sous les yeux des modérateurs payés par la CBC – d'une campagne de dénigrement.

Cela n'est pas sur le point de changer.

Dans sa réponse, Brodie Fenlon parle «d'une situation malencontreuse, mais inévitable». Il soutient que les lignes directrices du diffuseur seront appliquées «avec encore plus de vigueur et de jugement».

Le problème, c'est que ce test, la CBC l'a déjà échoué. Elle sait depuis longtemps ce qui s'écrit sur sa plateforme web. Pourtant, la direction a toujours choisi de jouer à l'autruche. C'est pourquoi nous ne sommes pas rassurés par cette promesse creuse de mieux surveiller ce qui s'écrit sur le site web du réseau.

Nous attendions des changements concrets. Ils ne viendront pas.

Malgré cette gifle, Me Michel Doucet a droit à nos félicitations pour avoir réussi à élargir la portée du débat. Il a dû être surpris du nombre ainsi que de la qualité des citoyens qui ont répondu à son appel et accepté de l'accompagner dans sa lutte. La dernière année n'a pas été édifiante pour l'Acadie, avec notamment les déchirements qui ont malmené la Société de l'Acadie du N.-B. Or, cette fois-ci, la réponse a été au-delà de toutes les espérances.

En invitant tous les intéressés à signer sa lettre, il a donné une nouvelle portée provinciale, peut-être même nationale, à sa cause. Il ne faut en effet pas se faire d'illusions. Les Acadiens ne sont pas les seuls à être attaqués avec autant de virulence sur CBC.ca. D'autres sont victimes du même traitement ailleurs au Canada.

La société d'État n'aura pas le choix d'agir un de ces jours.

Une seule déception: pourquoi les députés acadiens n'ont-ils pas joint le mouvement? Leur silence n'impressionne personne. Soulignons néanmoins la sortie du député Jody Carr, qui a appelé le diffuseur à mettre fin à l'anonymat dans sa section des commentaires.

Le silence de nos députés n'enlève rien à la force de ce front commun. La plainte n'est pas celle d'un «extrémiste» (pour reprendre une insulte souvent lancée sur CBC.ca contre Me Doucet et quelques autres), mais par 120 citoyens qui ont à coeur leurs droits et aussi, paradoxalement, qui ont à coeur leur diffuseur public.

La CBC a le devoir et la responsabilité de respecter son auditoire. Nous n'exigeons pas l'impossible. L'Acadie Nouvelle, Radio-Canada Acadie et des centaines d'autres médias au pays et à travers le monde le font déjà avec sérieux.

Personne ne demande à la télévision d'État anglophone d'empêcher toute forme de débat et d'éliminer toute critique sur les dossiers linguistiques. Elle doit toutefois cesser d'être un havre d'intolérance.

Cent-vingt Acadiens ont parlé d'une voix forte. La réponse de la CBC n'a pas été à la hauteur.

Le site web de la CBC était hier une terre d'accueil pour tous ceux qui se cherchent une tribune pour cracher leur mépris des francophones. C'est encore le cas aujourd'hui. La seule différence, c'est que la CBC baisse désormais ouvertement les bras devant cet état des faits.

Propos francophobes : CBC promet plus de rigueur



The screenshot shows the CBC News website interface. At the top, there are navigation links for TV, RADIO, NEWS, SPORTS, MUSIC, ARTS, LOCAL, and MORE. Below this is the 'WATCH LISTEN LOG IN SEARCH CBC.ca' section. The main header features the 'CBCnews | New Brunswick' logo and a 'radio one' logo. A navigation bar includes links for Home, World, Canada, Politics, Business, Health, Arts & Entertainment, Technology & Science, Trending, and Video. The main article headline is 'Francophonie games in Moncton-Dieppe is 'a huge deal'' with a sub-headline 'No new infrastructure will need to be built to host the 2021 Francophone games in Moncton-Dieppe'. Below the headline is a photo of a group of people, one holding a sign that says 'Canada'. To the right of the photo is a 'Stay Connected with CBC News' section with icons for Mobile, Facebook, Podcasts, Twitter, Alerts, and Newsletter. Below that is a 'Legal' section with a photo of a group of people and the text 'AGF Global Equity Fund/Class'. At the bottom of the photo, it says 'Le site cbc.ca'.

Interpellée par la Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) qui s'inquiète de la stigmatisation des francophones dans les tribunes numériques de CBC, la société d'État explique qu'elle fait tout pour garantir la libre expression, tout en bannissant les propos insultants et haineux.

« Le rôle du diffuseur public est d'encourager le dialogue et la compréhension entre les Canadiens et les Canadiennes. CBC nuit à cet objectif lorsqu'elle tolère des commentaires qui ont pour effet d'insulter les francophones et d'inciter à la haine envers eux », écrivait jeudi la FCFA dans un communiqué.

L'organisme trouve « aberrant que CBC laisse des individus profiter de leur anonymat pour publier des commentaires irrespectueux et souvent remplis de faussetés à l'égard des francophones ».

« La liberté d'expression est un droit fondamental, mais préférer gratuitement des insultes à l'égard d'un groupe ne l'est pas. Nous en appelons donc nous aussi au sens de l'éthique du diffuseur public et lui demandons de prendre les mesures nécessaires pour que ce genre de commentaires ne soient plus tolérés. » — Sylviana Lanthier, présidente de la FCFA

En réponse, Brodie Fenlon, premier directeur des nouvelles numériques à CBC, regrette d'abord que des commentaires insultants aient échappé à la vigilance de son équipe. « Il s'agit, écrit-il, d'une situation malencontreuse, mais inévitable lorsque l'on doit traiter un tel volume de commentaires [un million par mois] ».

Tout en promettant plus de rigueur dans l'application des règles directrices du diffuseur public, M. Fenlon explique qu'à l'instar de nombreux autres médias, CBC est confrontée à la problématique des discussions sur le site Internet.



Brodie Fenlon, premier directeur des nouvelles numériques à CBC Photo : Twitter

Si certaines organisations ont carrément fermé ces tribunes, CBC dit avoir fait le choix de les maintenir, car « la discussion avec l'auditoire est au cœur de [son] mandat de radiodiffuseur public, surtout en cette ère de technologie participative ».

« Trouver le bon équilibre entre la liberté d'expression et le droit de débattre de manière respectueuse sur un site qui reçoit plus d'un million de commentaires chaque mois représente un défi de taille. » — Brodie Fenlon, premier directeur des nouvelles numériques à CBC

Le responsable des nouvelles numériques à CBC rappelle que son service a fait face à la même problématique en novembre dernier. « Devant le flot de propos haineux en référence à des articles portant sur les Autochtones », la société d'État a pris « la mesure exceptionnelle et provisoire de suspendre cette tribune d'expression ».

Il ajoute qu'en janvier, « après avoir essayé plusieurs approches », il a été décidé « que tous les commentaires, quel que soit l'article en référence, soient relus par une équipe de modérateurs avant d'être publiés ».

Quant à la question de l'anonymat de certains internautes, M. Fenlon pense que le « vrai nom » ne garantit pas forcément le civisme dans les échanges en ligne. De plus, poursuit-il, l'utilisation de pseudonymes permet « à toutes les voix de participer au débat, y compris les victimes de crimes et les dénonciateurs d'abus, deux groupes qui, selon nous, ont de bonnes raisons de se cacher derrière l'anonymat ».

Réponse de CBC



<http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2016/03/11/005-commentaires-francophobes-site-internet-cbc-reponse-brodie-fenlon.shtml>

Propos francophobes : la FCFA juge la réponse de CBC contradictoire



The screenshot shows the CBC News website interface. At the top, there are navigation links for TV, RADIO, NEWS, SPORTS, MUSIC, ARTS, LOCAL, and MORE. Below this is the 'CBCnews | New Brunswick' header with a 'radio one' logo. A main navigation bar includes Home, World, Canada, Politics, Business, Health, Arts & Entertainment, Technology & Science, Trending, and Video. The main article headline reads: 'Francophonie games in Moncton-Dieppe is 'a huge deal''. Below the headline is a sub-headline: 'No new infrastructure will need to be built to host the 2021 Francophone games in Moncton-Dieppe'. There is a photo of a group of people, one holding a sign that says 'Canada'. To the right of the photo is a social media section titled 'Stay Connected with CBC News' with icons for Mobile, Facebook, YouTube, Twitter, Alerts, and Register. Below the photo is a caption: 'Le site cbc.ca/New Brunswick Photo : Le site cbc.ca/New Brunswick'.

La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA) juge que la réponse de CBC, au sujet des commentaires francophobes, est contradictoire.

« Ils disent d'abord que les pseudonymes permettent aux gens de s'exprimer plus librement, mais ils disent aussi dans le premier paragraphe de la lettre qu'ils vont agir avec plus de rigueur pour contenir les commentaires haineux », affirme la présidente de la FCFA, Sylviane Lanthier.

Le directeur des médias numériques de CBC, Brodie Fenlon, a répondu vendredi à la lettre du juriste Michel Doucet, concernant des propos jugés francophobes dans la section commentaires du site cbc.ca/New Brunswick.

Dans la lettre, CBC indique que les commentaires publiés par erreur seront supprimés. « Il s'agit d'une situation malencontreuse, mais inévitable lorsque l'on doit traiter un tel volume de commentaires. »

Le réseau tient aussi sa position sur l'utilisation de pseudonymes. « En autorisant l'utilisation de pseudonymes, on permet cependant à toutes les voix de participer au débat, y compris les victimes de crimes et les dénonciateurs d'abus [...] »

« CBC semble s'excuser d'une certaine façon, mais met en perspectives ce qui se passe sur son site [...]. Alors il y a une sorte de contradiction là dedans. »—

Sylviane Lanthier, présidente de la FCFA

Le juriste Michel Doucet a spécifié qu'il commentera la réponse de CBC dans les prochains jours.

À lire aussi :

- Propos francophobes : CBC promet plus de rigueur
- Propos francophobes : CBC répondra à la lettre du juriste Michel Doucet
- Propos francophobes : une centaine de francophones se plaignent à CBC
- Site web de CBC : une plainte contre des commentaires irrespectueux envers les francophones

Hubert Lacroix interpellé

La FCFA ajoute sa voix à ceux qui se mobilisent pour dénoncer les commentaires anti-francophones et anti-Acadiens sur le site de CBC.

Sylviane Lanthier croit que la société doit prendre « ses responsabilités ». La fédération compte envoyer une lettre au président-directeur général de CBC/Radio-Canada, Hubert Lacroix. « Je pense qu'il y a intérêt ici à ce que cette question soit portée à un plus haut niveau », dit-elle.

Elle souligne également que les questions linguistiques suscitent souvent des commentaires désobligeants. « Le débat n'est pas toujours facile quand on parle de questions linguistiques, d'où justement l'importance de bien modérer les débats qui ont lieu sur des plateformes publiques. »

Réponse de CBC



<http://ici.radio-canada.ca/regions/atlantique/2016/03/11/021-commentaires-cbc-francophobes-reponse-fcfa.shtml>

Front commun contre les propos francophobes

Une centaine des francophones demandent à la CBC de supprimer de son site les commentaires haineux

HÉLÈNE BUZZETTI

Correspondante parlementaire
à Ottawa

L'ancien juge de la Cour suprême Michel Bastarache et une pléiade d'autres personnalités francophones du Nouveau-Brunswick demandent au réseau CBC de ne plus contribuer à ce qu'ils estiment être du «*francophones bashing*». Ils déplorent que le site Internet de la société d'Etat publie fréquemment des commentaires de citoyens haineux à l'endroit des Acadiens qui ne sont retirés que lorsqu'une plainte est déposée.

«*À la suite de reportages portant directement ou indirectement sur des dossiers linguistiques, nous pouvons lire sur votre site des commentaires qui n'ont rien à voir avec l'objet du reportage et qui ne cherchent qu'à attaquer et à injurier la communauté francophone*», écrivent les 120 signataires.



L'ancien juge de la Cour suprême Michel Bastarache

JACQUES BOISSINOT LA PRESSE CANADIENNE

La missive est signée par l'avocat Michel Doucet, spécialisé dans les droits linguistiques, ainsi que par des gens de divers horizons, dont M. Bastarache, trois sénateurs, l'ancien député fédéral néodémocrate Yvon Godin, le recteur de l'Université de Moncton Raymond Théberge ou encore une vingtaine de maires néo-brunswickois. « Nous croyons que ces commentaires n'ont pas leur raison d'être sur le site Internet de la société d'État qu'est la CBC. » Leur lettre regorge d'exemples récents de tels commentaires, dont plusieurs font référence à la déportation, ce douloureux chapitre de l'histoire acadienne.

« Nous aurions dû renvoyer tous les francophones en Louisiane. »

« Imaginez si tous les Acadiens avaient été déportés du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse durant l'expulsion. Imaginez à quel point les choses iraient mieux. Nous ne serions pas ruinés et nous n'aurions pas à écouter toutes ces jérémiades. »

« On réglerait beaucoup de problèmes dans cette province si on fermait l'Université de Moncton. »

« Montrez-moi un seul francophone de France qui peut comprendre le français parlé au Nouveau-Brunswick et je mange mes bas. »

Les signataires s'étonnent que la CBC n'ait pas cru bon de censurer ces messages, rédigés anonymement. « Nous vous invitons à reprendre ces commentaires et à substituer un autre groupe ethnique ou religieux au terme "francophones". Accepteriez-vous de les publier? »

Un retrait jugé insuffisant

Brodie Fenlon, le directeur des médias numériques pour le réseau CBC, a assuré au groupe par écrit vendredi que les commentaires identifiés seront supprimés. « Nous regrettons que ces commentaires se soient retrouvés sur notre site. Il s'agit d'une situation malencontreuse, mais inévitable lorsque l'on doit traiter un tel volume de commentaires. [...] Dorénavant, nous nous assurerons que

nos lignes directrices sont appliquées avec encore plus de rigueur et de jugement. » La politique de commentaires de CBC mentionne que les discours haineux, les attaques personnelles, les insultes ou encore les déclarations diffamatoires sont interdits.

En entrevue avec *Le Devoir*, l'instigateur de la lettre, Michel Doucet, n'est pas rassuré par cette réponse, tant s'en faut. Il exige que la CBC fasse preuve de vigilance en amont plutôt que de simplement retirer les commentaires litigieux après coup.

« Ils retirent les commentaires juste quand on les signale. Mais on ne va pas passer notre journée à surveiller le site de CBC! C'est à CBC elle-même de veiller à la qualité du contenu », tonne-t-il. Selon l'avocat, il est inacceptable qu'une société d'État « permet[te] qu'on utilise son site de commentaires pour fomenter la division, l'incompréhension et l'intolérance vis-à-vis d'une communauté minoritaire ».

M. Doucet soutient que le phénomène existe « depuis que CBC a ouvert son site aux commentaires » et procède d'une tendance lourde. Chaque fois qu'il est question de sujets liés aux francophones au Nouveau-Brunswick, ces commentaires fusent. « L'autre jour, la ville de Dieppe a annoncé qu'elle aurait un anneau de glace et il y a eu des commentaires! Un des commentaires qui revient souvent, c'est que les francophones ont tous les bénéfices alors que ce sont les anglophones qui payent tous les impôts. [...] On mettrait une photo d'un beau petit chat portant un nom francophone que ces commentaires resurgiraient », raille-t-il. Lui-même, un militant très en vue des droits linguistiques des francophones, est présenté dans certains commentaires comme un « individu radicalisé ».

Le sujet fait l'objet de conversations dans la communauté francophone néo-brunswickoise depuis très longtemps, raconte-t-il. Aussi, quand il a décidé de prendre la plume dimanche dernier, il a récolté ses 120 signatures prestigieuses en moins de 72 heures. C'est d'ailleurs un sénateur conservateur, Percy Mockler, outré et enflammé, qui a mis *Le Devoir* au parfum de la situation.

Les signataires demandent à ce que CBC ne permette plus les commentaires provenant de personnes anonymes, comme le font déjà plusieurs sites de médias. M. Fenlon rétorque dans sa lettre que cet anonymat est utile, quoiqu'il fasse l'objet d'un « examen ». « En autorisant l'utilisation de pseudonymes, on permet cependant à toutes les voix de participer au débat, y compris les victimes de crimes et les dénonciateurs d'abus, deux groupes qui, selon nous, ont de bonnes raisons de se cacher derrière l'anonymat. »

Le Devoir

EDITORIAL: Taxing belief

North Shore News

Amnesty sounds like a good thing – when it's handed out to refugees or political prisoners for instance. But we're bewildered to learn Canada recently gave amnesty to millionaire tax cheats.

More than two dozen fraudsters, all of them clients of KPMG accounting, were caught sidestepping the Canadian Revenue Agency by stashing at least \$130 million in an Isle of Man tax haven.

They won't be fined or see the inside of a courtroom – criminal or civil. They'll simply have to pay the taxes they were so desperate to avoid in the first place. A teenager caught hopping fare gates at the SeaBus would face firmer treatment.

This leaves us grappling with a big question: why would the CRA uncover a gigantic sham, discover the guilty parties and then fail to penalize them?

The CRA targeted environmental agencies two years ago, applying stringent audits to ensure none of those charities – in their attempt to keep the air clean and the water safe – ever crossed the line into full-blown political advocacy. There is a double standard that needs addressing.

Those hit by collateral damage in this story, oddly enough, are the wealthy.

There are rich people who create jobs and drive the economy, but we must be mindful of misers who create an economic climate where nothing trickles down.

The bright side in all this is the tax avoiders are back on the CRA's radar, injecting millions into Canada's coffers, thanks in no small part to a CBC news report.

Remember that the next time someone questions CBC's worth.

www.nsnews.com/opinion/editorial/editorial-taxing-belief-1.2195852

Joyce Napier Joins CTV News as Ottawa Bureau Chief

– Canada’s #1 news organization welcomes former Société Radio-Canada parliamentary correspondent to lead award-winning bureau team –

March 11, 2016

OTTAWA (March 11, 2016) – Wendy Freeman, President, CTV News, announced today that Joyce Napier joins CTV News as Ottawa Bureau Chief. Formerly of Société Radio-Canada, The Canadian Press, *La Presse*, *The Globe and Mail* in Montréal, and *Le Devoir* – for which she filed from the Middle East and Washington – Napier will leverage her vast journalistic experience and extensive contacts, overseeing political news from Ottawa for CTV News across all of its platforms.



**** Media Note **** Download photos of Joyce Napier at BellMediaPR.ca

“A highly respected journalist with a seasoned career, Joyce’s expert track record makes her a natural fit for CTV News,” said Freeman. “Joyce is a superb storyteller, and her addition to our team further solidifies Canada’s #1 news organization in our nation’s capital.”

“In this time of great change in our government and country, I’m both proud and excited to be joining Canada’s leading news team to carry on the reporting and political analysis that viewers count on each and every day from their most-trusted source,” said Napier.

Born in Montréal and fluent in English, French, Spanish, and Italian, Napier spent her childhood in Rome before returning to Québec to study journalism at Concordia University. She began her career as a print journalist, working as a Montréal correspondent for *The Globe and Mail* and *The Canadian Press*, before becoming a reporter for *La Presse*. She joined CBC as a television reporter in Montréal in 1989 when she reported on the massacre at l’École Polytechnique, beginning her near 30-year career in broadcast journalism.

Napier first joined Radio-Canada in 1992, reporting on the 1995 Québec referendum before being named Radio-Canada's Middle East Correspondent in 1998. While in the Middle East, Napier covered the second Intifada, the Israeli pullout from south Lebanon, and the death of Syrian President Hafez Al Assad.

In 2003, Napier moved to the U.S. and was subsequently named Washington Bureau Chief for Radio-Canada, a position she held until 2014. During that time, Napier covered the U.S. Military base in Guantanamo Bay, the consequences of the BP Deepwater Horizon oil spill, the devastation of Hurricane Katrina, and the Newtown massacre. Napier also reported from Rome on the death of Pope Jean-Paul II in 2005. Later that year, she landed the only media interview with Karla Homolka, who had just been released from prison.

In 2008, Napier stood across from the stage in Chicago's Grant Park, reporting live as Barack Obama accepted the U.S. presidency, a moment she cites as her most memorable personal career highlight.

In August, 2015, Napier returned to Canada after 17 years abroad, becoming Radio-Canada's Senior Political Correspondent for the network's parliamentary bureau.

For more information

Patricia Garcia

patricia.garcia@bellmedia.ca

Renee Dupuis

renee.dupuis@bellmedia.ca

www.bellmedia.ca/pr/press/joyce-napier-joins-ctv-news-as-ottawa-bureau-chief/

Départ de Joyce Napier pour CTV



Richard Therrien

La journaliste Joyce Napier quitte Radio-Canada pour devenir chef de bureau à Ottawa, une belle prise pour le réseau privé.

Après avoir couvert la politique américaine durant plus de 10 ans à Washington, elle prenait une année sabbatique à l'été 2014. Depuis, elle oeuvrait à Ottawa et avait suivi le premier ministre Justin Trudeau à Davos en janvier dernier.

Au cours de sa carrière, elle a aussi été correspondante à Jérusalem, en plus de travailler comme chef d'antenne. Elle avait obtenu une entrevue exclusive avec la meurtrière Karla Homolka à sa sortie de prison en 2005.

Elle reste en poste jusqu'au congé pascal.

<http://blogues.lapresse.ca/therrien/2016/03/11/depart-de-joyce-napier/>

Départ de Joyce Napier



Richard Therrien

La journaliste Joyce Napier quitte Radio-Canada «pour relever de nouveaux défis». Le diffuseur public en a informé ses employés jeudi, sans en expliquer les raisons.

Après avoir couvert la politique américaine durant plus de 10 ans à Washington, elle prenait une année sabbatique à l'été 2014. Depuis, elle oeuvrait à Ottawa et avait suivi le premier ministre Justin Trudeau à Davos en janvier dernier.

Au cours de sa carrière, elle a aussi été correspondante à Jérusalem, en plus de travailler comme chef d'antenne. Elle avait obtenu une entrevue exclusive avec la meurtrière Karla Homolka à sa sortie de prison en 2005.

Elle reste en poste jusqu'au congé pascal.

<http://blogues.lapresse.ca/therrien/2016/03/11/depart-de-joyce-napier/>

> TORONTO STAR <

STAR WEEK

SATURDAY, MARCH 12 - FRIDAY, MARCH 18, 2016

And the winner is ...

Page 7



The Canadian Screen Awards on CBC

COVER STORY

Macdonald hosts Canadian Screen Awards

By MICHAEL KORB © ZAP2IT

Unlike some of the bigger, flashier international award shows, the Canadian Screen Awards, which air live Sunday, March 13, at 8 p.m. on CBC Television, celebrate just what it means to be Canadian. Assuming, of course, you're also in the entertainment industry.

Obviously, if you're a school bus driver or a sous chef or a beaver, *The Nature of Things* is really more your thing — but for one night it won't kill you to tune in and watch people in television and film get some recognition.

That last bit is probably pretty close to the opening speech of this year's host, Norm Macdonald. The Quebec City-born funnyman

is returning north of the border for just his second-ever hosting gig.

"I hosted the ESPYs about 10 years ago (actually 1998)," says Macdonald. "It was a little rough, a little crazy. You can see it on the Internet. I liked it, but the athletes didn't. ... I was young and stupid and was like 'Oh, this is a funny joke' and then offended everyone in the room."

And oddly enough, that's exactly what producers of Sunday's CSAs are looking for.

"They want me to be offensive, like Ricky Gervais," says Macdonald. "But I think it would be weird — I went to America and

then I come back and make fun of Canada. But that's what they want. One of the CSA ads reads 'Prepare to be offended.' I had to phone them and say, 'No, don't write that!' ... If I was hosting (an awards show) in the U.S. I think I would approach it differently. I would make fun of everybody because everyone's super rich and full of themselves. But Canadians, they're hard working and don't get a lot of accolades."

Of course, the CSAs are all about settling that score. And this year, with the help of Macdonald, a very strong year of Canadian creation will be on display. *Schitt's Creek* leads the way with 15 nominations.

"Needless to say we're thrilled by the amount of nominations our show has received," says the show's star, Eugene Levy. "We are all so proud of this series and the success it's had up to this point."

The powerful feature *Room*, with 11 nominations, should only add to the drama.

In fact, the highlights will come fast and furious. Among the evening's scheduled presenters are Christopher Plummer (*Remember, The Sound of Music*), child star Jacob Tremblay (*Room*), Waris Ahluwalia (*Beeba Boys*), Lyriq Bent (*The Book of Negroes*), Kristin Lehman (*Motive*) and Helen Shaver (*Orphan Black, Vikings*), just to name a few.

There'll even be a tribute to comic actor and former CSA host, Martin Short, as he's honoured with a lifetime achievement award.

"Well, Martin Short is best," says Macdonald. "I'm shocked he hasn't hosted the Oscars because he's so multitalented."

And it'll be lucky to have Short on hand in case Macdonald suffers a Miss Universe moment.

"I can see the Steve Harvey thing happening for sure," says Macdonald. "It's not impossible. There used to be a theory that Marisa Tomei didn't really win the Academy Award. The person that opened it made a mistake."

Hmm. Maybe we should Google the 1998 ESPYs.

NORMCORE

Part Rock, part Gervais, part Macdonald: How to build a Canadian awards show



SIMON HOUPT
shoupt@globeandmail.com

Norm Macdonald was on a train out of Los Angeles the other day, patched in to a conference call and trying to give feedback on a prospective comedy bit

for the upcoming Canadian Screen Awards, when the long arm of the law caught up with him. As three other writers and the show's producer, Barry Avrich, listened in, a railway ticket taker chastised Macdonald for sitting in a section reserved for people with disabilities. A scuffle seemed to erupt; words were exchanged, some of which sounded possibly inappropriate for a family-friendly newspaper, and then the line went dead. "It's like a radio drama!" one of

the writers exclaimed with a chuckle, before his line also cut out. Eventually, the writers reconvened on the call. Macdonald was heading to a stand-up gig in San Diego; his writing partner, Steve O'Donnell, whose credits include *Jimmy Kimmel Live*, was in Los Angeles; Steve Patterson (CBC's *The Debaters*) was in Kitchener for a stand-up gig of his own that night; and comedy veteran Briane Nasimok was in a conference room at Avrich's office in Toronto's Little Italy.

They had 10 days before the show, which celebrates the year's best in Canadian film and TV, would go live from the Sony Centre in downtown Toronto this Sunday at 8 p.m. ET on CBC, hosted by Macdonald.

Among other issues, they were still trying to figure out the best pairings for the celebrity presenters, who include Catherine O'Hara, Eugene Levy, *The Book of Negroes*'s Aunjanue Ellis and Lyriq Bent, Rick Mercer, Helen Shaver, *Mohawk Girls*'s Brittany LeBorgne

and 19-2's Jared Keeso.

Avrich reminded the writers that the show will have a thrust stage extending into the audience, to give a "nightclub feel" to the broadcast. "It's almost like a mosh pit," he explained.

Patterson quipped: "It's a comedy catwalk."

"Where are we with the monologue?" Avrich asked.

Macdonald had not yet dialled back in, so O'Donnell spoke on his behalf.

CSA, Page 8

FROM PAGE 1

CSA: 'I don't really like insulting people when it's their night'

» "Norm is going to be more of a cheerleader, more quirky and odd than the Don Rickles zingers [for which he is known].

Though, he's got a nine-year-old in the audience [Vancouver-born Jacob Tremblay is up for the best actor CSA for his role in *Room*], he's going to have to go after him."

Avrich laughed and noted that the advertising tag line for this year's show is "Stars will be born. People will be offended." He said: "I'm certainly okay with the irreverence, and I'm certainly okay with it having more of a Golden Globes feel than an Oscar feel."

Macdonald was on the line by then, and he offered his opinion



The Canadian Screen Awards, hosted by Norm Macdonald, left, and produced by Barry Avrich, airs Sunday at 8 p.m. on CBC. MONROE ALVAREZ

on Ricky Gervais, who spent the Golden Globes show roasting everyone in the room. "I don't really like insulting people when it's their night," he said. "So, over all, it'll be fun, silly jokes. I think we could do a couple of jokes with the upcoming election in the United States and the recent election in Canada, how distinct they are."

Patterson piped up: "We've got a lot of references to [Prime Minister Justin] Trudeau right now.

Certainly, the CBC is very happy there's a Liberal government. We've written a lot of stuff reflecting the new government. Sometimes we have fun with it, sometimes we make fun of it, but it's along those lines -

whether Catherine O'Hara cares if there's gender parity in cabinet ..."

"Yeah, the diversity issue," Avrich said. "We talked about this at length in the last meeting. I think the Oscars overplayed it."

Speaking to his four white male writers, he said: "I think we've proven, not only with our presenters but just the overall feel and complexion of the show, that we're the more diverse show that's happening."

As the call rolled along, the comparisons to U.S. awards shows continued. The Canadian Screen Awards may set out to celebrate this country's unique vision. But, like a film festival partygoer who spends most of their time looking over the shoulder of the person they're talking to, the production of the CSAs merely underlines how much of the industry remains oriented southward.

One joke the writers were mulling was a parody of the Academy Awards broadcast's heavy use of text on the screen: Maybe, Avrich said, Macdonald could throw to a TV screen that was all but papered over with text?

Sometimes, keeping Oscar in mind can be helpful for more than just comedy. In constructing this year's show, Avrich said, he pored over the minute-by-minute viewing numbers of this year's Academy Awards and last year's Canadian Screen Awards to figure out what precisely prompted people to change the channel. "I think anybody who's producing live television today has to be a scientist, and be so meticulous about the pacing of a show."

Viewers' fickleness has intensified, at least for the CSAs: In 2013, average viewership was 756,000, or about 26 per cent of the 2.9 million who tuned in to at least part of the show; for last year's show, the average audience had dropped to 575,000, or 22 per cent of the 2.6 million who sampled it.

"In building the show, I've got to do two things," Avrich explained. "I've got to have a hell of a first act - packed with stars, packed with excitement. Secondly - and the Oscars did this very well - I'm constantly pumping what's coming up. They did 'more from Chris Rock, more from Chris Rock.' So I'm doing that like crazy on the show this year."

One thing that pretty much everyone agreed on was that viewers hate when winners get played off by aggressive music. Still, the show doesn't have the same latitude of the Oscars, which regularly blows through its three-hour time allocation: It has to be done by 10 p.m., to make way for CBC's flagship news program.

"We don't want to get in the way of *The National*. God forbid!" Avrich said.

"We have a line about that in the show," Nasimok reminded him. "You don't [mess] with Peter Mansbridge."

PRIX ÉCRANS CANADIENS

Un lion conquérant

Après *Book of Negroes*, les leçons des coproductions

STÉPHANE
BAILLARGEON

Contrairement aux blagues et aux allumettes, les recettes du succès peuvent servir plusieurs fois.

L'an dernier, la compagnie de production torontoise Conquering Lion Pictures (CLP) a frappé un grand coup dans l'univers de la télé canadienne-anglaise avec *The Book of Negroes*. La diffusion de la minisérie en janvier 2015 a drainé chaque fois en moyenne autour de 1,5 million de téléspectateurs vers la CBC et suscité un tas de recensions critiques favorables.

La création tournée en Afrique du Sud et en Nouvelle-Écosse se retrouve maintenant en nomination pour une douzaine de prix Écrans canadiens distribués demain, dimanche, par l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, avec de bonnes chances de l'emporter dans plusieurs prestigieuses catégories (réalisation, scénario, meilleure production...). Cette odyssée historique, inspirée du livre éponyme de Lawrence Hill, raconte le périple mondial d'Amita Diallo, arrachée à son village africain en 1750, à 11 ans, vendue comme esclave à une plantation de Caroline du Sud, puis affranchie en Nouvelle-Écosse avant de retourner dans son monde d'origine.



The Book of Negroes se retrouve en nomination pour une douzaine de prix Écrans canadiens, distribués par l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision.

Fou de Hill

La production en six épisodes *The Book of Negroes* de la compagnie torontoise Conquering Lion Picture, tournée en Afrique du Sud et au Canada, a été diffusée ici, aux États-Unis et en Europe, jusqu'en France. Étrangement, elle n'a pas encore été vue au Québec en français. Par contre, le livre de Lawrence Hill qui a inspiré la série vient de paraître en traduction française aux Éditions de la pleine lune de Montréal. L'Ontarien Lawrence Hill est un des auteurs les plus appréciés du pays. Multidoué, il a fait ses études en économie à l'Université Laval et en écriture à Baltimore. Excellent coureur de demi-fond, il a été journaliste pour le *Globe and Mail* et correspondant parlementaire à Ottawa pour le *Winnipeg Free Press*, avant de tout plaquer pour s'installer en Espagne, où il a écrit le premier de ses neuf romans.

LE DEVOIR, SAMEDI 12 MARS 2016
p.E7

Nouveau projet

Le succès encourage la volonté d'en remettre. CLP mise sur le dernier livre de Lawrence Hill, *The Illegal*, Prix du Gouverneur général, qui domine la liste des succès de vente depuis quelques mois. La fiction raconte l'histoire d'un autre Africain, coureur de marathon, que le mauvais sort transforme en immigrant illégal.

« Nous travaillons avec la même équipe qui a adapté *Book of Negroes* », explique le producteur Damon D'Oliveira, cofondateur de Conquering Lion Pictures avec le réalisateur Clement Virgo. « *CBC* va encore diffuser la production que Lawrence Hill va scénariser avec Clement, qui va la diriger. »

Seulement, pour avoir les moyens de cette ambition, CLP a dû se tourner vers l'international. « *The Illegal* est un projet parfait pour une coproduction puisque l'histoire se déroule dans deux pays inventés, un qui évoque l'Afrique et un autre qui serait en Europe, dit encore le producteur D'Oliveira. Dès le départ, ce projet appelle donc naturellement et sans forcer des partenaires

étrangers. Il n'y a rien de mystérieux là-dedans : les partenaires préfèrent participer à des projets qui parlent de leurs propres réalités, qui peuvent être tournées à plusieurs endroits, qui peuvent aussi s'enrichir de différentes réalités. La coproduction est bonne pour la business mais elle est aussi profitable culturellement. »

Il ajoute que la coproduction peut permettre de multiplier « par deux ou trois » le budget d'une série. L'avantage est évident pour un secteur en constantes compressions budgétaires depuis quelques années.

« Cela dit, il n'y a jamais rien de simple en production pour la télé ou le cinéma, dit le producteur de Toronto. Au bout du compte, ce qui fait vendre, c'est ta proposition de base, ton auteur, ton réalisateur, surtout tes comédiens et puis ton histoire. »

Ici comme ailleurs

Josette Normandeau n'en pense pas moins : le secret est dans le sujet porteur. Sa compagnie montréalaise, Idéacom International, réalise environ huit projets sur dix avec des partenaires étrangers. Les documentaires dominent.

Idéacom était partie liée de la formidable série *Apocalypse la 1^{re} Guerre mondiale*. Elle copilote maintenant la réalisation d'une série sur les dauphins qui nécessitera 84 jours de tournage partout sur la planète bleue pour deux heures de films in fine.

« Est-ce que Les pays d'en haut [ICI RC], une très belle série, magnifiquement bien faite, intéresserait les Américains ? demande M^{me} Normandeau. Est-ce qu'on aurait pu faire cette série en coproduction avec les Américains ? Je ne pense pas. Une série sur les coureurs des bois serait peut-être possible cependant. Je veux dire qu'il y a des sujets universels, même si ils s'inscrivent dans notre histoire. On me présente des idées sans arrêt, mais beaucoup ne peuvent pas attirer des investissements importants. Certaines peuvent par contre être achetées après pour une diffusion. Investir 500 000 \$ dans une coproduction et acheter la diffusion d'un film pour 5000 \$, ce n'est pas pareil. »

Les contrats de ce genre se signent de plus en plus dans le cadre de marchés professionnels. Le nouveau projet torontois participait aux Drama Series Days de la dernière édition du Festival de cinéma Berlin. Il y a été sélectionné pour le quatrième Forum de coproduction européen qui se tiendra en avril à Paris dans le cadre de *Séries Mania*, unique festival consacré à la fiction télé.

« Le Forum a été un énorme succès immédiatement, dit au Devoir Laurence Herszberg, directrice fondatrice de *Séries Mania*. Sans le savoir, on répondait à un manque : on arrivait à un moment où la coproduction se développait. Les professionnels se rendaient compte que les publics de toute la planète pouvaient s'intéresser au destin de la première ministre du Danemark [comme dans la série *Borgen*]. On pouvait s'intéresser à des questions très locales et faire voyager les créations. Ces rencontres sont un formidable creuset de business

et d'échanges pour développer des projets en commun. »

L'originalité de Forum est d'organiser les négociations autour d'une quinzaine de projets de séries sélectionnées parmi dix fois plus de dossiers. Les échanges ont permis de lancer la série policière suédoise *Jordskott* (2015) et la production d'anticipation *Trepalium*, dont la diffusion vient de débiter en France. « *The Illegal* a été choisi pour l'originalité de son sujet traitant d'un destin individuel très fort, celui d'un athlète qui court pour sa vie, explique M^{me} Herszberg. Il y a aussi un côté anticipation et dans la politique. En plus, ce projet montre que les Canadiens cherchent des partenaires européens. C'est plus compliqué avec les Américains. Et derrière, il y a le marché africain, un marché en devenir. »

M. D'Oliveira tempère les attentes autour des débouchés africains. « Le défi vient de l'infrastructure de distribution de la télé, dit le producteur canadien. Nous avons vendu *Book of Negroes* en Afrique du Sud et dans presque tout le continent, mais avec de petits contrats de distribution satellitaire. Le virage numérique devrait améliorer les choses dans les prochaines années. »

Il accepte toutefois pleinement les compliments sur son attrait comme partenaire. « Les producteurs canadiens sont bien reçus, dit-il. Nous avons un important système de soutien à la production et à la diffusion. Nous avons maintenant des exemples de succès impressionnants, comme la série *Vikings*, qui se vend très bien dans le monde. En plus, en ce moment, Netflix travaille à la production au Canada de trois ou quatre séries dramatiques qui seront tournées au Canada. »

Le Devoir



Brie Larson pourrait être récompensée de nouveau pour son rôle dans *Room*, demain, au gala des Écrans canadiens.

PHOTO D'ARCHIVES

Remise de prix

Après les Oscars, les Écrans canadiens

Après avoir triomphé aux Oscars et aux Golden Globes en raison de sa performance dans le film *Room*, la jeune actrice américaine Brie Larson pourrait fort bien ajouter un nouveau prix à sa collection lors du gala des Écrans canadiens, demain soir.

démons) et Maxime Giroux (*Félix et Meira*).

Aussi, c'est un film québécois – *La guerre des tuques 3D* – qui recevra le prix Écran d'or Cineplex, remis au film canadien ayant amassé le plus d'argent au box-office dans la dernière année.

LARSON OU BONNIER ?

Du côté des actrices, Brie Larson aura de la compétition québécoise puisque Céline Bonnier (*La passion d'Augustine*) et Karelle Tremblay (*Les êtres chers*) sont aussi en lice pour le prix de l'interprétation féminine dans un premier rôle.

Christine Beaulieu (*Le mirage*) et Mylène Mackay (*Endorphine*) sont quant à elles nommées pour le prix de la meilleure interprétation féminine dans un second rôle.

Chez les acteurs, Maxim Gaudette (*Les êtres chers*) luttera notamment avec la jeune sensation de Vancouver Jacob Tremblay, vedette du film *Room*.

Animé par l'acteur et humoriste canadien Norm Macdonald, le gala débutera à 20 h et sera diffusé sur les ondes de CBC.

Maxime Demers

MDemers.JDM



Room, un film qui a été en grande partie produit au Canada, est en lice pour un total de 11 prix pour ce gala (anciennement connu sous le nom de soirée des Génie) qui récompense le meilleur du cinéma et de la télévision au Canada.

Le drame historique *Brooklyn*, un autre film coproduit par le Canada qui s'est rendu aux Oscars il y a deux semaines, a également obtenu quelques nominations, notamment dans les catégories du meilleur film et des meilleures images.

Au-delà de la présence de *Room* et de *Brooklyn*, le cinéma québécois fait encore une fois belle figure aux Écrans canadiens.

Le Québec a décroché cette année un nombre record de 175 nominations dans l'ensemble des catégories, incluant celles réservées à la télévision et aux médias numériques.

Cinq longs-métrages québécois font partie des 10 titres nommés pour le prix du meilleur film canadien de l'année: *Corbo*, *Les êtres chers*, *Guibord s'en va-t-en guerre*, *Félix et Meira* et *Les démons*.

Sur les cinq cinéastes retenus pour le prix de la meilleure réalisation, trois sont québécois, soit Anne Émond (*Les êtres chers*), Philippe Lesage (*Les*

maxime.demers
@quebecormedia.com



ENTRE CHIEN SALE ET JEUNE LOUP

Hugo Dumas
La Presse

Le combat se termine lundi soir avec la diffusion des grandes finales des *Jeunes loups* et des *Pays d'en haut*. Le chien sale à Séraphin Poudrier a gagné le bras de fer, et la colonisation du Nord se poursuivra l'an prochain à Radio-Canada, tandis que Claudie St-Laurent et Maripier Renaud publient leur dernier numéro du *Matin* à TVA, qui n'a pas renouvelé son abonnement pour une troisième saison.

Heureusement, la fin des *Jeunes loups* n'est pas ouverte. Même que ça se termine de façon assez cynique, sans rien divulguer, alors que la punkette rousse Maripier (Catherine Bérubé) se retrouve à coucher avec le pouvoir, elle qui a si longtemps dénoncé l'acoquinement entre les médias et la sphère politique. Joli revirement de situation.

Par le truchement de la grande enquête sur les langues coupées du reporter Marc Quenneville (Luc Picard), la deuxième saison des *Jeunes loups* a lourdement insisté sur les ratés de l'appareil judiciaire québécois, sur les « bandits » protégés par la Charte des droits et libertés et sur l'incompétence des procureurs de la Couronne, incapables d'emprisonner tous les « crottés » qui grouillent en ville.

Dans chacun des 10 épisodes, tel un mantra bouddhiste, un des personnages de Réjean Tremblay a balancé une réplique super appuyée, qui relayait ce ras-le-bol « du monde ordinaire » envers le laxisme des tribunaux. L'effet Guy Turcotte s'est clairement faufilé dans le scénario.

« Ils n'ont pas été acquittés parce qu'ils sont innocents, vous le savez très bien », dira même un juge respecté dans l'épisode de lundi. Maudit système détraqué. Ce filon était intéressant. Son traitement, un peu moins.

Les jeunes loups a suivi des journalistes affamés, acharnés et assoiffés de vérité. Cette représentation un brin romantique du métier demeure extrêmement pertinente, surtout en cette période d'instabilité où les grands médias en arrachent.

Il en faut des Marc Quenneville, des Amélie Castonguay (Isabelle Guérard) et des Philippe St-Pierre (Danny Gilmore), qui sont prêts à se salir les mains pour déterrer des scandales. Sinon, qui le fera ?

La télésérie de Réjean Tremblay, que j'ai suivie de la première à la dernière seconde, aurait pu être dépouillée de remarques salaces inutiles comme celle-ci, que Réjean Tremblay fait dire à son boxeur vedette : « S'il fallait que chaque gars qui se fait sucer un samedi soir passe à la télé, y'aurait plus de place pour le hockey. » Hep pelaille. Pas nécessaire, non plus, de parler de la « grosseur des queues » des personnages.

S'il y avait eu un troisième chapitre des *Jeunes loups*, c'est évident, les jeunes footballeurs endoctrinés par le préparateur physique français (Laurent Lucas) seraient partis combattre le groupe État islamique en Syrie. Tout convergeait vers ce dénouement.

Dans *Les pays d'en haut*, l'acteur Vincent Leclerc, alias Séraphin, demeure la grande révélation de ce remake réussi de l'œuvre de Claude-Henri Grignon. Attendez de voir l'étendue de son jeu tout en nuances lundi soir, c'est spectaculaire. Son Séraphin y est attendrissant et émouvant, tout en étant parfaitement vil et odieux. Ça sent les prix Gémeaux pour ce comédien doué, foi de Nostradamus.

À Sainte-Adèle, Séraphin Poudrier serre dans ses griffes la famille Laloge, qui commence à étouffer sérieusement. Le père (Julien Poulin) est ruiné. Le déshonneur accable la farouche Donaldda (Sarah-Jeanne Labrosse). Et Bidou (Rémi-Pierre Paquin) lutte pour sa vie après l'échange de coups de feu avec les Irlandais.

Ce 10e et dernier épisode de la série, même s'il se déroule en 1886, a des échos très contemporains. Il y sera question de corruption à l'hôtel de ville, de fausses factures et de détournements de fonds. Comme quoi les bonnes vieilles habitudes ne se perdent pas dans le monde municipal.

La descente aux enfers du coroner Jérôme Marignon (Alexis Lefebvre), à qui on ne souhaite tellement pas de mal, pauvre lui, se poursuivra. Le Dr John Thackery (Clive Owen) de *The Knick* et lui ont plusieurs points en commun, semble-t-il.

La richesse des *Pays d'en haut* réside dans ses nombreux personnages secondaires, souvent plus intéressants que Donaldda et Alexis (Maxime Le Flaguais). Mes préférés ? Les très intenses Jos et Caroline Malterre, interprétés par Claude Despins et Anne-Élisabeth Bossé, de même que les deux fraîches du village, Délima Poudrier (Julie Le Breton) et Angélique Pothier (Madeleine Péloquin).

Lundi soir, un meurtre sera commis à Sainte-Adèle et l'auteur Gilles Desjardins résoudra enfin le mystère du café d'avoine empoisonné, qui traînait depuis trop longtemps.

Ah oui, sans dévoiler de *punch*, il y aura également une scène explosive chez Séraphin et il ne s'agira pas d'un « boom lié à la colonisation.

http://plus.lapresse.ca/screens/b37b0796-6636-4616-b263-c86becdbc92f%7C_0.html

LE GUIDE DES ÉCRANS

L'AGENDA

LE DEVOIR

SEMAINE DU 12 AU 18 MARS 2016



ICI RDI

Le documentaire montre les tensions sur les terrains d'opération où s'entremêlent forces de l'ordre, désordre et témoins d'entrechocs.

TÉLÉVISION

Police démontée

Où comment les vidéos amateurs ont transformé le travail des forces de l'ordre

STÉPHANE BAILLARGEON
Le Devoir

En sociologie, on parle de l'effet Hawthorne quand les résultats d'une expérience sont affectés par le fait que les sujets ont conscience d'être en observation. En éducation, on parle plutôt de l'effet Pygmalion, les performances des élèves pouvant s'améliorer du simple fait que leur enseignant attend d'eux de meilleures performances.

Il faudrait inventer un terme semblable pour la police sous surveillance. Pourquoi pas l'effet matricule 728? L'appellation contrôlée rendrait un ironique et vertueux hommage au vice professionnel de l'ex-agente Stéphanie Trudeau, déclarée coupable de voie de fait pour son arrestation « brutale, illégale et sans motif » d'un musicien de Montréal en octobre 2012.

Son intervention hors norme a été captée par des passants sur leurs cellulaires, par six caméras différentes au total. « Les images nous amènent des preuves irréfutables de ce qui s'est passé », dit l'avocat Alain Arsenault, interviewé dans l'excellent documentaire de Charles Gervais *Police sous surveillance*.

Le spécialiste des bavures policières commente l'impact des images maintenant omniprésentes alors que défilent celles de l'intervention contre les « gratteurs de guitare » du Plateau. « Est-ce que l'intervention était prématurée ou exagérée? A-t-on pris les moyens pour se prémunir en évitant des blessures graves? Avant, cette possibilité d'avoir une preuve vidéo [...] c'était la parole d'un citoyen contre un policier. C'était loin d'être garanti. Les vidéos nous donnent des résultats intéressants. »

Le documentaire utilise un tas d'images d'archives d'ici et d'ailleurs. Les manifestations du temps des carrés rouges sont évidemment très présentes. Le montage et la musique rendent très bien les tensions inévitables sur les terrains d'opération où s'entremêlent les forces de l'ordre, du désordre et des témoins de leurs entrecroisements.

La caractéristique fondamentale de tout le portrait se concentre là, dans le relais des idées, des conceptions et des actions autour d'un sujet délicat surchargé d'enjeux sociopolitiques. L'enquête propose différents points de vue, ceux de la police, des manifestants, des témoins, des experts. La sociologie de base comme le b.a.-ba du journalisme répètent que pour comprendre et expliquer une situation, un événement, un phénomène il faut confronter les opinions et les témoignages. Voici donc un modèle de panorama large et englobant entremêlant et confrontant les perspectives.



ICI RDI

L'observation d'un monde par les caméras, demande le film, finit-elle par le transformer?

Du pouvoir des images

On pourrait aussi parler d'une mise en abîme critique par l'image des images. Le film se demande comment l'observation d'un monde par les caméras finit par transformer ce monde. Les cellulaires et les caméras de surveillance ont peut-être réduit l'anonymat dans nos sociétés. Ils ont aussi révélé des choses qui autrement seraient restées cachées tout en forçant à réfléchir sur la complexe vérité des images.

Le sergent Fortin, un vétéran, résume les mutations récentes de sa profession: «Honnêtement, depuis 15 ans, si tu penses qu'il n'y a pas de caméras quand tu interviers, je pense que tu es à côté de la track. Moi, je me dis qu'il y a toujours une caméra. C'est tellement facile maintenant. Tu peux être filmé du balcon, par un passant, d'une auto. Il y a des caméras partout.»

Le spécialiste de la police Stéphane Berthomet ajoute que certaines images sont trompeuses. «Ce n'est jamais joli, l'exercice de la force, dit-il. Toute la difficulté c'est de savoir si cet usage de la force est justifié ou pas, et on ne le voit pas toujours à travers les images. Ce n'est pas parce que quatre policiers sont couchés sur quelqu'un en train de l'arrêter qu'il y a quelque chose d'illégal ou de violent là-dedans. Le danger des images, c'est d'en tirer des conclusions erronées.»

Il y a des cas contraires où les images montrent bien de l'abus. Le cas d'école, selon M. Berthomet, a été fourni à Trois-Rivières le 2 février 2013 alors qu'Alexis Vadeboncoeur, arrêté pour vol qualifié, a été battu par quatre policiers alors qu'il

faisait acte de soumission, étendu au sol, les bras en croix. La scène a été captée par une caméra.

Ce genre de cas où la police est prise en flagrant délit se produit régulièrement aux États-Unis. Les plus choquantes captations montrent des meurtres en direct. «La police est un fonctionnaire spécial parce qu'il est armé, dit le professeur Francis Dupuis-Déry. Parfois, il utilise son arme à mauvais escient.»

Certains citoyens voient d'ailleurs dans les caméras un moyen organisé de lutter contre la répression policière. C'est le cas de 99 Média, né pendant les grèves étudiantes. «Filmer enlève à la police l'impunité», résume un vidéaste militant. Un autre documentariste de la rue, Moïse Marcoux-Chabot, en rajoute: «On a constaté que souvent, tant qu'il n'y a pas d'images pour prouver qu'on a été frappé et arrêté, les gens n'y croient pas.»

L'avocat Alain Arsenault croit que ce genre d'image a le mérite de mettre l'accent sur les valeurs devant guider la police. À bien y penser, la policière Stéphanie Trudeau n'a visiblement pas modifié la lourdeur de son intervention malgré les caméras des citoyens, malgré les cris incessants des témoins qui lui demandaient d'arrêter de brutaliser ses victimes. Les images ont par contre aidé à la condamner. L'effet matricule 728 se mesure de bien des manières...

Police sous surveillance

ICI RDI, lundi à 20 h



**Pixels
en vrac**

Le printemps fleurit en ligne

GENEVIÈVE TREMBLAY
La Devoir

Après le retour de Scott Kelly de ses 340 jours dans l'espace, *Exode* tombe à point. Dans cette websérie québécoise de science-fiction, Emmanuel Bildeau (très bon dans un cercle aussi fermé) incarne David, un spécialiste en cartographie céleste coincé dans l'espace alors que sa nacelle vient d'être éjectée du vaisseau *ASCE-Atlas*. Réveillé en sursaut de son sommeil artificiel, il utilise le système de télépathie synthétique pour tenter de contacter sa femme et sa fille, toutes deux encore à bord du vaisseau qu'il observe désespérément depuis sa lunette ouverte sur le néant. Léo, son copilote virtuel à la voix « intelligente », lui parle, réfléchit même; sorte de mise en abîme de la pensée de David sur sa vie et sa mort qui approche — qu'il a au fond choisie puisqu'il est presque certain d'échouer dans sa tentative de sauver sa famille de la désintégration de l'*ASCE-Atlas*. Domage qu'il n'y ait que quatre épisodes: le scénario aurait pu en nourrir au moins le double et le suspense, lui, est prenant.

En ligne à tv5.ca/exode



Autres vies de Web

Du côté de la télévision publique, la websérie fait le printemps: au cours des prochaines semaines, le volet gratuit d'ICI Tou.tv accueillera cinq productions québécoises, dont deux diffusées par le Fonds TV5 à la fin 2015 (*L'écrivain public et Switch & Bitch*). Les trois autres sont de plus grande envergure: *La vie n'est pas un magazine*, destinée aux femmes de 25 à 35 ans, comptera 22 émissions et réunira Catherine Trudeau, Léane Labrèche D'or et autres invités; *Barman*, une fiction sur un ancien enfant vedette devenu travailleur de bar (et, à son grand désarroi, le Freud de célébrités) comptera 12 épisodes; et *A ne pas faire à la maison* jouera la carte de l'humour pour répondre aux questions les plus farfelues des jeunes, cela en 48 émissions diffusées jusqu'en février 2017.

En ligne à ici.tou.tv

Californie parallèle

Pour rendre hommage à l'écrivain de science-fiction Philip K. Dick et à son univers entre réel et imaginaire, présent et futur, l'équipe d'Arte a conçu un jeu vidéo bluffant: *Californium*. On y devient Elvin Green, un écrivain raté piégé dans des réalités multiples et qui se voit proposer de changer le monde. Quatre univers sont possibles: Berkeley en 1957, hippie et droguée; Berkeley, capitale d'un monde sous surveillance; la planète Mars, refuge postcatastrophe nucléaire sur Terre; ou tout simplement un chaos sans repères, question d'atteindre le summum du genre. On peut jouer gratuitement en ligne ou acheter le jeu complet.

En ligne à californium.arte.tv/fr




**À ne pas
manquer**

La douceur d'un géant

MANON DUMAIS
Collaboratrice — La Devoir

« Le cinéma, c'est un plaisir qui, en plus de 40 ans, ne s'est jamais démenti », affirme le vénérable pionnier du cinéma pour enfants dans *André Melançon, le grand gars des vues de Luc Cyr* (Marcel Dubé, un simple dramaturge). Né en 1942 à Rouyn-Noranda, ce doux géant de 6 pi 3 po doit sa passion de raconter des histoires au regard de sa mère alors qu'enfant, il montait des pièces de théâtre dans le garage double de son père. À quatre ans, il découvre le cinéma grâce à ses grands frères qui l'emmènent voir *Tarzan*: un coup sur la gueule pour le gamin, qui en reprend un deuxième lorsqu'il découvre à 14 ans *La Strada* de Fellini.

Ex-psychoéducateur, André Melançon est littéralement venu au monde avec le bouleversant documentaire *Les vrais perdants*, « un cri d'enfant » selon ses propres mots. Dans la fébrilité du tournage de *La construction du personnage* ou dans la paisible intimité de son salon, le réalisateur de *La guerre des tuques* et de *Bach et Bottine* se livre en toute simplicité à la caméra. Déclarant le sourire aux lèvres et l'œil brillant qu'il est « payé pour jouer dans un carré de sable », le cinéaste se remémore ses rares regrets et les temps forts de sa carrière. Passionnant conteur, l'homme ne laisse jamais transparaître la moindre amertume dans ses propos où il relate, avec humilité, la petite histoire du cinéma jeunesse au Québec. Tandis que défilent d'irrésistibles extraits de ses principales œuvres, force est d'admettre que Melançon est une espèce rare et inestimable dans notre cinéma.

Grands reportages

RDI, vendredi à 20 h

ÊTRE LÀ OÙ EST LE PUBLIC



Série noire



Les pays d'en haut



Les pays d'en haut



Quart de vie

PHOTOS COURTOISIE

Nos habitudes télévisuelles changent. Question de générations ? Sans doute. Quoi qu'il en soit, nous avons maintenant les outils qui nous permettent, spectateurs que nous sommes, d'être exigeants. Pour la première fois, depuis l'automne, ce «dispersement» des écoutes est palpable.

Emmanuelle Plante

Collaboration spéciale

Certains rendez-vous persistent, mais les cotes d'écoute de la télévision traditionnelle ont connu une légère baisse depuis l'automne. Notre intérêt pour les produits télévisuels n'a pas changé, le support et la façon de les consommer oui.

« Il ne faut pas se mettre des œillères, affirme Christiane Asselin, directrice Contenu et programmation multiécran, Websérie et Ici Tou.tv. Radio-Canada est tournée vers le numérique. Nous souhaitons être là où les gens veulent et innover. » La montée en flèche de la popularité de Netflix a forcé les diffuseurs de chez nous à emboîter le pas vers le numérique avec un contenu exclusif et la possibilité de le regarder en rafale.

« Quand on a lancé le Club Illico il y a 3 ans, nous avons observé l'évolution du marché, de notre clientèle et ce qui était recherché, explique Marie Ginette Lepage, Vice-présidente Marketing, Télédistribution et exploitation des contenus pour Vidéotron. Pour les francophones, il n'y avait aucune offre de service adaptée. Nous avons développé avec Québecor

Contenu des produits adaptés à des cibles spécifiques, on est allé chercher des films qui avaient connu des succès au box-office et généraient une certaine traction, puis on s'est rendu compte que certains télévotants étaient prêts à payer pour avoir un contenu premium et pouvoir consommer leurs séries en rafale. »

« Notre stratégie s'est articulée autour de deux points : donner aux gens ce qu'ils veulent, où ils veulent, quand ils ont envie de l'écouter et contrer Netflix, poursuit Christiane Asselin. Le binge watching (gavage télévisuel ou écoute en rafale) est une réalité et pour que notre clientèle continue d'aimer Radio-Canada, il faut leur offrir ce dont ils ont envie. » Dans cette optique, Tou.tv a fondé l'Extra où les abonnés ont accès à un contenu en primeur et sur lequel on retrouve un catalogue de produits destinés aux gens dès le pré-scolaire jusqu'à 50-60 ans. »

TÉLÉ À LA CARTE

Depuis une dizaine de jours, une nouvelle réglementation du CRTC, fruit d'une audience publique, est entrée en vigueur obligeant les câblodistributeurs à

offrir des forfaits de base plus abordables et surtout plus souples. « La télévision à la carte est une grosse tendance aux États-Unis comme en Europe, constate Arnaud Granata, vice-président et directeur des contenus des Éditions Infopresse. Il y a une fragmentation des plateformes et des auditoires, mais le plus important est de créer une marque forte qui va atteindre son public cible.

Télé-Québec, par exemple, réussit très bien avec l'émission *Like-moi* à rejoindre sa cible. Les personnages ont des profils sur les réseaux sociaux, des contenus exclusifs ont été créés, on peut revoir les épisodes, l'émission s'est associée à Vidéotron mobile. Dans ce cas-ci Télé-Québec est associée à des contenus jeunes, dans l'air du temps, crée des phénomènes de société, ce qui stimule la clientèle cible à regarder la chaîne. »

Du côté de l'Extra Tou.tv, les fans de *Série Noire*, ont eu accès à l'entièreté de la seconde saison en décembre dernier, un mois avant sa diffusion sur Ici Radio-Canada Télé. « On remarque qu'il n'y a pas de "cannibalisation" entre les plateformes, avance Christiane Asselin. *Série*

Noire a eu les mêmes parts de marché même en étant proposé en primeur. Il y a des gens pour qui *Série Noire* est une obsession et qui ont été très contents de pouvoir dévorer la série en rafale. La multiplication des plateformes permet ce qu'on appelle la "découvrabilité". La diffusion de la 2^e saison a stimulé l'écoute de la 1^{re}. »

Pour suivre sur cette ligne de pensée, Tou.tv annonçait la semaine dernière que plusieurs productions d'Ici Explora seraient dorénavant offertes sur l'Extra. « Explora est une chaîne qui va bien. Mais des téléspectateurs qui n'y ont pas d'accès direct vont bénéficier d'une sélection de contenus, explique Christiane Asselin. » Ce qui permettra à certains de découvrir ainsi la chaîne et de s'y abonner pour poursuivre l'expérience.

LE SUCCÈS DE BLUE MOON

Le Club Illico a marqué un grand coup en diffusant en exclusivité la série *Blue Moon*. En 48h on avait comptabilisé 100 000 visionnements, un million en moins d'un mois. « C'est une série qui a été bâtie, montée, pensée pour une écoute



Gaby Gravel, *Like-moi*

Like-moi

LA TÉLÉ À
L'AIR
DU TEMPS



Blue moon



Mensonges

en rafale, raconte Marie Ginette Lepage. Luc Dionne nous a dit qu'il écrivait un film de 10 heures et c'est exactement ça tellement la série est addictive. Elle nous a permis d'afficher notre meilleure semaine d'acquisition de client et on remarque que la moitié de nos abonnés ont dévoré les 10 épisodes en moins d'une semaine.»

Est-ce à dire que le Club Illico continuera à plancher sur des séries lourdes?

«Une deuxième saison de *Blue Moon* a été tournée et il est certain qu'on développe des contenus pour mettre en valeur nos plateformes et notre clientèle.» D'autres séries, dont *Mensonge*, ont aussi connu plusieurs vies, sur le Club Illico, Addik puis TVA.

Ce succès inspire-t-il Tou.tv Extra à se lancer dans la production de séries télé? «Chacun développe des choses différentes pour rencontrer son public, affirme Christiane Asselin. Nous venons d'an-

noncer de nouvelles séries web. On développe de nouveaux talents, de nouveaux auteurs. C'est un genre qu'on aime. La websérie *Quart de vie*, qui s'adresse aux 18-25 ans, a enregistré un million de branchements. C'est une clientèle qui est moins télévisuelle pour qui c'est devenu leur *Watawatow*.»

RAJEUNISSEMENT DES AUDITOIRES

Cette clientèle, qui est-elle? Pour des raisons de compétitivité, aucun diffuseur ne veut se prononcer. Chose certaine, nous sommes à une ère de transition entre une génération très attachée à son téléviseur et une autre difficile à fidéliser qu'il faut séduire où elle est. «On assiste à un phénomène de rajeunissement des auditoires, confirme Arnaud Granata. Les rendez-vous télé sont de moins en moins fréquents. Il y a *La Voix*, *Tout le monde en parle*. Ce qui est complexe c'est que la

mesure d'aujourd'hui n'est pas adaptée à la réalité. Il n'y a pas de mesure globale. Un annonceur qui achetait dans une chaîne veut être aujourd'hui présent où il aura un pouvoir d'influence sur sa cible, il veut se coller à la création de contenu, avoir un contenu exclusif, une stratégie multiplateforme, un déploiement en mobilité, une application. Un 30 secondes en ondes ne suffit plus d'où la création de produits dérivés.»

C'est sans doute pour atteindre les jeunes que tous les épisodes des *Pays d'en haut* se sont retrouvés sur l'Extra après un départ canon sur Ici Radio-Canada Télé. «Encore là, ça n'a pas nui aux cotes d'écoute, confirme Christiane Asselin.» Mais à ce rythme-là, la télé va-t-elle

survivre? «Il faut arrêter de voir le numérique comme une menace, mais plutôt comme un complément. La télé demeure une plateforme de choix, mais le public a l'opportunité de se promener.»

«Il y a beaucoup de complémentarité entre les plateformes, confirme Marie Ginette Lepage. Certains contenus se regardent sur grand écran, en rafale ou à la petite semaine. Sur les cellulaires, les contenus ne dépassent pas les 4 minutes.» Le numérique stimulerait donc le traditionnel et vice-versa. «Quand on regarde les diffuseurs et toutes les plateformes au Québec, note Arnaud Granata, la télévision est très forte au niveau des investissements et reste en tête. C'est le vaisseau amiral.»

Unis TV: le point après 18 mois

André Magny (Francopresse)

Un an et demi après son entrée en ondes et en dépit de certains doutes, Unis TV a-t-elle réussi à faire la conquête des foyers franco-canadiens ? Coup d'oeil sur la chaîne qui veut être le reflet des réalités francophones au Canada. Rappelez-vous, c'était le 1er septembre 2014. Un gala lançant la programmation d'Unis marquait les débuts de cette nouvelle chaîne, à l'initiative de TV5 Québec-Canada. Son mandat : faire de ce nouveau média la télévision des francophones du Canada. L'objectif est de taille quand on sait que Radio-Canada a été critiquée pour trop souvent montrer la réalité québécoise au détriment de celle des différentes communautés francophones au Canada.

Pour atteindre ce résultat, la nouvelle chaîne va ouvrir des bureaux à Moncton, Toronto et Vancouver. Montréal étant le siège social. En lui accordant sa licence, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) s'attend à ce qu'Unis montre aussi le visage des régions au Québec.

Donner la parole aux francophones

Offerte dorénavant systématiquement dans le bouquet de base des câblodistributeurs, Unis propose des émissions touchant tantôt l'art de vivre, la culture et la société, tantôt les voyages, les documentaires et le cinéma, sans oublier ses émissions jeunesse. Et avec tout ça une vingtaine de productions originales.

Pierre Gang, le directeur de la programmation se dit « fier » de voir tout ce que la chaîne « a réalisé en si peu de temps ». Après tout, Unis a déjà eu deux nominations au gala des Gémeaux avec *Pense vite !* Des émissions comme *Agrofolie*, *Le Canada plus grand que nature* ou encore *Couleurs locales* ou *Sur la route des jardins* produite en Alberta semblent avoir trouvé leur niche.

Et surtout, selon Pierre Gang, Unis a réussi « à mettre des gens ensemble, à travailler avec des producteurs hors Québec, à les soutenir. » Selon M. Gang, la chaîne serait directement responsable de la création de neuf nouvelles maisons de production à travers le Canada. Un chiffre que ne nous a pas confirmé malheureusement l'Association des producteurs francophones du Canada.

Par contre, pour David Beata, producteur chez Machine Gum de Toronto, qui signe notamment l'émission d'affaires publiques *Couleurs locales* et *Balade à Toronto* sur la relève musicale, « la naissance d'Unis nous a certes permis de mettre sur pied notre entreprise, puisqu'il s'agit d'un client important pour les producteurs de contenu francophone oeuvrant en milieu minoritaire.

« Les projets déclenchés par Unis et les enveloppes de production sont des éléments tangibles qui ont permis de monter une entreprise basée sur une structure financière concrète. » David Beata confirme qu'Unis a aussi été là pour les encadrer.

« Malgré notre courte expérience à titre de producteurs indépendants, Unis a su nous faire confiance avec les projets et en offrant les enveloppes financières requises pour soutenir la production.

« Une certaine forme d'encadrement fut offerte par Unis, par le biais d'experts conseils sur certains besoins très précis. Mais au plus haut point, Unis a su nous faire confiance avec les projets. Cette confiance est, selon moi, l'aspect qui a contribué le plus au développement de notre entreprise. Ils nous ont fait confiance au niveau éditorial, esthétique et financier. »

Note discordante

Questionné à savoir si Unis TV avait réussi à faire taire certaines critiques qui s'étaient fait entendre au moment de l'attribution de sa licence par le CRTC, Pierre Gang a clairement indiqué qu'il n'avait pas le goût « de retourner dans le passé ».

On se rappellera qu'à l'époque, devant le CRTC, la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA) avait accordé son soutien à une autre chaîne,

Accents.

Dix-huit mois plus tard, quel constat fait la FCFA ? Pour sa présidente, Sylviane Lanthier, « il y a eu quelques bons coups comme la couverture de l'élection fédérale par l'émission Couleurs locales. Cependant ce qu'on perçoit, c'est que la chaîne Unis demeure très discrète et pourrait avoir plus de visibilité dans les communautés. »

D'où l'importance de garder le canal de communication ouvert entre la chaîne québécoise et cet important organisme pancanadien. « Depuis le départ de Suzanne Gouin, qui était présidente-directrice générale de TV5 Québec-Canada, on n'a presque plus de contacts avec Unis. On a hâte de rencontrer la nouvelle PDG, Marie-Philippe Bouchard, pour recréer des liens. On ne voudrait certainement pas que Unis prenne la voie de TVA qui, après avoir obtenu une distribution nationale grâce à l'appui des communautés, a cessé d'avoir des contacts avec celles-ci. »

Encore des projets

Rappelant au passage qu'Unis n'est pas en quelque sorte le club école de TV5 Québec-Canada - « on fait chambre à part ! » -, Pierre Gang est convaincu que la nouvelle chaîne amènera son lot de surprises dans les semaines à venir à commencer par deux nouvelles émissions : St-Nickel et Unis par le chant. St-Nickel sera la première série dramatique produite par Unis et se passera à Sudbury et mettra en vedette des comédiens franco-ontariens.

On y découvrira une femme forte, mère de deux enfants, travaillant dans un bar de danseuses et à qui la Ste-Vierge apparaît. « Décapant ! », aux dires du chef de la programmation. L'émission sera lancée en juin. Quant à Unis par le sang, il s'agira de musique et de relève. Pierre Gang n'a pas voulu trop s'aventurer, les communiqués de presse n'étant pas encore envoyés ! « Réjouissant » a-t-il qualifié cette nouvelle émission.

Un peu comme la série Au cœur du Yukon, Pierre Gang aime à rappeler que plus que jamais ce « très gros bateau » qu'est Unis partira de plus en plus « à la rencontre des gens ».

<http://lavoixacadienne.com/index.php/culturel/1239-unis-tv-le-point-apres-18-mois>

Feds probe CHCH layoffs



HAMILTON – The federal government has launched an investigation into Channel 11 Limited Partnership, some three months after CHCH-TV Hamilton cut staff and declared bankruptcy.

According to a report by AM900 CHML in Hamilton, dozens of terminated CH employees received a letter from Employment and Social Development Canada this week saying that it is investigating the issue of unpaid severance and lost wages.

The letter, a copy of which was obtained by Cartt.ca, says that while the Labour Program of Employment and Skills Development Canada can't actively obtain any unpaid wages from Channel 11 Limited Partnership, "the director(s) of the general partner, 2208937 Ontario Inc., may be found to be jointly and severally liable".

The Labour Program promised to monitor the bankruptcy proceedings and communicate with the former employees as the investigation proceeds. "Please note that this investigation may take considerable time to complete, as any decision respecting director liability is affected by the bankruptcy proceedings", continues the letter.

It also directed the workers to register their claim with the bankruptcy trustee and, if eligible, to apply for compensation from Service Canada's Wage Earner Protection Program.

As Cartt.ca reported, CHCH declared bankruptcy on December 11 and cut all of its 167 employees before offering 81 of them positions with a new company. CHCH is owned by independent broadcaster Channel Zero.

<https://cartt.ca/article/feds-probe-chch-layoffs>

Home Internet penetration at 92%: MTM

The Wire Report

Internet use is nearly universal by English-speaking Canadians and the amount of time adults spend online is continuing to grow, suggested a new report on Internet penetration by the Media Technology Monitor, a project of **CBC/Radio-Canada**.

Results from the MTM survey suggest 92 per cent of anglophones have a home Internet connection, with the average user spending 22.6 hours online in a typical week in 2015, rising from 21.5 hours in the previous year.

Users who spend the most time online tend to be between the ages of 18 and 34 or students, according to the survey, with both demographics spending more than 30 hours online in a typical week. Those with household incomes of more than \$100,000 are also heavier Internet users.

A separate MTM report on Internet activities suggested that when online, 75 per cent of users use social networks, with Facebook the runaway leader, attracting 86 per cent of respondents who use social networks.

The results for both reports were primarily based on phone interviews with 4,003 anglophone Canadians by Forum Research Inc. last fall, with a margin of error of plus or minus 1.5, 19 times out of 20.

www.thewirereport.ca/briefs/2016/03/11/home-internet-penetration-at-92%25-mtm/30684

CANADA

Perfect storm led to decline in Canada's newspapers, committee hears

Independent publications bought up by corporations disguised as newspaper chains

By Kaven Baker-Voakes | Epoch Times Contributor

Canada's newspaper industry has seen a perfect storm over the last 20 years, leading to the rapid decline in papers across the country, Parliament's heritage committee was told on March 8.

In the latest testimony on the state of media in Canada, Richard Tardif, executive director of the Quebec Community Newspapers Association and a former journalist, told MPs that over the past 30 years, corporations disguising themselves as newspaper chains have bought up many of the country's independent newspapers.

"These corporations owe allegiance to shareholders and less and less to readers, all the while steadily cutting back on journalists' resources, column width, line rates, and shutting down their newspapers," Tardif said.

Continued on A3



THE CANADIAN PRESS/ALY THOMPSON

Journalist Patricia Brooks Arenburg pickets outside the Chronicle Herald's office in Halifax on Jan. 25 over proposals to reduce wages, lengthen working hours, shrink future pension benefits, and lay off up to 18 workers.

Perfect storm led to decline in Canada's newspapers, committee hears

continued from FRONT

"The corporate hope was to attract advertisers to online news platforms, but as it turns out, the method of click-per-thousand across the Internet generated only a few cents of revenue. In the end it was an insurmountable disaster, with no turning back for them."

Witnesses who spoke before the committee estimated that revenue generated online translated into one dollar for every seven dollars that was lost in print.

"How do you pay the bills? Well, you have a hard time doing that, as a lot of my colleagues have suggested," Tardif said.

The Quebec Community Newspapers Association estimates that since 2010, federal advertising has dropped 98.5 percent.

Carmel Smyth, president of the Canadian Media Guild, told the committee that since 2008, cuts have resulted in over 16,000 job losses in Canada's media, according to the guild's estimates.

Jeanne d'Arc Umurungi, the guild's

director of communications, later read into testimony a letter from a Saskatchewan resident who noted that his home province now lacks a full-time reporter for the province's legislature.

"Our province, in the last few months, now has the dubious distinction of having not one reporter assigned on a full-time basis to cover provincial politics for our entire province—not one reporter from either private or public news outlets now covers provincial legislative politics on a full-time basis," Umurungi read.

"Tweets and press releases simply won't do in a democracy."

The situation was discovered by University of Regina professor Marc Spooner, who discussed the issue in a J-Source news story late last year. The J-Source report noted that while reporters arrived for question period scrums, no reporter from public or private news outlets covered the legislature full time.

"We at the Canadian Media Guild have been sounding the alarm about this crisis

Since 2008, cuts have resulted in over 16,000 job losses in Canada's media.

in local news for many years," said Smyth. "We know the devastating impact that funding and staffing cuts are having and continue to have on reporters' ability to cover or investigate stories."

No single solution was proposed during testimony. An increase in advertising by the federal government was suggested by Tardif as one possible step, while the issue of funding was also raised.

Previously, the Local Programming Improvement Fund was established to subsidize the production of new local TV programming. The fund was discontinued in 2014.



THE CANADIAN PRESS/ANNAH YOON

A woman walks by the Guelph Mercury office in Guelph on Jan. 25. The Guelph Mercury daily stopped publishing its print editions at the end of January, with 23 full-time and three part-time jobs affected.

"We think a similar kind of fund could be established now for anyone willing to do local news," Smyth said.

"We would hope professional organizations of varying sorts ... [would be] willing to work in the community, where lots of statistics show that you can't make a profit—that it's not profitable. So unless there's an incentive, we see of course decreasing service."

Smyth said she was concerned that opinions in print media are increasingly coming from a single viewpoint.

"In the end having one view—and that's where we're heading—that's the opinion that you'll have in that [particular] province. It's scary, it's just not right," she said.

Kaven Baker-Voakes is a freelance reporter based in Ottawa.

Marty Baron: Loss of public trust is journalism's greatest challenge

"No question: trust is our greatest challenge...We are constantly worried about resources, social media, monetization and all these kinds of things. All of those pale in comparison to this particular challenge." A sobering warning from *Washington Post* Executive Editor Marty Baron.

Chia Lun Huang



He shared his views on the current state of journalism and his concerns and hopes for the profession with the World Editors Forum.

How do you see the future of journalism unfolding?

Obviously, I think we are heading towards digital and mobile. If we are not thinking of a strategy for mobile, it's a mistake. We have to think beyond just web and digital.

So much of what we do is going to be distributed on social media, and people are not going to necessarily come to us, we will have to find them. It's incredibly important to recognize that what we are dealing with – the web, digital – is entirely different, much in the same way that television is from print. It calls for a different form of communication: more conversational where the voice of the writer is more prominent and detectable, and the personality of the writer comes through more.

Technology is absolutely critical to our success. We really have to be in control of our technology and we can't lag behind others. We cannot simply be a follower with any significant technology. Being a follower in this day and age is just not acceptable.

With so much content produced daily by everybody, how can we continue to distinguish our work?

To the extent that content is becoming a commodity, it's partly our own fault: we are not delivering on journalism. What distinguishes journalism and plain old content, is that we are digging beyond the surface. We are trying to find out why something happened, what are the consequences, who is affected – those deeper issues as opposed to just the bare-bones facts.

"If all we are doing is bare-bones facts, we are not offering anything that differentiates ourselves from anybody else. We have to go beyond that. To me that's what defines journalism." - Marty Baron

We need to run towards that approach, which is the essence of journalism and what it means to the public, and not away from it. That's what the public wants from us. That does not mean just long, investigative pieces; it means we are trying to get at a deeper level every day.

How can we do that when speed and constant updating is now the norm and commanding every newsroom?

We have so many responsibilities that we didn't have before. Essentially, we have all become wire services in addition to publishing newspapers, and then we have to do social media, do video, a podcast, you name it. So basically, yes, we have a tremendous workload and it can distract us from our core responsibility.

Speed is important. People expect to get info right away. But I am not sure it prohibits us from digging more deeply. I am not fond of this notion that you need to produce 'X' amount of stories a day no matter what. In our experience, it's more about a well thought-out story idea and the execution of it that generate traffic than sheer volume. Coming up with a smarter story idea will get more readers.

Too much attention in the industry is focused on producing more and producing faster and not enough on what is working on the web, what is the voice, and what the execution of stories should look like.

With more metrics coming into the newsroom, it is difficult not to fall into the trap of wanting better numbers. How can editors balance quantity and quality?

There is a quote I really like that Jeff Bezos gave some time ago. It's on one of our wall partitions. It's like this:

“I strongly believe that missionaries make better products. They care more. For a missionary, it’s not just about the business. There has to be a business, and the business has to make sense, but that’s not why you do it. You do it because you have something meaningful that motivates you.” - Jeff Bezos

We traditionally have something meaningful that motivates us in this business, and we have to keep doing that, because if we don’t, then readers will feel that we have abandoned our mission. They will not see us as an organization with a sense of purpose, and people among the organization will not feel a sense of purpose. If we don’t have that sense of purpose, it will not make very good business.

This is not just a matter of sentiment, there is a business rationale behind this. Readers have to see and feel every day that we are trying to do something important and distinctive, that we are doing something that no one else will do. If they don’t see that, then I am fairly confident that they will abandon us. That’s why I rebel from the word content and I like the word journalism because it is indeed something meaningful.

How can we demonstrate the importance of journalism?

We cannot be a captive to an institutional agenda or the institutions we cover. We always have to keep in mind "what are everyday people interested in?" One way to do that is to pay close attention to what people are talking about on social media where there are multiple gigantic conversations taking place. It’s really important to put your ears to social media and recognize that this is the place where people talk about what they care about. It does not always measure up to what institutions think.

If there is any evidence of that, just look at the US presidential election.

There is a major disconnect between what major political parties are dealing with and what ordinary Americans are thinking. We as media organizations need to be more in touch. We have to work at that because it does not necessarily come naturally.

So much on social media is fake and racist and wrong. What is our role there?

It’s one of the most concerning aspects of the media environment, that there is this parallel media universe emerging. A lot of people are drawn to sites with pre-existing views, but more than that, they are drawn to sites that present facts that are actually false. People are willing to believe so-called facts because they match up to their own preconceptions.

It’s a serious concern today, both for our society at large and for democracy. There used to be a set of facts that everyone would agree on: they would disagree on the analysis or the prescription for solving the problems at hand, but they would agree on a basic set of facts. Now we have a situation where people don’t even agree on the basic set of facts.

A substantial part of the population actually believes the president was not born in the US, even though all the evidence shows that he was and no evidence shows he was not. A substantial portion of the population believes he is Muslim when in fact he is Christian. This is concerning. And all we can do is point out the facts, but there are many people who resist our stories because they think we are hiding information from them.

What do we do about it? I don’t know. It’s a serious concern. I have no answer for that. We need programs of news literacy in this country. There are a lot of people who can’t distinguish fact from fiction and why they should believe one news outlet and not believe another. They are inherently suspicious of mainstream news organizations. I don’t know the answer to all this. Obviously, we have work to do.

The only thing we can do is to publish facts?

We have to do our job, honestly and honorably – tell things as we find them. I don’t know. Maybe we have to wait for some giant catastrophe that was based on fabrication before people wake up to what’s happening. That would be a tragedy, but I think it’s a real possibility. I mean we went to war in Iraq on false assumptions. I think that those kinds of events should cause us to question assumptions that we make about things.

The fact is the media is distrusted. There are many people in this country and in other countries that are suspicious of mainstream media organizations. Regardless of what anybody writes, regardless of the facts they present, they tend to be dismissed.

People are moving with their eyes closed and hands over their ears. They don’t want to hear it, they don’t want to see it. Even if they do capture glimpses of it, or do hear some of it, they tend to dismiss it. That’s the era we live in.

"No question: trust is our greatest challenge. There is no greater ones. We are constantly worried about resources, social media, monetization and all these kind of things. All of those pale in comparison to this particular challenge." - Marty Baron

'Unpublishing' in the digital age



Kathy English
Public Editor

Should the Star take down readers' letters to the editor published on its website?

The Toronto Star has been more than a newspaper for some time, having evolved in the past 20 years from providing news on paper to become a multi-platform digital news and information organization.

The Star now publishes its content in the paper, on its website, thestar.com; on its new tablet app, Star Touch; and also on its mobile app. While not all content is always published on all these "platforms," all content can potentially be published in any of these ways. That fact applies to articles written by staff and also to content submitted for publication by readers.

Given this reality of multi-platform publishing, I was quite surprised to receive three requests in recent weeks from readers seeking to have their published letters to the editor removed from the Star's website. One of the letters was published in 2010, another in 2011 and the third, last month. All expressed views on matters of public concern.

Two of these readers contend that they did not know the letters they submitted for publication would not only be published in the Star's print editions but also online. Now, they tell me, they do not want these letters — and their names — coming up in Google searches. One letter writer suggests that online publication of her letter violates her privacy rights.

While hardly a week goes by that someone does not ask the Star to make information about them that was published previously on our website disappear from the Internet, these recent requests to delete letters to the editor are a new twist.

The Star generally does not delete what it publishes online — what is known as "unpublishing." Our policy is clear and firm: "The Star does not unpublish content from our websites or archives, except in some rare circumstances." Those "rare circumstances" are generally legal reasons and always demand consultation with the Star's editor, managing editor and newsroom lawyer.

Unpublishing for rare reasons is indeed rare: In nearly nine years in this role, I can count on one hand the number of times when we have made an exception and removed published information.

Like most other news organizations, the Star's unpublishing policy is rooted in the view that the website — our digital archive of what's been pub-

lished — is a matter of public record and that it is unethical to make content simply disappear because someone does not want to see an article in which they are named turn up in a Google search.

It is worth knowing also that in this time when news and information is shared widely on social media, commented on, and cached on the web, it is virtually impossible to make words or images disappear entirely from the digital realm.

Clearly the long lifespan and easy accessibility of digital news and information has created new issues for news organizations and sources. The Star has given this issue serious consideration. It does take steps to update online articles and correct any inaccuracies in a transparent way. If we report on people charged with crimes and those charges are later dropped or those named were acquitted, we will note the outcome of the charges in bold type at the top of the article, understanding that a report of a criminal charge is a grave concern to the person involved.

So what about these unusual requests to unpublish letters to the editor that were submitted — and signed — by readers eager to see their views expressed in the Star. Indeed, given that the Star publishes about 12 to 15 of more than 100 letters submitted each day, most readers see it as somewhat of a coup to have their letter selected for publication.

I have spoken about this with the Star's letters editor and the editorial page editor who is responsible for the letters page. We all agree we cannot see any valid grounds for unpublishing published letters.

While these people seeking to have their letters taken down may well have since altered their views as expressed in those letters, or, as one of them told us, faced some professional repercussions for having expressed political views, I don't think the Star can simply make those letters disappear as if they were never published.

Nor can I accept the argument that those letters were submitted for publication in the newspaper and the Star did not make clear that they could be published online as well — or that this is some sort of privacy issue because explicit permission to publish online was not sought and given. Given that the Star has been publishing readers' letters online for many years now and this news organization is publicly transparent that it publishes on many platforms, I cannot see the need to state this explicitly or obtain explicit approval.

Indeed, we operate in a multi-platform digital age in which publishing has long since moved beyond printing words on paper.

publiced@thestar.ca

COLIN LOW FILMMAKER, 89

A gentleman genius of documentary cinema

A tireless innovator, the NFB veteran influenced Stanley Kubrick and Ken Burns, and played a role in the creation of IMAX

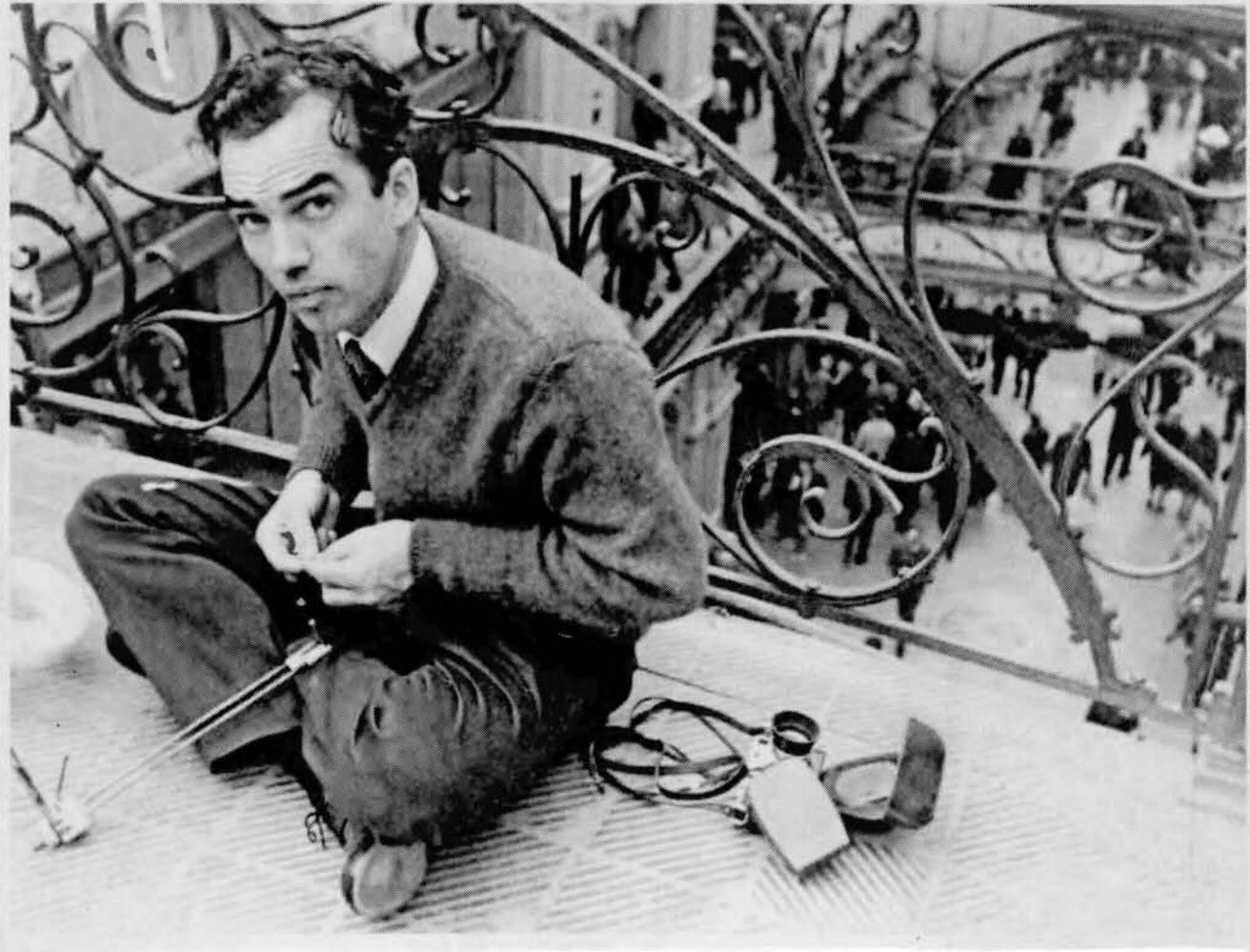
LIAM LACEY

As a child growing up in southwest Alberta in the 1930s, Colin Low rode to school on horseback and liked to draw pictures of horses. A teacher who saw his budding talent introduced him to the work of Renaissance artist and inventor Leonardo da Vinci.

In his final, autobiographical film, *Moving Pictures* (2000), Mr. Low recalled that experience as the beginning of his voyage of artistic exploration and discovery. In many ways, the director became Canada's own Renaissance man of film: a graphic artist, animator, documentarian and administrator who worked on more than 200 productions over six decades.

Mr. Low earned two Oscar nominations as producer, for *Universe* (1960) and *My Financial Career* (1962), and worked on another six Oscar-nominated films, including two that he co-directed, *The Romance of Transportation in Canada* (1952) and *City of Gold* (1957). As a technical innovator, his influence extended to Stanley Kubrick and Ken Burns and the development of IMAX film. At the same time, he excelled at the kind of informative, intimate documentaries of ordinary people's lives for which the National Film Board became world famous.

Mr. Low, who died on Feb. 24 at the age of 89, was regarded as a gentleman genius and spiritual father figure among Canadian documentary filmmakers.



THE GLOBE AND MAIL, SATURDAY MARCH 12, 2016
p.S11

"Colin Low's life and career reveal him to be a curious mixture of artist and civil servant," said Marc Glassman, who teaches documentary history at Toronto's Ryerson University. "Trained as a draftsman and first brought to the National Film Board to work under Norman McLaren and his animation department, Mr. Low could have easily pursued a life as an animator and filmmaker. But whenever the NFB asked him to divert his efforts into production and administration – running the animation department in the 1950s and the board's regional productions in the 1970s – he did so without hesitation."

Colin Archibald Low was born in Cardston, Alta., in 1926, to Gerald (Ged) and Marion Low, ranchers who were members of the Church of Jesus Christ of Latter-day Saints. The town, which was also the birthplace of the film star Fay Wray, borders on the Kainai Nation (Blood Tribe) Indian Reservation, which became a subject of two of Mr. Low's later films. Mr. Low studied at the Banff School of Fine Arts and later at the Calgary Institute of Technology (now known as the Southern Alberta Institute of Technology). A teacher encouraged him to send a portfolio of his work to the National Film Board, where he was accepted as a summer student in 1945.



Colin Low, whose career at the National Film Board of Canada spanned more than six decades after he started there as a summer student, was regarded as a spiritual father figure among Canadian documentary filmmakers. On the bottom left, Mr. Low is shown during the filming of his groundbreaking film *Universe*, and at bottom right is a scene from his film *Corral*, a poetic study of cowboy life that was shot in his home province of Alberta.

PHOTOS COURTESY OF NATIONAL FILM BOARD OF CANADA

Robert Verrall, a friend and collaborator who met Mr. Low at the NFB that summer, described Mr. Low as "a natural leader, always full of ideas, and a wonderful colleague."

When Mr. Verrall returned to Toronto to finish art school, Mr. Low stayed on at the film board. Around this time, Mr. Low met Eugénie (Jean) St. Germain, in Montreal. The couple married in 1947.

Later, after a year of travelling to study animation systems in Europe, he returned as supervisor of the animation division, overseeing a series of historically significant films.

Along with animator Wolf Koenig, Mr. Low and Mr. Verrall created the 1952 humorous short film *The Romance of Transportation in Canada*, which won the Palme d'Or in Cannes and was the first Canadian animated short nominated for an Oscar.

During a period of homesickness, Mr. Low returned to Alberta with Mr. Koenig to make *Corral* (1954), a poetic study of a cowboy training a wild mustang. With no narration, it broke with the film board's tradition established by its founder, John Grierson. The film won a documentary prize at the Venice Film Festival.

City of Gold (1957), a film about Dawson City, Yukon, combined live action footage with anima-

tion camera techniques of panning and zooming in on photographic images, an approach that has since been called "the Ken Burns effect" after the American documentarian, who has acknowledged *City of Gold* as his inspiration.

Mr. Verrall says that when Mr. Low was offered a raise for his accomplishments, he told his boss he'd rather be rewarded with more creative freedom.

"What he had in mind," Mr. Verrall said, "was the film *Universe*."

The movie, which Mr. Low co-directed with Roman Kroitor, used 3-D models, a motorized pen and an in-house mathematician to set new standards for realistic animated motion. Upon its release in 1960, the U.S. National Aeronautics and Space Administration ordered 300 copies.

Later, when Mr. Kubrick began research for his film 2001: A Space Odyssey, he was inspired by the film. According to biographer Vincent Loblutto: "As the film unspooled, Kubrick watched the screen with rapt attention while a panorama of the galaxies swirled by, achieving the standard of dynamic visionary realism that he was looking for. These images were not flawed by the shoddy matte work, obvious animation and poor miniatures typically found in science fiction films. *Universe* proved that the camera could be a telescope to the heavens. As the credits rolled, Kubrick studied the names of the magicians who created the images: Colin Low, Sidney Goldsmith, and Wally Gentleman."

Mr. Gentleman, a special-effects artist, went to work briefly with Mr. Kubrick, and Canadian actor Douglas Rain, who had narrated *Universe*, served as the voice of the computer, HAL 9000, in Mr. Kubrick's film. Mr. Low was invited to design special effects for

2001, but declined, already deeply involved with his own ambitious project: *In the Labyrinth*, the NFB's showcase film for Expo 67, in Montreal.

Directed by Mr. Low, Mr. Kroitor and Hugh O'Connor, this was a groundbreaking multiscreen media installation using 35mm and 70mm film projected simultaneously across five screens. The experiments they did laid the groundwork for IMAX. Mr. Kroitor left the NFB to co-found Multi-Screen Corp., which became IMAX Corp. Mr. Low stayed with the NFB, though he subsequently co-directed the first full-colour IMAX 3-D film, *Transitions*, for Expo 86, in Vancouver, and *Momentum*, the first 48-frames-per-second IMAX HD film, for the Seville world's fair in 1992.

In the summer of 1967, when crowds were lining up for hours to experience *Labrynth*, an exhausted Mr. Low had moved on to a very different kind of project in an impoverished fishing community on Fogo Island, off the northeast coast of Newfoundland. The work was part of the NFB's fledgling Challenge for Change program, aimed at using film and other media to foster social progress. Mr. Low made 27 Fogo films in all, in which the community was allowed to make editing choices. Through the conversations the films provoked, the community developed a local fishing co-op that allowed the residents to continue to subsist on the island.

Later in his life, Mr. Low would still talk about the Fogo Island films with pride, according to Mr. Verrall. "He took me there in the mid-1970s," he said, "and I could see, by the warmth of the reception, that he had become a hero there."

In the 1970s, Mr. Low took on

the management task of setting up new regional offices across the country for the NFB, giving him a direct link to a generation of younger filmmakers. Michelle van Beusekom, the NFB's current director of English-language programming, says the regional studios boosted the careers of such filmmakers as Anne Wheeler and two-time Oscar-nominated animator Cordell Barker, while Mr. Low's support of a native filmmaking unit helped the careers of Gil Cardinal and Alanis Obomsawin. Mr. Low's influence continues in two forthcoming NFB projects that were inspired by his work: *Hand.Line.Cod*, a new film from Fogo Island about the revival of a gourmet-friendly cod-fishing technique, from director Justin Simms, and Scott Parker's *The Grasslands Project*.

Among the young staff members Mr. Low hired to work at the film board was Toronto director Peter Raymont, who joined the NFB out of university in 1971. Since then, he has produced more than 100 documentaries and television shows, including *Shake Hands with the Devil: The Journey of Romeo Dallaire* (2005).

"[Colin Low] was a visionary," Mr. Raymont said, "but he didn't have his head in the clouds. He knew how to get things done."

All three of Mr. Low's sons, Stephen, Ben and Alex, followed their father's footsteps in the film business. Stephen, who worked at the NFB before becoming a leading IMAX director (*Titanica*, *Mark Twain's America in 3D*), says his father's example was one of restless curiosity and love of adventure.

"He took us everywhere. When we flew, he talked us into the cockpit. When we took the train, we rode whenever possible in the engine. We swam with diving

masks in mountain rivers in Alberta. We went on four-day cattle drives and slept under the stars. ... Those adventures became my films: beavers in mountain rivers, a steam train across Canada, the building of an airliner, chemosynthetic life in the deep ocean, shipwrecks and on and on. All because our dad, mom and family showed us the world was an incredible, wonderful place and life was all about exploring, studying and feeling it."

Colin Low, who was invested in the Order of Canada in 1996, had little interest in filmed drama and wouldn't bother watching the Academy Awards - even when one of his films was nominated. He had no interest in working in Hollywood, despite frequent offers, insisting that he couldn't stand Los Angeles.

"But it was more than that," Stephen Low said. "He loved working with real people - scientists, cowboys, native peoples, fishermen - and he loved living and working in their worlds."

Mr. Low recalls a dinner guest who kept saying: "You've got to write a book, Colin, so you can tell all your wonderful stories!" Dad said something like, "What do you think I've been doing all these years?"

Colin Low leaves his wife; three sons, who all work in the film business; and four granddaughters. He was predeceased by his brother, Garth Low.

Special to *The Globe and Mail*

To submit an I Remember obit@globeandmail.com

Send us a memory of someone we have recently profiled on the Obituaries page. Please include I Remember in the subject field.

CONSEIL DES ARTS DU CANADA

Le retour à la diplomatie culturelle

CATHERINE LALONDE

L'artiste visuel Romeo Gongora occupe actuellement la résidence de l'Acme Studios, à Londres, grâce à l'aide du Conseil des arts du Canada (CAC). À mi-carrière, celui qui se voit comme un « chercheur en art » profite de ce moment pour se ressourcer, s'inspirer, rencontrer des artistes et des commissaires, et pour relancer ses élans créatifs. En entrevue téléphonique, il se dit choyé d'avoir pu occuper au fil de sa carrière une vingtaine de résidences diverses, au Québec comme à l'étranger. « Pour moi, quand j'étais un jeune artiste, Berlin — car j'ai eu la grande chance d'avoir deux résidences avec le CAC — m'a permis de me créer un énorme réseau. Je me suis fait des contacts en Pologne, en Turquie, en Belgique, et j'ai eu des expos là ensuite. Ça m'a permis de faire mon premier catalogue, et une exposition. J'y ai mis une grande énergie — j'en avais! —, et ça m'a lancé. Maintenant, j'arrive à Londres, et c'est vraiment une résidence d'une qualité exceptionnelle. »

L'artiste réagit ainsi à l'annonce, la semaine dernière, du changement d'approche du CAC pour ses studios résidences en arts visuels. Pour 2016, le CAC abandonne ses baux de location à Paris, New York, Londres, Sydney, Berlin et Santa Fe, afin de réinvestir les quelque 250 000 \$ économisés annuellement en résidences partout dans le monde, au choix des artistes. Cette modification est un des premiers changements de la grande transformation du CAC, avant même le dévoilement de son Plan stratégique (mi-avril), et dévoile un pan de la prochaine vision pour l'international.

LE DEVOIR, SAMEDI 12 MARS 2016
p.B3



SPURVE ROMEO GONGORA

Une performance de Romeo Gongora au Kunstlerhauss Bethanien de Berlin

Des enjeux

« Dans le nouveau modèle de financement, deux enjeux nous sont extrêmement importants: la question autochtone et l'international », a confirmé au Devoir le directeur et chef de la direction du Conseil, Simon Brault, « parce que lorsqu'on réfléchit à l'avenir des arts au Canada, il est clair qu'on ne peut contenir tout ce qu'on fait dans ce si petit marché qu'est notre pays ».

L'ancien directeur de l'École nationale de théâtre du Canada entend ainsi faire un retour à la diplomatie culturelle. *« Au cours des cinq dernières années, le CAC a tenu le fort, maintenant la présence en doublant les investissements à travers nos programmes de subventions. Sous le dernier gouvernement, il n'y avait pas tellement d'appétit pour une présence à l'international; la diplomatie culturelle a rétréci comme peau de chagrin; les ambassades se sont retrouvées sans agents culturels, sans budgets, incapables même d'offrir un verre de vin aux invités. »*

Le Conseil a créé un programme international qui n'inclut non plus les arts visuels seuls, mais toutes les disciplines, *« avec de nouveaux outils d'intervention, dont les coproductions internationales »*. Un Bureau international a aussi vu le jour afin de coordonner les subventions accordées par le CAC (*« dont les subventions internationales, avec une enveloppe qui est pour l'instant de 10 millions, mais qui va certainement augmenter s'il y a de nouveaux investissements »*), mais également d'accorder les interventions avec Affaires mondiales Canada, responsable des ambassades canadiennes, avec Patrimoine canadien (et son prochain programme de 25 millions semblable à l'ex-Routes commerciales) et avec des partenaires comme les biennales internationales, les musées des beaux-arts et la Commission canadienne pour l'UNESCO.

L'ère de la mondialisation des arts

« On passe d'une situation où on réagissait aux demandes avec des outils très traditionnels hérités des années 1970-1980, à une autre où veut jouer un rôle stratégique avec davantage de moyens financiers et une vision plus complète de ce que devrait être notre présence internationale, toutes disciplines confondues, par des manières de faire plus souples, plus efficaces, moins contraignantes, moins normatives. » D'où le choix d'économiser sur les baux de location de six studios, qui profitaient au maximum à 12 artistes par année, afin de doubler l'enveloppe des résidences et de permettre à davantage d'artistes de partir, en choisissant la destination et le studio qui conviennent à leur pratique (la performance, la photo et le poststudio ne réclamant pas, par exemple, le même type de lieu de travail).

Pour le sociologue des arts et pratiques culturelles de l'Institut national de recherche scientifique (INRS), Guy Bellavance, ce changement au programme des résidences du CAC démontre « qu'on est en train de passer de l'ère du forfait "tout compris" à Airbnb. Le premier modèle est un peu contraignant, mais rassurant. Le second est flexible, mais imprévisible », et peut-être risqué. Le chercheur déplore toutefois qu'on abandonne des pied-à-terre dans des capitales importantes sans avoir évalué auparavant l'impact de ses résidences. « Est-ce que les studios loués dans ces villes y étaient vraiment bien situés — c'est moins la ville qui compte que le quartier dans la ville, voire l'immeuble précis où on est logé —, et est-ce que ces espaces de travail sont encore adaptés aux besoins réels des artistes ? »

L'artiste Romeo Gongora, lui, déplore que la réduction du budget maximal alloué aux résidences ne donne plus accès à des séjours de longue durée. « Il faut prévoir un temps d'adaptation lors de l'arrivée dans une nouvelle ville, et du temps encore pour inscrire, vraiment, de nouvelles relations, pour se faire des contacts. Des résidences de trois mois ne le permettent pas. »

« Repenser autrement »

« Personne ne cherche à déclasser Londres ou Berlin, mais on pense être capable d'accomplir davantage et de répondre à plus de besoins, poursuit Simon Brault. On passe effectivement de 147 à 6 programmes, on est très conscient qu'il y a beaucoup de disparitions, et que ça demande à tout le monde de repenser autrement. Le CAC était devenu incapable de bouger, commis à trop de programmes extrêmement normatifs, et datés en terme d'interventions. On n'abandonne rien, mais on veut avoir plus de capacité de s'adapter. Il est normal qu'à notre prise de risque, certains réagissent avec mécontentement. »

« Le CAC continue aussi à donner des bourses aux projets de voyage, de résidences : l'artiste peut être stratégique, et voir quelles sont ses avenues », indique la chef du service des arts visuels Sylvie Gilbert. Mais en consultation, les gens nous ont dit que c'était difficile de s'éloigner aussi longtemps. Cette flexibilité nous est beaucoup demandée par la jeune génération et par les artistes des pratiques émergentes. »

Les deux gestionnaires des arts s'entendent pour dire que l'autodétermination des artistes est certainement au menu de toute la transformation à venir. « Par exemple, précise monsieur Brault, on avait dans le passé un tout petit pro-

gramme pour inciter les orchestres symphoniques à faire des commandes d'œuvres au Canada pour de nouvelles compositions. Maintenant, on nomme la responsabilité des orchestres à refléter la création canadienne. On leur donne les moyens de faire leurs choix. Au lieu de jouer avec une multitude de programmes afin d'induire des résultats précis, on passe à des programmes plus larges, plus ouverts, qui laissent plus de liberté aux artistes. »

C'est donc la figure de l'artiste-entrepreneur, et entrepreneur-de-lui-même, qui est prônée ici. Une figure qui implique « davantage de temps passé à l'administratif, et moins à la création », déplore Romeo Gongora.

En savoir plus sur nous-mêmes

Les commissaires, joueurs essentiels des arts visuels, seront désormais inclus et financés, et pourront aller en résidence. « Il y a des réinvestissements des arts visuels dans la circulation des expositions et la coproduction à l'étranger, à l'échelle nationale et internationale, comme pour le soutien aux artistes qui partici-

pent aux biennales et à leurs programmes », indique Simon Brault.

« On va aussi voir avec le temps et les demandes où vont les gens, et c'est ce qui est intéressant aussi avec la nouvelle formule, renchérit Sylvie Gilbert. Quels sont les endroits qui semblent plus réceptifs à l'art canadien ? Peut-être que tout le monde, l'an prochain, va vouloir aller à Berlin, qui sait ? Et pourquoi pas ? À partir de cette plus grande mobilité, des petites corrections que l'on apporte — on ne défait pas tout ! —, on va voir le tableau des pratiques et des réseaux internationaux pour l'art canadien. » Et le CAC a fort conscience que lui-même devra être plus flexible et mobile que ce à quoi, historiquement, il a habitué les artistes.

Un des désirs serait aussi d'arriver à partager les savoirs sur l'exportation et les marchés internationaux.

Actuellement, chaque compagnie crée ses propres réseaux. Et si certains expriment le désir de mutualiser des forces (Daniel Léveillé Danse qui aide à l'étranger les plus jeunes Fred Gravel, Nicolas Cantin, Dana Michel, par exemple ; ou les éditions Lux, La Pastèque et Ecosociété qui veulent partager un bureau et des agents à Paris), ils ne pouvaient être soutenus pour monter ces lieux communs.

« Nos agents vont passer de spécialistes de programmes granulaires à seulement six axes, à l'intérieur desquels les artistes vont être accueillis. Il va y avoir beaucoup plus de latitude et de comparaisons entre les avancées des différentes disciplines, qui devraient se nourrir les unes des autres, assure Simon Brault. C'est un retour à la vraie définition de la diplomatie culturelle », celle qui n'oblige pas l'artiste à jouer le diplomate, mais qui croit que sa création, intrinsèquement, sert d'agent de liaison de toute une culture.

Mais il faut encore attendre le plan stratégique du CAC pour comprendre comment ces idéaux se déploieront concrètement. « Je conviens que tout n'est pas lisible présentement, ni prêt à l'analyse », admet le directeur. Un flou dans le message qui ne peut certes pas rassurer les artistes en cette période de grand réaménagement.

Le Devoir

Doctor Who revelations – Peter Capaldi accuses the BBC of neglecting its hit show

The Doctor has made some explosive statements damning his employers at the Beeb this week. Are we looking at Capaldi's long goodbye?



Make way for the Doctor: Peter Capaldi has opened up a can of worms with recent comments. Photograph: Ray Burmiston/BBC

Dan Martin

At the very least, it's a turn of events. Doctor Who's current Doctor, Peter Capaldi, has been doing the rounds this week, promoting the DVD of his recent, best, series from last year. A couple of surprising revelations have transpired.

He has said he will start filming the next series – the last he is contracted for – fairly imminently. This set fanpeople alight, with the realisation that Jenna Coleman's replacement as companion must soon be announced. It also gave credibility to the press rumour that Rakhee Thakrar from EastEnders could be the new leading lady. Those stories described Thakrar as one of the "people currently in the frame", though anyone who knows anything about actor contracts will know the casting decision must have been made months ago.

If true, Thakrar's casting would be great news. As Shabnam Masood v2.0 in EastEnders, she was an undeniable star of the show, managing to play comic moments into her harrowing stillbirth storyline in a single beat. Her performance was funny, tragic and exceptional – even Danny Dyer declared on-stage, as he accepted his best soap actor National Television award, that it should have gone to her. The fact that Shabnam's too-soon exit from 'Enders recently came out of the blue only lends weight to the conspiracy theories.

Capaldi's next move was to reveal that he has been asked back for a fourth series. For those of us who pay far more attention to these things than is healthy, that was huge. Both David Tennant and Matt Smith served roughly the same number of years (three full seasons over four years, with the "gap year" placed as production demanded). Logic would put Capaldi on the same contract, priming him for an exit after the 2017 series. That would also allow the new show-runner Chris Chibnall a blank slate to create characters of his own.

And yet ... there was some uncertainty about rebooting the show to the extent they did in 2010. Steven Moffat has admitted that starting out with a new show-runner, a new Doctor and a new companion is "absolutely" not how you are supposed to run things. He even suggested there were high-up conversations within the BBC about resting the show entirely after Russell T Davies's exit.

Of course, Doctor Who is second only to Top Gear as the Beeb's most profitable global property. It's not going anywhere for a while. And so this "gap year" while Chibnall plans his vision of Who (knowing that Capaldi and Thakrar would be back on screen not long after) would make perfect sense. For viewers, familiarity is important.

Which makes Capaldi's latest missive to Newsweek all the more noteworthy. "The BBC is an incredible organisation, but ... sometimes people there think, 'That's looking after itself.' And it's not being looked after. I think maybe their eye was taken off the ball, or the show was seen as a thing they could just push around. It's not. It's a special thing."

Capaldi is referring to the depleted overnight ratings of the 2015 series. It's worth noting that the show almost made up its numbers after timeshift figures, but he is right to point out that scheduling Doctor Who at 8pm, opposite The X Factor and the rugby world cup, did damage. Even the BBC's own news service joined the tabloid front pages in reporting a "desertion" of viewers for a show that averages 70 million internationally.



Trouble ahead? Capaldi with Jenna Coleman as Clara and Joivan Wade as Rigby. Photograph: Simon Ridgway/BBC

"It does frustrate me," Capaldi continued. "If you're going to have a family show, I think you have to build up a little ritual around it – and that ritual usually starts with having it on at the same time. Even I didn't know what time it was on..."

Another thing worth underlining is that Capaldi was a lifelong Doctor Who fan before he played the lead, so he's bankable enough to say his piece as a fan without worry about finding other work if this goes nuclear. But still: "I have to pay attention to ratings – I'd rather not – but it's the way the business is. I think overnight ratings are a thing of the past. You can't really measure the success of the show by its overnight ratings, which is what the papers do. But there's still a place for families to sit down and watch the show – that's still a great, fun, thing to do. That's what the show's success is based on. That has to be protected."

Capaldi is right in all of that. He is also right in acknowledging that while the archaic overnight ratings system is no longer fit for purpose, it's still the only one anybody hears about. This guy comes from an art-school, punk-rock background, so presumably he doesn't come with much filter. But as a decades-long sober family man, he isn't prone to loose lips either.

And in the context of the ham-fisted BBC charter renewal this government is currently trying to play out, it's hard to view these comments about his employers as anything less than explosive. Things could get awkward on set. Is this the start of the actor's long resignation letter?

www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/mar/11/doctor-who-revelations-peter-capaldi-accuses-bbc-of-neglect

BBC to stop public tours of London HQ after security review

Spokesman says no particular incident has prompted move but most media organisations have increased security following terrorist attacks in France



Broadcasting House was modernised in 2011.

Photograph: Jonathan Brady/PA WIRE

Mark Sweney

The BBC is to stop running public tours of its London headquarters following a security review.

The corporation said that the review found that “security challenges” at New Broadcasting House, its base as the hub of the corporation’s 24-hour news service, meant that tours would have to be halted.

Last June there was a security alert at NBH, located on Portland Place and Langham Place near Oxford Circus, when a man was detained by police outside after threatening to set himself on fire.

The BBC spokesman stressed that the decision to stop the tours had not been prompted by a particular incident but by a general review.

Incidents such as the Paris attacks, and the targeting of the offices of magazine publisher Charlie Hebdo, have prompted a tightening of security measures at many high-profile media organisations.

“Following a review of security at New Broadcasting House, the BBC is regretfully proposing to end public tours of the building from April 30, 2016,” said a BBC spokesman.

“The particular use and design of New Broadcasting House means that radical changes to the building would be needed to sustain tours in the long term that we don’t believe are viable.”

The move to stop the tours, which will affect 40 roles, is currently a proposal but is expected to be formally ratified.

The BBC has been headquartered at Broadcasting House since 1932. It is where the first radio broadcast was made, and was extended and modernised to become New Broadcasting House in 2011. Public tours have been run since 2012.

The tours, which are highly rated on review websites such as TripAdvisor, cost up to £43.50 for a family ticket.

“We realise that this proposal will be disappointing to members of the public who have already made plans to take the tour and so while we work through this, we have made interim provisions to continue the current tours until 30 April with extra security in place,” said the BBC spokesman. “This will give all those who have already booked a tour the opportunity to either change their booking, take a tour of a different BBC building, or receive a full refund.”

The BBC said that tours of other BBC buildings will continue to run as normal.

The spokesperson added: “We’d like to take this opportunity to thank all the staff involved in the BBC Broadcasting House tour operation for their hard work and professionalism.”

Fwd: Highlights Saturday February 27, 2016 / Samedi 27 février 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:34 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
Date: 2016-02-27 12:34 GMT-05:00
Subject: Highlights Saturday February 27, 2016 / Samedi 27 février 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>**Highlights Saturday February 27, 2016 / Samedi 27 février 2016****Le Devoir****RC: pour continuer, il faut vendre****La direction justifie sa décision de liquider la tour de l'Est**

Les hauts dirigeants de Radio-Canada répondent à leurs détracteurs en expliquant leur décision de mettre en vente la tour de l'est de Montréal. Dans une lettre publiquediffusée vendredi, le p.-d.g. Hubert T. Lacroix et le vice-président des services français, Louis Lalonde, affirment que la Maison de RC est à ce point « vétuste » qu'elle nécessiterait des rénovations majeures estimées à 170 millions.

Stéphane Baillargeonwww.ledevoir.com**Requiem pour Radio-Canada**

Voilà maintenant huit mois que j'ai quitté Radio-Canada. J'y ai oeuvré assez longtemps pour avoir travaillé dans l' « ancien Radio-Canada », au centre-ville et pour avoir vécu l'engouement et la fierté de déménager dans la Tour, cette « boîte de jiffy » qui allait devenir le navire amiral de la Cité des Ondes dont rêvait Jean Drapeau.
...Les dirigeants veulent-ils donc achever le travail de sape qu'a mené le gouvernement Harper pendant près de dix ans contre CBC/Radio-Canada ?
...Vivement un coup de barre, Madame Joly, Monsieur Trudeau. Ici et tout de suite, avant qu'il ne soit trop tard. J'ai mal à mon Radio-Canada et je ne suis pas le seul.
Simon Durivage, C.M.

ici.radio-canada.ca, vendredi 26 février 2016**La Maison de Radio-Canada est vétuste et trop vaste, affirme Hubert T. Lacroix**

L'avenir de la Maison de Radio-Canada suscitant de nombreux articles et commentaires dans les médias, la direction de la société d'État soutient qu'elle doit aller de l'avant avec la vente de l'immeuble, notamment en raison de la vétusté des lieux.

...Le syndicat reproche à la direction de la société d'État son « manque de vision » pour l'avenir du diffuseur public. « Nous sommes ouverts au virage numérique, mais ce n'est pas une formule magique. Quel est le plan? [...] C'est ce qui manque cruellement au Plan 20/20 du président Hubert T. Lacroix », concluait Mme Hémond.

Dans sa lettre, la direction se défend de tourner le dos à l'histoire dont la Maison Radio-Canada est la dépositaire, mais plaide plutôt pour une « nouvelle maison, plus moderne et adaptée au 21e siècle.

ici.radio-canada.ca**La Presse/quebec.huffingtonpost.ca/hollywoodpq.com****Opinion****Un diffuseur public tourné vers l'avenir**

Il se dit et s'écrit beaucoup de choses ces jours-ci concernant la Maison de Radio-Canada à Montréal. Il est normal qu'un projet de cette ampleur fasse l'objet d'un débat public et nous sommes ouverts à entendre les commentaires, opinions et suggestions de chacun. Cela témoigne d'un attachement profond envers la Maison et l'institution qu'elle représente.

UNE SITUATION QUI NE PEUT PERDURER
CONSULTATION EN CONTINU
REGARDER VERS L'AVENIR

Hubert T. Lacroix et Louis Lalande

ici.radio-canada.ca, vendredi 26 février 2016

Plan stratégique de Radio-Canada

Le vice-président des services français de Radio-Canada présentait aujourd'hui son plan stratégique 2016-2017. Une annonce étroitement surveillée alors que l'industrie des médias se redéfinit, et que les impacts se font sentir, particulièrement dans les stations régionales. À quels changements faut-il s'attendre? Julien Poirier-Malo analyse pour nous le plan stratégique.

Doris Labrie

www.tvanouvelles.ca, vendredi 26 février 2016

Entrevue avec Mario Dumont

Radio-Canada ou TVA? La ministre Mélanie Joly se dit neutre

La ministre du Patrimoine Mélanie Joly a affirmé vendredi qu'elle était neutre à l'égard des médias, même si elle avait affirmé dans une sorte de jeu questionnaire qu'elle préférerait Radio-Canada à TVA.

www.tvanouvelles.ca

www.journaldemontreal.com, vendredi 26 février 2016

La grosse gaffe de Mélanie Joly

Par où commencer ?

Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, déclare dans un questionnaire du magazine L'Actualité, qu'elle préfère Radio-Canada à TVA. Et en plus, elle trouve que c'est une évidence. Sur le ton de : « Ben voyons, pensez-vous sérieusement que je m'abaisse à écouter TVA » ?

Sophie Durocher

quebec.huffingtonpost.ca, vendredi 26 février 2016

Mélanie Joly préfère Radio-Canada à TVA, et ça ne plaît pas à Mario Dumont

La ministre du Patrimoine Mélanie Joly préfère Radio-Canada à TVA. Et c'est une affirmation qui ne plaît vraiment pas à tous.

...«Tu es l'arbitre d'une situation, a fait valoir M. Dumont en ondes. Tu vas devoir mettre des lois en place entre les différents joueurs. Distribuer des budgets. Il y a plein d'enjeux. Elle est probablement en train d'évaluer la possibilité de donner à Radio-Canada des dizaines de millions d'argent emprunté, parce qu'on est en déficit.»

Christian Duperron

journalmetro.com, vendredi 26 février 2016

Mélanie Joly affirme ne pas préférer Radio-Canada à TVA

Dans un quiz vidéo du magazine «L'Actualité», Mélanie Joly répond à des questions cocasses sur ses goûts, ses préférences. Chocolat ou vanille? iPad ou papier? Radio-Canada ou TVA?

...C'est en se présentant à l'émission de Mario Dumont, sur les ondes de TVA, que Mélanie Joly a rectifié le tir vendredi. «Je tiens à rassurer tout le monde que j'ai un grand intérêt autant pour les radiodiffuseurs privés que publics, mais à l'aube d'un réinvestissement dans Radio-Canada, ça occupe beaucoup de mes pensées, donc de façon spontanée, lors d'une entrevue de 60 secondes, c'est un peu normal que j'aie réagi de la sorte», a-t-elle affirmé.

Virginie Landry

www.journaldemontreal.com, vendredi 26 février 2016

Préférence pour Radio-Canada: Mélanie Joly sur la défensive

...«Il n'y a pas de besoin de financement supplémentaire à la SRC, a ajouté Mme Mercier. Le gouvernement doit prendre garde de ne pas prendre de décision qui menacerait la pérennité des diffuseurs privés qui sont aussi importants que le diffuseur public dans le système canadien de radiodiffusion.»

Agence QMI

Le Journal de Montréal

La ministre Mélanie Joly sur la défensive

Elle avait avoué préférer Radio-Canada à TVA

Dans l'embarras, la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, a tenté tant bien que mal de défendre sa préférence avouée pour Radio-Canada en soutenant que la société d'État occupait beaucoup ses «pensées» actuellement.

...Selon nos sources, des responsables du bureau du premier ministre Justin Trudeau n'ont pas davantage apprécié les propos de la ministre.

...«Il est important pour nous de réitérer la position de Groupe TVA qui a toujours été la même: la situation financière de Radio-Canada est meilleure que celles des radiodiffuseurs privés», a souligné la vice-présidente aux communications Véronique Mercier.

Agence QMI

Le Journal de Montréal

L'esprit libéral

Le Parti libéral du Canada s'est toujours perçu comme le plus apte à incarner le Canada vertueux, intelligent et progressiste. C'est pourquoi les libéraux ont souffert du long règne des conservateurs de Stephen Harper. ...Les jeunes loups qui conseillent et cajolent leur premier ministre semblent tous sûrs d'eux, arrogants à la façon libérale en usant de leur énergie joyeuse. Mélanie Joly a répondu sans hésiter à la question: aimez-vous mieux Radio-Canada ou TVA? «Bien là, Radio-Canada.» Or, TVA est regardée chaque jour par des millions de Québécois, ses électeurs y compris. La ministre du Patrimoine n'a pas à choisir publiquement entre les chaînes publiques et privées. Elle doit défendre bec et ongle le service public et demeurer neutre sur la qualité du contenu des chaînes.

Denise Bombardier

www.cbc.ca, Friday February 26, 2016

**Mélanie Joly criticized for saying she prefers Radio-Canada to TVA
Federal heritage minister oversees CBC/Radio-Canada and the CRTC**

Federal Heritage Minister Mélanie Joly is in the hot seat for saying she prefers Radio-Canada to its private rival, TVA. Joly, who is responsible for overseeing the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, the country's broadcast regulator, as well as CBC/Radio-Canada, made her choice clear in an online video produced by the French newsmagazine L'actualité.

...Commentators for TVA, which is owned by Quebecor, were quick to criticize her statement, saying she should remain neutral since she's responsible for the CRTC.

One commentator, former Liberal cabinet minister Jean Lapierre, went as far as to say Joly should resign.

...Joly defended her comments on Friday in an appearance on LCN, TVA's 24-hour news network, saying she supports all Canadian media.

CBC News

news.nationalpost.com, Friday February 26, 2016

Judge slashes the amount CBC has to pay for defaming anti-gay crusader to 1/30th the original sum

The province's top court has significantly cut the amount of money the Canadian Broadcasting Corporation has to pay for defaming anti-gay crusader Bill Whatcott.

Originally ordered to pay Whatcott \$30,000, the CBC is now on the hook for only \$1,000 after a partial win before the Saskatchewan Court of Appeal.

Barb Pacholik, Postmedia News

Le Droit

Une passion qui se développe

Le journaliste à la retraite Daniel Lessard, 69 ans, a connu une carrière exceptionnelle à la télévision de Radio-Canada au cours des quatre dernières décennies.

...De journaliste à romancier

Mais malgré sa remarquable carrière en journalisme, Daniel Lessard a toujours caressé le rêve d'écrire un roman. Un rêve qu'il a enfin réalisé à sa retraite en 2012 en publiant un roman intitulé Maggie qui s'est vendu à plus de 13 000 exemplaires.

Denis Gratton

The Wire Report, Friday February 26, 2016

Bell playing skinny basic plan close to the vest: report

BCE Inc. is keeping mum in the wake of a media report claiming the company is telling staff to downplay its upcoming skinny basic TV offering.

On Friday, CBC reported that an internal training document it obtained advised sales staff to not promote its new skinny basic TV package, quoting the document as saying that there "will be no advertising, and this package should only be discussed if the customer initiates the conversation."

The Wire Report

www.cbc.ca, Friday February 26, 2016

**Bell tells staff to downplay new \$25 basic TV package ordered by CRTC
Company is trying to make new, cheap TV package unattractive, Bell employee believes**

Bell Canada is directing sales staff not to promote its new basic \$24.95 "Starter" TV package, according to a recent internal training document obtained by CBC News.

...Downplay the 'Starter' pack

The Bell training document states: "Do not promote the Starter TV package. There will be no advertising, and this package should only be discussed if the customer initiates the conversation."

..."[We] will certainly be following through on ensuring that they promote this package and these opportunities as well as they promote their other packages," Scott Hutton, the CRTC's executive director of broadcasting, said several days ago.

Sophia Harris, CBC News

The Hill Times, Monday February 29, 2016

In the eyes of today's CRTC chair, the consumer is king

The conundrum of Canadian broadcast policy was never more evident than in a recent speech by chief regulator Jean-Pierre Blais.

...But if Blais really wants to reflect Canadian broadcast history, he would well advised to listen to the words of esteemed Canadian television pioneer, Graham Spry. Credited as the father of the modern Canadian Broadcasting Corporation, Spry coined the phrase "The state or the United States" in support of the establishment of a made-in-Canada public broadcaster back in 1930.

Sheila Copps

The Globe and Mail

A parliamentary committee to save the news?

Good luck with that

This week in Ottawa, Parliament's Standing Committee on Canadian Heritage began to study how Canadians "are informed about local and regional experiences" by the media, whether broadcasting, digital or print.

...but what levers does the government even have to save something like local news? The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission regulates the broadcast industry, and the Competition Bureau tracks who owns media companies. Neither seems up to the task, which leaves funding.

About 800 magazines have received support from the Canada Periodical Fund to help them compete with U.S.

publications and, of course, the CBC/Radio-Canada receives a good deal of money to help it fulfill its mandate as the national broadcaster.

Sylvia Stead

The Hill Times, Monday February 29, 2016

'Storm clouds coming' for Postmedia, feds should 'stop perpetuation of revenue model that does not serve journalism'

The House Heritage Committee's study on Canadian media should include whether Postmedia Network's debt-laden U.S. hedge fund-backed conglomerate is hurting the journalism industry with its cuts and newsroom mergers that don't serve democracy, say MPs.

...It's important to also sort out Heritage Canada and the CRTC's role in protecting Canadian media, she said.

Laura Ryckewaert

La Presse

Les sports et le cinéma aident TVA

Le Groupe TVA a subi une perte nette de 1,47 million (3 cents par action) au quatrième trimestre, soit 3 fois moins que celle de 4,4 millions (19 cents par action) enregistrée pendant la même période de 2014.

...le bénéfice d'exploitation ajusté de la chaîne TVA Sports a bondi de 49 % à la faveur d'une hausse de 19 % de ses revenus publicitaires et de 13 % de ses revenus d'abonnement.

Sylvain Larocque

The Globe and Mail

Market underwhelmed with Sirius XM Canada bid

What kind of signals are investors sending about the potential buyout of Sirius XM Canada Holdings Inc.? Well, for one, that the bid price of \$4.25 a share reported by The Globe and Mail is too low.

...If the buyout group is unwilling to raise its offer of \$4.25, both Van Berkomp and Mr. Valentini suggest a better course for shareholders: Sirius XM Canada could aggressively buy back its shares on the open market. (The company has announced a stock-buyback program, but has not yet begun the purchases, according to its disclosures.)

David Milstead

The Globe and Mail

Catalyst-Corus: Why Bay Street can't look away

The definitive warning shot in the unexpected battle between Corus Entertainment Inc. and Catalyst Capital Group Inc. landed in Doug Murphy's inbox at 9:24 p.m. on Feb. 16.

..."You guys seem to think that if the minority shareholders vote down the deal, Shaw will willingly accept a lower price," he said. "We think they'll just walk away."

That Catalyst is pouncing on the leverage it sees in the Shaw-Wind deal aligns with its aggressive reputation.

Tim Kildaze, Christine Dobby, James Bradshaw

Financial Post

Opposition to Shaw deal questioned

The motives fuelling a minority shareholder's attempt to thwart Corus's \$2.65 billion acquisition of Shaw Media were called into question Friday, as Catalyst Capital Group Inc. aired its concerns about the proposed sale on a conference call with investors and analysts.

Christina Pellegrini

Montreal Gazette

How VICE conquered the media world

Suroosh Alvi was a young, recovering heroin addict in Montreal when he started a community magazine 22 years ago as part of a welfare-assistance program. It expanded into a brand that is a global force valued at \$4 billion, and that's without its next big thing: a TV channel

T'Cha Dunlevy

www.theguardian.com, Friday February 26, 2016

BBC bosses still trying to cover tracks over Savile in 2012, says Andy Kershaw

Former BBC Radio 1 DJ Andy Kershaw has said he believes senior management were "still trying to cover their tracks" over Jimmy Savile's sex abuse as late as 2012.

Kershaw, who worked with Savile for a number of years at Radio 1, said that he found Dame Janet Smith's conclusion that complaints about Savile never reached BBC management impossible to believe.

Mark Sweney

www.theguardian.com, Friday February 26, 2016

Jimmy Savile abuse: what did the BBC know? – video

The BBC had at least five opportunities to stop Jimmy Savile's decades of sexual abuse, according to a report by Dame Janet Smith which detailed evidence from 72 victims. However, despite widely circulating rumours within the organisation, the report concludes that the BBC as an institution did not know about the DJ's crimes

Phil Maynard

www.theguardian.com, Friday February 26, 2016

Jimmy Savile and the risks of BBC mismanagement

Letters

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca

 **27-02-2016.pdf**
5206K

TODAY IN THE MEDIA

AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

Samedi 27 février 2016
Saturday February 27, 2016

RC : pour continuer, il faut vendre

La direction justifie sa décision de liquider la tour de l'Est

STÉPHANE
BAILLARGEON

Les hauts dirigeants de Radio-Canada répondent à leurs détracteurs en expliquant leur décision de mettre en vente la tour de l'est de Montréal. Dans une lettre publique diffusée vendredi, le p.-d.g. Hubert T. Lacroix et le vice-président des services français, Louis Lalande, affirment que la Maison de RC est à ce point «vétuste» qu'elle nécessiterait des rénovations majeures estimées à 170 millions.

La déclaration commune et publique fait suite à l'annonce officielle de la mise en marché de l'équipement au milieu du mois. Des critiques ont ensuite demandé à la direction de ne pas précipiter les choses. Même la ministre du Patrimoine, responsable de RC, a déclaré publiquement que la direction devait consulter toutes les parties, y compris ses employés.

La réplique répond point par point aux objections. La lettre dit que la vente fait «partie de l'équation» depuis 2009. Elle ajoute que même une fois rénovées, les installations actuelles seraient encore trop vastes pour les besoins estimés à quelque 400 000 pieds carrés, soit le tiers des espaces du site.

La déclaration affirme que des consultations ont lieu avec un tas de partenaires, dont les gouvernements, la Ville, l'arrondissement et les syndicats de la boîte. «Notre vision est de bâtir le Radio-Canada de demain», concluent MM. Lacroix et Lalande. *La nouvelle Maison de Radio-Canada à Montréal incarnera cette vision d'un diffuseur public tourné vers l'avenir, mais toujours au service des citoyens.*

Le diffuseur a mandaté une firme pour lui trouver des locaux de substitution au centre-ville. Un des sites envisagés est dans le Quartier des spectacles, sur la rue Sainte-Catherine, au sud de l'îlot Balmoral, où des constructions installent un complexe voué à la danse et un autre pour abriter l'Office national du film du Canada.

Le Devoir

Requiem pour Radio-Canada

Simon Durivage, C.M.



Radio-Canada fait aujourd'hui beaucoup moins de productions originales, selon Simon Durivage.

Photo: Jacques Nadeau Le Devoir

Voilà maintenant huit mois que j'ai quitté Radio-Canada. J'y ai oeuvré assez longtemps pour avoir travaillé dans l' « ancien Radio-Canada », au centre-ville et pour avoir vécu l'engouement et la fierté de déménager dans la Tour, cette « boîte de jiffy » qui allait devenir le navire amiral de la Cité des Ondes dont rêvait Jean Drapeau. Quarante-trois ans plus tard, ce secteur de Montréal est toujours loin du centre et aujourd'hui bien plus fameux pour son Village que pour sa Cité, mais ce n'est pas là l'essentiel. On travaille bien davantage dans une entreprise qu'autour d'elle. Et j'ai vécu dans ces murs les années les plus passionnantes, les plus riches de ma vie professionnelle: *Présent, Consommateurs avertis, Le point, Justice, Montréal ce soir, Enjeux, le Club des Ex*, pour ne nommer que ces émissions. J'ai été privilégié, certes, mais je savais surtout, jusqu'à ces dernières années en tout cas, que je pouvais compter sur des patrons aussi passionnés que moi.

La direction actuelle de notre Société d'État met donc à vendre la tour et ses parkings: coût trop élevé de la rénovation d'un immeuble mal isolé et devenu désuet, besoin que du tiers de l'espace existant, Radio-Canada faisant aujourd'hui beaucoup moins de productions originales. Facile!

Les dirigeants veulent-ils donc achever le travail de sape qu'a mené le gouvernement Harper pendant près de dix ans contre CBC/Radio-Canada ? Ont-ils si peu d'imagination et de créativité pour ne pas avoir su s'adapter à la nouvelle réalité ? Pour ne pas avoir su renouveler notre télévision publique ? Pour n'avoir pas su trouver des partenaires pour occuper tout l'espace dont ils disposaient quand on songe au bouillonnement de l'industrie des médias anciens et nouveaux à Montréal depuis quinze ans ? Pour n'avoir pas compris, surtout, que Radio-Canada est essentiel dans notre univers culturel ? Avez-vous une seule fois entendu ces dirigeants réclamer d'Ottawa un meilleur financement pour Radio-Canada ? Pas moi. Je les ai beaucoup plus entendus tenter de justifier les coupes qu'ils acceptaient de subir. Il y a vingt-cinq ans, le Parlement fédéral versait un milliard de dollars à CBC/Radio-Canada. Aujourd'hui ? Toujours un milliard. Soustrayez l'inflation et vous aurez tout compris.

L'annonce de cette semaine ne m'étonne donc pas. Voilà bien quelques années que nous nous disions, entre collègues, qu'il ne fallait pas compter sur ces gens-là pour assurer l'essor de notre radio-télévision publique. Après la fermeture du service des costumes, ô combien symbolique, il y a trois ans, ce deuxième acte annoncé coulait de source. Quel manque de vision!

Il y a soixante ans, plusieurs craignaient que l'arrivée de la télévision tue la radio et le cinéma. Mais non. La radio et le cinéma se sont adaptés, ils se sont renouvelés et ils sont aujourd'hui plus florissants que jamais. Messieurs Lacroix et Lalande n'ont visiblement pas envie de choisir cette voie.

Vivement un coup de barre, Madame Joly, Monsieur Trudeau. Ici et tout de suite, avant qu'il ne soit trop tard. J'ai mal à mon Radio-Canada et je ne suis pas le seul.

La Maison de Radio-Canada est vétuste et trop vaste, affirme Hubert T. Lacroix



La Maison de Radio-Canada de Montréal

Photo : PC/Presse canadienne/Paul Chiasson

L'avenir de la Maison de Radio-Canada suscitant de nombreux articles et commentaires dans les médias, la direction de la société d'État soutient qu'elle doit aller de l'avant avec la vente de l'immeuble, notamment en raison de la vétusté des lieux.

« Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions de dollars », explique le communiqué diffusé conjointement par le vice-président des services français, Louis Lalande, et le président-directeur général Hubert. T. Lacroix.

Outre les rénovations, le bâtiment demeure trop grand pour les besoins de la société.

Radio-Canada n'utilise qu'un peu plus de 30 % de la superficie disponible dans la tour et les stationnements pourraient être davantage mis en valeur par un changement de vocation, font-il valoir, ajoutant que les terrains du boulevard René-Lévesque Est, avantageusement situés au pied du pont Jacques-Cartier, pourraient être exploités par un promoteur.

« Mettons-nous d'accord sur le fait que la gestion et le développement immobilier ne font pas partie du mandat du diffuseur public. » — La direction de la Société Radio-Canada

Ils ajoutent que « la vente des installations fait partie de l'équation envisagée depuis le début du projet ».

La SRC rappelle en outre l'entente conclue avec la Ville de Montréal en 2009 qui prévoit le développement du site de la tour de Radio-Canada. Ce développement comprend des engagements en matière de logements sociaux et communautaires, des espaces verts et une offre de transport en commun.

La société est toujours liée par cet accord passé avec la Ville de Montréal et elle passera ces obligations à un éventuel acquéreur.

Lettre ouverte d'Hubert T. Lacroix

LETTRE OUVERTE

UNE MAISON DE RADIO-CANADA TOURNÉE VERS L'AVENIR

Il se dit et s'écrit beaucoup de choses ces jours-ci concernant la Maison de Radio-Canada à Montréal. Il est normal qu'un projet de cette ampleur fasse l'objet d'un débat public et nous sommes ouverts à entendre les commentaires, opinions et suggestions de chacun. Cela témoigne d'un attachement profond envers la Maison et l'institution qu'elle représente.

À ce stade-ci, il nous apparaît cependant important de préciser certains éléments.

La situation actuelle ne peut pas perdurer

Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions de dollars. Même une fois rénovées, elles seront encore trop vastes pour les besoins de Radio-Canada, que nous évaluons à environ 400 000 pieds carrés, soit le tiers de l'espace disponible dans l'actuelle

MRC. Sans parler de ces immenses stationnements de chaque côté de la tour, qui représentent un potentiel de développement inexploité pour le quartier et la Ville. Mettons-nous d'accord sur le fait que la gestion et le développement immobilier ne font pas partie du mandat du diffuseur public.

La vente des installations fait partie de l'équation envisagée depuis le début du projet. Par ailleurs, il est important de rappeler qu'en 2009, Radio-Canada a conclu, suite à une importante consultation publique, un accord avec la Ville de Montréal pour le développement du site occupé actuellement par la MRC. Cet accord, qui définit entre autres les attentes de la Ville en matière de logements sociaux et communautaires, d'espaces verts et de transport en commun, est toujours en vigueur à ce jour. Ces obligations seront cédées à un éventuel acquéreur.

Consultation en continu

Dès le départ, nous avons travaillé en consultation avec différents intervenants : les gouvernements fédéral et provincial, la Ville de Montréal, l'arrondissement Ville-Marie et les organismes du quartier, entre autres. Cela inclut nos syndicats et nos employés, avec qui nous communiquons à chaque étape du projet. Un dialogue que nous allons poursuivre parce qu'il est essentiel à la réussite de notre projet.

Regarder vers l'avenir

Radio-Canada vit d'abord et avant tout par ses artisans, ceux et celles qui pensent et créent le contenu qui est au cœur du mandat du diffuseur public. Depuis sa création, la MRC est témoin de toutes ces productions qui ont marqué notre imaginaire collectif au cours des quarante dernières années. Imaginer une nouvelle Maison, plus moderne et adaptée à la réalité du 21^e siècle, ce n'est pas renier ce riche héritage, au contraire. Notre vision est de bâtir le Radio-Canada de demain. La nouvelle Maison de Radio-Canada à Montréal incarnera cette vision d'un diffuseur public tourné vers l'avenir, mais toujours au service des citoyens.

Louis Lalande
Vice-président principal des Services
français
CBC/Radio-Canada

Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada

Le syndicat inquiet

Le Syndicat des communications de Radio-Canada (SCRC) s'inquiétait, la semaine dernière, de la mise en vente de la Maison Radio-Canada à l'aube de la négociation d'une première convention collective unifiée.

« Cette nouvelle n'a rien de rassurant », avait déclaré la présidente du SCRC, Johanne Hémond. « Quel message veut envoyer la direction aux employés? Veut-elle les mettre devant le fait accompli? Il est incompréhensible de voir la direction s'acharner à vouloir vendre un patrimoine appartenant à tous les Canadiens et Canadiennes, alors que le gouvernement a promis de réinjecter de l'argent dans les caisses de Radio-Canada lors du prochain budget. »

Le syndicat reproche à la direction de la société d'État son « manque de vision » pour l'avenir du diffuseur public. « Nous sommes ouverts au virage numérique, mais ce n'est pas une formule magique. Quel est le plan? [...] C'est ce qui manque cruellement au Plan 20/20 du président Hubert T. Lacroix », concluait Mme Hémond.

Dans sa lettre, la direction se défend de tourner le dos à l'histoire dont la Maison Radio-Canada est la dépositaire, mais plaide plutôt pour une « nouvelle maison, plus moderne et adaptée au 21^e siècle.

<http://ici.radio-canada.ca/regions/montreal/2016/02/26/004-maison-radio-canada-batiment-renovation-170millions-vente-logement-social.shtml>

OPINION

Un diffuseur public tourné vers l'avenir

HUBERT T. LACROIX
ET LOUIS LALANDE

Président-directeur général
de CBC/Radio-Canada.
Vice-président principal
des Services français

Il se dit et s'écrit beaucoup de choses ces jours-ci concernant la Maison de Radio-Canada (MRC) à Montréal. Il est normal qu'un projet de cette ampleur fasse l'objet d'un débat public, et nous sommes ouverts à entendre les commentaires, opinions et suggestions de chacun. Cela témoigne d'un attachement profond envers la Maison et l'institution qu'elle représente.

À ce stade-ci, il nous apparaît cependant important de préciser certains éléments.

Une situation qui ne peut perdurer

Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions. Même une fois rénovées, elles seront encore trop vastes pour les besoins de Radio-Canada, que nous évaluons à environ 400 000 pi², soit le tiers de l'espace disponible dans l'actuelle MRC.

Sans parler de ces immenses stationnements de chaque côté de la tour, qui représentent un potentiel de développement inexploité pour le quartier et la Ville. Mettons-nous d'accord sur le fait que la gestion et le développement immobiliers ne font pas partie du mandat du diffuseur public.

La vente des installations fait partie de l'équation envisagée depuis le début du projet. Par ailleurs, il est important de rappeler qu'en 2009, Radio-Canada a conclu, à la suite d'une importante consultation publique, un accord avec la Ville de Montréal pour le développement du terrain occupé actuellement par la MRC. Cet accord, qui définit entre autres les attentes de la Ville en matière de logements sociaux et communautaires, d'espaces verts et de transports en commun, est toujours en vigueur à ce jour. Ces obligations seront cédées à un éventuel acquéreur.

Consultation en continu

Dès le départ, nous avons travaillé en consultation avec différents intervenants: les gouvernements

fédéral et provincial, la Ville de Montréal, l'arrondissement de Ville-Marie et les organismes du quartier, entres autres. Cela inclut nos syndicats et nos employés, avec qui nous communiquons à chaque étape du projet. Un dialogue que nous allons poursuivre, parce qu'il est essentiel à la réussite de notre projet.

Regarder vers l'avenir

Radio-Canada vit d'abord et avant tout par ses artisans, ceux et celles qui pensent et créent le contenu qui est au cœur du mandat du diffuseur public. Depuis sa création, la MRC est témoin de toutes ces productions qui ont marqué notre imaginaire collectif au cours des 40 dernières années. Imaginer une nouvelle Maison, plus moderne et adaptée à la réalité du XXI^e siècle, n'est pas renier ce riche héritage, au contraire. Notre vision est de bâtir le Radio-Canada de demain. La nouvelle Maison de Radio-Canada à Montréal incarnera cette vision d'un diffuseur public tourné vers l'avenir, mais toujours au service des citoyens.



PHOTO BERNARD BRAULT, ARCHIVES LA PRESSE

Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions. Même une fois rénovées, elles seront encore trop vastes pour les besoins de Radio-Canada, écrivent les auteurs.



OPINION
UN DIFFUSEUR PUBLIC TOURNÉ VERS L'AVENIR

Imaginer une nouvelle Maison, plus moderne et adaptée à la réalité du XXI^e siècle, n'est pas renier notre riche héritage

HUBERT T. LACROIX ET LOUIS LALANDE
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CBC/RADIO-CANADA ; VICE-PRÉSIDENT
PRINCIPAL DES SERVICES FRANÇAIS

Il se dit et s'écrit beaucoup de choses ces jours-ci concernant la Maison de Radio-Canada à Montréal.

Il est normal qu'un projet de cette ampleur fasse l'objet d'un débat public, et nous sommes ouverts à entendre les commentaires, opinions et suggestions de chacun. Cela témoigne d'un attachement profond envers la Maison et l'institution qu'elle représente.

À ce stade-ci, il nous apparaît cependant important de préciser certains éléments.

UNE SITUATION QUI NE PEUT PERDURER

Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions. Même une fois rénovées, elles seront encore trop vastes pour les besoins de Radio-Canada, que nous évaluons à environ 400 000 pieds carrés, soit le tiers de l'espace disponible dans l'actuelle MRC.

Sans parler de ces immenses stationnements de chaque côté de la tour, qui représentent un potentiel de développement inexploité pour le quartier et la Ville. Mettons-nous d'accord sur le fait que la gestion et le développement immobilier ne font pas partie du mandat du diffuseur public.

La vente des installations fait partie de l'équation envisagée depuis le début du projet.

Par ailleurs, il est important de rappeler qu'en 2009, Radio-Canada a conclu, à la suite d'une importante consultation publique, un accord avec la Ville de Montréal pour le développement du terrain occupé actuellement par la MRC. Cet accord, qui définit entre autres les attentes de la Ville en matière de logements sociaux et communautaires, d'espaces verts et de transports en commun, est toujours en vigueur à ce jour. Ces obligations seront cédées à un éventuel acquéreur.

CONSULTATION EN CONTINU

Dès le départ, nous avons travaillé en consultation avec différents intervenants : les gouvernements fédéral et provincial, la Ville de Montréal, l'arrondissement de Ville-Marie

et les organismes du quartier, entres autres. Cela inclut nos syndicats et nos employés, avec qui nous communiquons à chaque étape du projet. Un dialogue que nous allons poursuivre, parce qu'il est essentiel à la réussite de notre projet.

REGARDER VERS L'AVENIR

Radio-Canada vit d'abord et avant tout par ses artisans, ceux et celles qui pensent et créent le contenu qui est au cœur du mandat du diffuseur public. Depuis sa création, la MRC est témoin de toutes ces productions qui ont marqué notre imaginaire collectif au cours des 40 dernières années. Imaginer une nouvelle Maison, plus moderne et adaptée à la réalité du XXI^e siècle, n'est pas renier ce riche héritage, au contraire. Notre vision est de bâtir le Radio-Canada de demain. La nouvelle Maison de Radio-Canada à Montréal incarnera cette vision d'un diffuseur public tourné vers l'avenir, mais toujours au service des citoyens.

http://plus.lapresse.ca/screens/183cf39e-29bc-403d-99e6-7c472889cc26%7C_0.html

Une maison de Radio-Canada tournée vers l'avenir



Louis Lalande
Vice-président principal de Radio-Canada



Hubert T. Lacroix
Président-directeur général de CBC/Radio-Canada

Il se dit et s'écrit beaucoup de choses ces jours-ci concernant la Maison de Radio-Canada à Montréal. Il est normal qu'un projet de cette ampleur fasse l'objet d'un débat public et nous sommes ouverts à entendre les commentaires, opinions et suggestions de chacun. Cela témoigne d'un attachement profond envers la Maison et l'institution qu'elle représente.

À ce stade-ci, il nous apparaît cependant important de préciser certains éléments.

La situation actuelle ne peut pas perdurer

Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions de dollars. Même une fois rénovées, elles seront encore trop vastes pour les besoins de Radio-Canada, que nous évaluons à environ 400 000 pieds carrés, soit le tiers de l'espace disponible dans l'actuelle MRC. Sans parler de ces immenses stationnements de chaque côté de la tour, qui représentent un potentiel de développement inexploité pour le quartier et la Ville. Mettons-nous d'accord sur le fait que la gestion et le développement immobilier ne font pas partie du mandat du diffuseur public.

La vente des installations fait partie de l'équation envisagée depuis le début du projet. Par ailleurs, il est important de rappeler qu'en 2009, Radio-Canada a conclu, suite à une importante consultation publique, un accord avec la Ville de Montréal pour le développement du site occupé actuellement par la MRC. Cet accord, qui définit entre autres les attentes de la Ville en matière de logements sociaux et communautaires, d'espaces verts et de transport en commun, est toujours en vigueur à ce jour. Ces obligations seront cédées à un éventuel acquéreur.

Consultation en continu

Dès le départ, nous avons travaillé en consultation avec différents intervenants: les gouvernements fédéral et provincial, la Ville de Montréal, l'arrondissement Ville-Marie et les organismes du quartier, entres autres. Cela inclut nos syndicats et nos employés, avec qui nous communiquons à chaque étape du projet. Un dialogue que nous allons poursuivre parce qu'il est essentiel à la réussite de notre projet.

Regarder vers l'avenir

Radio-Canada vit d'abord et avant tout par ses artisans, ceux et celles qui pensent et créent le contenu qui est au cœur du mandat du diffuseur public. Depuis sa création, la MRC est témoin de toutes ces productions qui ont marqué notre imaginaire collectif au cours des quarante dernières années. Imaginer une nouvelle Maison, plus moderne et adaptée à la réalité du 21^e siècle, ce n'est pas renier ce riche héritage, au contraire. Notre vision est de bâtir le Radio-Canada de demain. La nouvelle Maison de Radio-Canada à Montréal incarnera cette vision d'un diffuseur public tourné vers l'avenir, mais toujours au service des citoyens.

Lettre ouverte de Louis Lalande – Une Maison de Radio-Canada tournée vers l’avenir

Claudie Saulnier



Lettre ouverte de Louis Lalande: « Une Maison de Radio-Canada tournée vers l’avenir ».

Les derniers mois ont été difficiles pour la société ICI Radio-Canada, pilier de la culture québécoise. À la lumière des événements (on parle des difficultés rencontrées par son corps professionnel, ainsi que de [l’annonce de la mise en vente de la maison Radio-Canada](#)), il est permis de se poser quelques questions quant à l’avenir de la société d’État.

C’est ainsi que **Louis Lalande**, Vice-président principal des Services français de CBC/Radio-Canada, et **Hubert T. Lacroix**, Président-directeur général de CBC/Radio-Canada, ont décidé de s’adresser aux Québécois(es) par l’entremise d’une lettre ouverte publiée par voie de communiqué cet après-midi:

« Il se dit et s’écrit beaucoup de choses ces jours-ci concernant la Maison de Radio-Canada à Montréal. Il est normal qu’un projet de cette ampleur fasse l’objet d’un débat public et nous sommes ouverts à entendre les commentaires, opinions et suggestions de chacun. Cela témoigne d’un attachement profond envers la Maison et l’institution qu’elle représente.

À ce stade-ci, il nous apparaît cependant important de préciser certains éléments.

La situation actuelle ne peut pas perdurer

Nos installations actuelles sont vétustes et nécessitent des rénovations majeures, estimées à environ 170 millions de dollars. Même une fois rénovées, elles seront encore trop vastes pour les besoins de Radio-Canada, que nous évaluons à environ 400 000 pieds carrés, soit le tiers de l'espace disponible dans l'actuelle MRC. Sans parler de ces immenses stationnements de chaque côté de la tour, qui représentent un potentiel de développement inexploité pour le quartier et la Ville. Mettons-nous d'accord sur le fait que la gestion et le développement immobilier ne font pas partie du mandat du diffuseur public.

La vente des installations fait partie de l'équation envisagée depuis le début du projet. Par ailleurs, il est important de rappeler qu'en 2009, Radio-Canada a conclu, suite à une importante consultation publique, un accord avec la Ville de Montréal pour le développement du site occupé actuellement par la MRC. Cet accord, qui définit entre autres les attentes de la Ville en matière de logements sociaux et communautaires, d'espaces verts et de transport en commun, est toujours en vigueur à ce jour. Ces obligations seront cédées à un éventuel acquéreur.

Consultation en continu

Dès le départ, nous avons travaillé en consultation avec différents intervenants : les gouvernements fédéral et provincial, la Ville de Montréal, l'arrondissement Ville-Marie et les organismes du quartier, entre autres. Cela inclut nos syndicats et nos employés, avec qui nous communiquons à chaque étape du projet. Un dialogue que nous allons poursuivre parce qu'il est essentiel à la réussite de notre projet.

Regarder vers l'avenir

Radio-Canada vit d'abord et avant tout par ses artisans, ceux et celles qui pensent et créent le contenu qui est au cœur du mandat du diffuseur public. Depuis sa création, la MRC est témoin de toutes ces productions qui ont marqué notre imaginaire collectif au cours des quarante dernières années. Imaginer une nouvelle Maison, plus moderne et adaptée à la réalité du 21^e siècle, ce n'est pas renier ce riche héritage, au contraire. Notre vision est de bâtir le Radio-Canada de demain. La nouvelle Maison de Radio-Canada à Montréal incarnera cette vision d'un diffuseur public tourné vers l'avenir, mais toujours au service des citoyens.

*Louis Lalande
Vice-président principal des Services français
CBC/Radio-Canada*

*Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada »*

<http://hollywoodpq.com/2016/02/26/lettre-ouverte-de-louis-lalande-une-maison-de-radio-canada-tournee-vers-lavenir/>

Plan stratégique de Radio-Canada



Lauréat Radio-Canada/Le Soleil : Sylvain Tremblay



Doris Labrie

Pour faire un monde

En semaine de 16 h à 18 h

Le vice-président des services français de Radio-Canada présentait aujourd'hui son plan stratégique 2016-2017. Une annonce étroitement surveillée alors que l'industrie des médias se redéfinit, et que les impacts se font sentir, particulièrement dans les stations régionales. À quels changements faut-il s'attendre? Julien Poirier-Malo analyse pour nous le plan stratégique.

AUDIO FIL

▶ Plan stratégique de Radio-Canada

http://ici.radio-canada.ca/emissions/pour_faire_un_monde/2015-2016/chronique.asp?idchronique=399164

Entrevue avec Mario Dumont Radio-Canada ou TVA? La ministre Mélanie Joly se dit neutre



La ministre du Patrimoine Mélanie Joly a affirmé vendredi qu'elle était neutre à l'égard des médias, même si elle avait affirmé dans une sorte de jeu questionnaire qu'elle préférerait Radio-Canada à TVA.

Cette déclaration de la ministre Joly qui a été exprimée lors de sa participation à un quizz filmé du magazine «L'Actualité» ne témoignait pas d'une préférence personnelle mais plutôt d'une préoccupation sur le plan professionnel, a-t-elle nuancé en entrevue avec Mario Dumont, sur les ondes de LCN.

«Je tiens à rassurer tout le monde que j'ai un grand intérêt autant pour les radiodiffuseurs privés que publics, mais à l'aube d'un réinvestissement dans Radio-Canada, ça occupe beaucoup de mes pensées, donc de façon spontanée, lors d'une entrevue de 60 secondes, c'est un peu normal que j'aie réagi de la sorte», a expliqué la ministre.

Elle a rappelé que le CRTC, l'organisme de réglementation du milieu télévisuel relevant de son ministère, est indépendant et s'occupe de l'application de la Loi sur la radiodiffusion.

www.tvanouvelles.ca/2016/02/26/radio-canada-ou-tva-la-ministre-melanie-joly-se-dit-neutre

La grosse gaffe de Mélanie Joly



INFOGRAPHIE: MIKAEL LEBLEU

Sophie Durocher

Par où commencer ?

Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, déclare dans un questionnaire du magazine L'Actualité, qu'elle préfère Radio-Canada à TVA. Et en plus, elle trouve que c'est une évidence. Sur le ton de : « Ben voyons, pensez-vous sérieusement que je m'abaisse à écouter TVA » ?

Vous pouvez voir ça ici.

Elle préfère Radio-Canada à TVA , comme elle préfère le chocolat à la vanille.

Est-ce que quelqu'un peut dire à Madame la ministre que deux joueurs du milieu de la télécommunication, ce n'est pas comme deux saveurs de crème glacée.

Une ministre intelligente et réfléchie aurait répondu à cette question : « Pour des raisons évidentes, je ne peux répondre à cette question. » ou « Vous comprendrez qu'en tant que ministre responsable, je ne peux avoir de préférences. »

Ce n'est pas à la citoyenne Joly que la question était posée, mais à la députée libérale. On s'en moque qu'elle aime mieux Ruptures plutôt que Les beaux Malaises.

Sauf que la prochaine fois qu'elle sera interviewée par Sophie Thibault, vous ne pensez pas qu'il y aura justement... un malaise ?

Pour faire une comparaison boiteuse, c'est comme si on demandait à un parent lequel de ses deux enfants il préfère. « Ben là, voyons, c'est facile, c'est sûr que c'est Pierre plutôt que Marie, pffff ». Sauf que la responsabilité du parent est d'élever ses deux enfants avec autant d'attention et leur donner les mêmes chances dans la vie.

Si on avait demandé à Hélène David, si elle préférerait le TNM ou le Théâtre Jean-Duceppe, qu'auriez-vous dit si elle avait répondu : « Bien sûr, c'est facile, le TNM » alors qu'elle est responsable du financement de toute la culture ?

En faisant ainsi étalage de sa préférence pour Radio-Canada, Mélanie Joly vient non seulement de se mettre les pieds dans les plats, elle vient de montrer à tous les Canadiens qu'elle n'est pas neutre, qu'elle est biaisée.

Quand tu t'apprêtes à donner 150 millions à Radio-Canada, tu te gardes une petite gêne. Tous les autres diffuseurs, et pas juste TVA, ont une raison de s'inquiéter aujourd'hui devant un manque aussi flagrant de réserve, de retenue et de jugement.

Selon Jean Lapierre, elle devrait démissionner. Disons qu'on devrait au moins l'avoir à l'œil.

L'avez-vous vue pédaler avec Mario Dumont ? Ramer, bégayer, patiner ? Elle faisait pitié.

Les rapports incestueux entre Radio-Canada/CBC et le Parti libéral commencent à être indécents. Des journalistes de la société d'État qui font des courbettes devant les libéraux (Peter Mansbridge et autres) et les libéraux qui font des courbettes à Rad-Can, ça suffit les tourtereaux.

En terminant, une dernière chose : La vidéo s'intitule Le défi 60 secondes. Mais Mélanie Joly se dit très heureuse de « faire le challenge avec vous ». Venant de la ministre des Langues officielles, ce n'est pas fort.

www.journaldemontreal.com/2016/02/26/melanie-joly-tout-un-challenge

Mélanie Joly préfère Radio-Canada à TVA, et ça ne plaît pas à Mario Dumont



Christian Duperron, Le Huffington Post Québec

La ministre du Patrimoine Mélanie Joly préfère Radio-Canada à TVA. Et c'est une affirmation qui ne plaît vraiment pas à tous.

Répondant à des questions en rafale sur le site du magazine *L'Actualité*, la députée d'Ahuntsic-Cartierville n'a pas hésité une seconde. Radio-Canada ou TVA? «Ben là, c'est facile, c'est Radio-Canada», a-t-elle lancé.

Sans surprise, sa position sans nuance a déplu, surtout du côté de TVA.

Mario Dumont est allé jusqu'à imiter la ministre pour se moquer de sa réponse directe.

«Tu es l'arbitre d'une situation, a fait valoir M. Dumont en ondes. Tu vas devoir mettre des lois en place entre les différents joueurs. Distribuer des budgets. Il y a plein d'enjeux. Elle est probablement en train d'évaluer la possibilité de donner à Radio-Canada des dizaines de millions d'argent emprunté, parce qu'on est en déficit.»

Si l'animateur et ex-politicien a dit comprendre qu'elle pouvait avoir une préférence, il a déploré la manière de répondre de la ministre. Une réponse qu'il a associée à du mépris. «Je suis très choqué», a-t-il lancé, se demandant comment elle pouvait garder sa crédibilité dans son poste de ministre du Patrimoine.

En entrevue à la table de Mario Dumont en fin d'avant-midi, la ministre a assuré qu'elle était neutre.

Est-ce qu'il y a une bonne entente, «une espèce d'amitié» entre les libéraux et Radio-Canada, a questionné Mario Dumont? «Absolument pas», a répondu Mme Joly, soulignant un changement d'attitude général du gouvernement Trudeau face aux journalistes.

Et pourquoi le choix était facile? Parce que le dossier de Radio-Canada et le réinvestissement dans la société d'État occupent ses pensées ces jours-ci, a-t-elle répondu, avant d'indiquer qu'elle appréciait le travail des employés de TVA.

Le commentateur Jean Lapierre, de son côté, a aussi affirmé que la ministre devrait démissionner. «Quand la ministre responsable à l'air d'une majorette pour Radio-Canada, c'est un problème», a-t-il critiqué.

http://quebec.huffingtonpost.ca/2016/02/26/melanie-joly-prefere-radio-canada-a-tva_n_9328278.html

Mélanie Joly affirme ne pas préférer Radio-Canada à TVA

Virginie Landry
Métro



Mélanie Joly

Yves Provencher/Métro

Dans un quiz vidéo du magazine «L'Actualité», Mélanie Joly répond à des questions cocasses sur ses goûts, ses préférences. Chocolat ou vanille? iPad ou papier? Radio-Canada ou TVA?

«Ben là, c'est facile! Radio-Canada!», a répondu Mélanie Joly. De là la controverse qui l'entoure ce vendredi sur les réseaux sociaux. ([Vous pouvez voir ladite vidéo ici.](#))

La ministre du Patrimoine canadien a fait une petite gaffe ici, selon plusieurs, en répondant qu'elle préférerait Radio-Canada et que c'était très évident et facile comme question. Sauf qu'en tant que ministre du Patrimoine, elle se doit d'être neutre envers tous les médias puisque le CRTC, l'organisme de réglementation du milieu télévisuel, relève de son ministère. Aussi, s'il y a un réinvestissement à Radio-Canada, c'est elle qui s'en occupera.

C'est en se présentant à l'émission de Mario Dumont, sur les ondes de TVA, que Mélanie Joly a rectifié le tir vendredi.

«Je tiens à rassurer tout le monde que j'ai un grand intérêt autant pour les radiodiffuseurs privés que publics, mais à l'aube d'un réinvestissement dans Radio-Canada, ça occupe beaucoup de mes pensées, donc de façon spontanée, lors d'une entrevue de 60 secondes, c'est un peu normal que j'aie réagi de la sorte», a-t-elle affirmé.

<http://journalmetro.com/actualites/national/923313/melanie-joly-affirme-ne-pas-preferer-radio-canada-a-tva/>

Préférence pour Radio-Canada: Mélanie Joly sur la défensive



Agence QMI

MONTREAL – Placée dans l'embarras, la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, a tenté tant bien que mal de défendre sa préférence avouée pour Radio-Canada en soutenant que la société d'État occupait beaucoup ses «pensées» actuellement.

«À l'aube d'un réinvestissement dans Radio-Canada, qui occupe beaucoup mes pensées, donc, de façon spontanée, lors d'une entrevue de 60 secondes, c'est un peu normal que j'aie réagi de la sorte», a-t-elle avancé vendredi matin en entrevue avec l'animateur Mario Dumont, sur les ondes de LCN.

Plus tôt cette semaine, le magazine *L'actualité* a diffusé une capsule sur son site web dans laquelle la ministre Joly était appelée à donner des réponses à brûle-pourpoint sur une série de questions posées en rafale.

Lorsqu'on lui a demandé «Radio-Canada ou TVA ?», Mme Joly a répondu: «Bien là, c'est facile: Radio-Canada».

Ce penchant spontané a semé la controverse, plusieurs commentateurs estimant qu'elle avait fait une sérieuse erreur de jugement. Un d'entre eux, Jean Lapierre, a même dit que Mme Joly avait «l'air d'une majorette pour Radio-Canada».

Selon nos sources, des responsables du bureau du premier ministre Justin Trudeau n'ont pas davantage apprécié les propos de la ministre.

Pots cassés

Vendredi, sur les ondes de LCN, Mme Joly tentait de réparer les pots cassés. «J'apprécie beaucoup le travail que TVA fait et que plusieurs radiodiffuseurs privés font, et je reconnais l'importance d'avoir une saine compétition au sein de notre univers de radiodiffusion», a-t-elle expliqué.

Au cours de la dernière campagne électorale, le gouvernement Trudeau s'était engagé à verser 150 millions \$ de plus au budget de Radio-Canada. Apparemment, cet investissement accapare beaucoup les pensées de Mme Joly, au point, selon elle, qu'il teinte ses préférences.

La ministre Joly a soutenu sur les ondes de LCN qu'elle était, malgré tout, neutre face aux médias canadiens. Elle a prétendu que le seul fait d'être présente à l'émission de Mario Dumont pour s'expliquer était un signe de son ouverture à l'ensemble des médias, qu'ils soient privés ou publics.

«Le fait que je suis ici (démontre que) j'apprécie beaucoup le travail que TVA fait et que plusieurs radiodiffuseurs privés font, et que je reconnais l'importance d'avoir une saine compétition au sein de notre univers de radiodiffusion», a-t-elle dit à l'animateur.

En réaction, le Groupe TVA a tenu à rappeler que Radio-Canada restait privilégiée face aux radiodiffuseurs privés.

«Il est important pour nous de réitérer la position de Groupe TVA qui a toujours été la même: la situation financière de Radio-Canada est meilleure que celles des radiodiffuseurs privés», a souligné la vice-présidente aux communications Véronique Mercier.

«Il n'y a pas de besoin de financement supplémentaire à la SRC, a ajouté Mme Mercier. Le gouvernement doit prendre garde de ne pas prendre de décision qui menacerait la pérennité des diffuseurs privés qui sont aussi importants que le diffuseur public dans le système canadien de radiodiffusion.»

www.journaldemontreal.com/2016/02/26/la-ministre-melanie-joly-se-dit-neutre-avec-les-medias



RADIO-CANADA OU TVA? FAO

CAPTURE ÉCRAN TVA NOUVELLES

La ministre du Patrimoine était sur le plateau de *Mario Dumont* à TVA, hier, pour justifier ses propos. Sa préférence pour Radio-Canada serait professionnelle et non personnelle.

La ministre Mélanie Joly sur la défensive

Elle avait avoué préférer Radio-Canada à TVA

AGENCE QMI | Dans l'embarras, la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, a tenté tant bien que mal de défendre sa préférence avouée pour Radio-Canada en soutenant que la société d'État occupait beaucoup ses «pensées» actuellement.

«À l'aube d'un réinvestissement dans Radio-Canada, qui occupe beaucoup mes pensées, donc, de façon spontanée, lors d'une entrevue de 60 secondes, c'est un peu normal que j'aie réagi de la sorte», a-t-elle avancé hier matin en entrevue avec l'animateur Mario Dumont, sur les ondes de LCN.

Plus tôt cette semaine, le magazine *L'Actualité* a diffusé une capsule sur son site web dans laquelle la ministre Joly était appelée à donner des réponses à brûle-pourpoint sur une série de questions posées en rafale.

Lorsqu'on lui a demandé «Radio-Canada ou TVA?» M^{me} Joly a répondu: «Bien là, c'est facile: Radio-Canada».

CONTROVERSE

Ce penchant spontané a semé la controverse, plusieurs commentateurs estimant qu'elle avait fait une sérieuse erreur de jugement.

Selon nos sources, des responsables du bureau du premier ministre Justin Trudeau n'ont pas davantage apprécié les propos de la ministre.

Vendredi, sur les ondes de LCN, M^{me} Joly tentait de réparer les pots cassés. «J'apprécie beaucoup le travail que TVA fait et que plusieurs radiodiffuseurs privés font, et je reconnais l'importance d'avoir une saine compétition au sein de notre univers de radiodiffusion», a-t-elle expliqué.

Au cours de la dernière campagne électorale, le gouvernement Trudeau s'était engagé à verser 150 millions \$ de plus au budget de Radio-Canada. Apparemment, cet investissement accapare beaucoup les pensées de M^{me} Joly, au point, selon elle, qu'il teinte ses préférences.

NEUTRE

La ministre Joly a soutenu sur les ondes de LCN qu'elle était, malgré tout, neutre face aux médias canadiens. Elle a prétendu que le seul fait d'être présente à l'émission de Mario Dumont pour s'expliquer était un signe de son ouverture à l'ensemble des médias, qu'ils soient privés ou publics.

En réaction, le Groupe TVA a tenu à rappeler que Radio-Canada restait privilégiée face aux radiodiffuseurs privés.

«Il est important pour nous de réitérer la position de Groupe TVA qui a toujours été la même: la situation financière de Radio-Canada est meilleure que celles des radiodiffuseurs privés», a souligné la vice-présidente aux communications Véronique Mercier.

LU SUR NOTRE SITE WEB

jdem.com/blogues

La grosse gaffe de Mélanie Joly

« En faisant ainsi étalage de sa préférence pour Radio-Canada, Mélanie Joly vient non seulement de mettre les pieds dans les plats, elle vient de montrer à tous les Canadiens qu'elle n'est pas neutre, qu'elle est partielle. Quand tu t'apprêtes à donner 150 millions à Radio-Canada, tu te gardes une petite gêne. Tous les autres diffuseurs, et pas juste TVA, ont une raison de s'inquiéter aujourd'hui devant un manque aussi flagrant de réserve, de retenue et de jugement. »

SOPHIE
DUROCHER

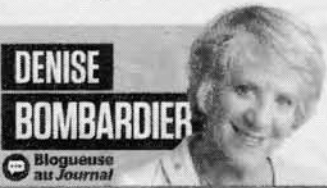


L'esprit libéral

DENISE

BOMBARDIER

Blogueuse
au Journal



Journaliste, écrivaine et auteure

Le Parti libéral du Canada s'est toujours perçu comme le plus apte à incarner le Canada vertueux, intelligent et progressiste. C'est pourquoi les libéraux ont souffert du long règne des conservateurs de Stephen Harper.

L'accession au pouvoir du PLC a libéré les libéraux. À vrai dire, le soulagement a été aussi partagé par tous ceux au Canada que décourageaient la vision sociale de Stephen Harper et sa méfiance systématique pour la modernité, telle que définie de nos jours.

Or la nouvelle génération de politiciens qui gouverne désormais le Canada porte les valeurs libérales bien au-delà de celles des anciens. Pas étonnant que le PLC ait doublé le NPĐ, le parti le plus à gauche

assermentation de citoyenne pour s'excuser au nom du Canada de la réaction négative des conservateurs qui voulaient interdire de telles pratiques?

Le gouvernement de Trudeau fils n'aime pas la politique guerrière de ses prédécesseurs et de ses alliés actuels. Il préfère laisser les militaires français et américains aller au casse-pipe en Syrie ou en Irak et croit que l'approche humanitaire correspond davantage aux valeurs canadiennes pour lutter contre Daech.

Justin Trudeau n'use en politique que d'une arme jusqu'ici étonnamment efficace: la séduction. Il faut se promener en Europe pour s'en rendre compte. Même les spécialistes de la politique ne résistent pas à son charme, oubliant du coup son action politique et sa vision économique.

ARROGANCE LIBÉRALE

Les jeunes loups qui conseillent et cajolent leur premier ministre semblent tous sûrs d'eux, arrogants à la façon libérale en usant de leur énergie joyeuse. Mélanie Joly a répondu sans hésiter à la question: aimez-vous mieux Radio-Canada ou TVA? « Bien là, Radio-Canada. » Or, TVA

est regardée chaque jour par des millions de Québécois, ses électeurs y compris. La ministre du Patrimoine n'a pas à choisir publiquement entre les chaînes publiques et privées. Elle doit défendre bec et ongle le service public et demeurer neutre sur la qualité du

Les jeunes loups qui conseillent et cajolent leur premier ministre semblent tous sûrs d'eux, arrogants à la façon libérale en usant de leur énergie joyeuse.

historiquement au Canada.

Justin Trudeau ne s'embarrasse pas de déficits contrairement à la plupart des partis de gauche européens. Il s'empresse dès son accession au pouvoir de retirer le projet de loi qui visait à renvoyer dans leur pays d'origine les djihadistes canadiens accusés de crimes contre l'État.

LIBERTÉ RELIGIEUSE

Le parti de Justin Trudeau refuse de considérer la burqa comme un problème. Il fait de la liberté religieuse, ou plus exactement de son interprétation du terme, un des droits les plus précieux. Une ministre du gouvernement ne s'est-elle pas pressée de téléphoner à celle qui s'était présentée couverte de la tête au pied à la cérémonie de son

contenu des chaînes.

L'esprit libéral se révèle aussi à travers une conception de multiculturalisme beaucoup plus éclatée que celle des libéraux d'antan. Le Québec est indifférencié dans le *melting pot* national. Et le premier ministre Couillard cautionne, par son attitude d'une légèreté insoutenable face au statut particulier du Québec, cet esprit libéral de Justin Trudeau. Pour ce dernier, le Québec semble une province à peu près comme les autres, c'est-à-dire composée de communautés culturelles, dont l'une, majoritaire, a été historiquement plus turbulente.

denise.bombardier
@quebecormedia.com

Mélanie Joly criticized for saying she prefers Radio-Canada to TVA

Federal heritage minister oversees CBC/Radio-Canada and the CRTC

CBC News



Canada's Heritage Minister Mélanie Joly is responsible for overseeing CBC/Radio-Canada and the CRTC.
(Chris Wattie/Reuters)

Federal Heritage Minister Mélanie Joly is in the hot seat for saying she prefers Radio-Canada to its private rival, TVA.

Joly, who is responsible for overseeing the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, the country's broadcast regulator, as well as CBC/Radio-Canada, made her choice clear in an **online video produced by the French newsmagazine *L'actualité***.

The segment gives political figures 60 seconds to answer a number of questions.

After being asked questions including, "what historical figure do you identify with?" and "do you like beer or wine?," Joly was asked whether she favours Radio-Canada or TVA.

"Well, that's easy," she replied. "Radio-Canada."

Commentators for TVA, which is owned by Quebecor, were quick to criticize her statement, saying she should remain neutral since she's responsible for the CRTC.

- **Thomas Mulcair urges Mélanie Joly to keep promise to restore CBC's funding**
- **New heritage minister Mélanie Joly says money coming to the arts, CBC**

One commentator, former Liberal cabinet minister Jean Lapierre, went as far as to say Joly should resign.

Joly, **who once interned at Radio-Canada**, has said the Liberals will keep their campaign promise to re-invest \$150 million in the Crown corporation.

Joly defended her comments on Friday in an appearance on LCN, TVA's 24-hour news network, saying she supports all Canadian media.

She said she answered in favour of Radio-Canada because it's at the top of her mind as she's working on fulfilling her government's electoral commitment.

Judge slashes the amount CBC has to pay for defaming anti-gay crusader to 1/30th the original sum

Barb Pacholik, Postmedia News



Stephen Mandel (left) speaks with the media as Mayoral candidate Bill Whatcott (right) files his nomination papers to run in the civic election at City Hall in Edmonton, Alta., on Monday September 17, 2007.

Darryl Dyck / Edmonton Sun

The province's top court has significantly cut the amount of money the Canadian Broadcasting Corporation has to pay for defaming anti-gay crusader Bill Whatcott.

Originally ordered to pay Whatcott \$30,000, the CBC is now on the hook for only \$1,000 after a partial win before the Saskatchewan Court of Appeal.

"While I find no cogent basis to set aside the finding of defamation, I would nevertheless intervene and reduce the general damages awarded in this matter to a nominal amount," Justice Neal Caldwell wrote on behalf of the court.

The court reserved its decision after hearing the appeal in November. This month's ruling was recently posted to an online database.

The issue dates back to October 2011 when the CBC published a report on The National and its website about a case involving Whatcott that was before the Supreme Court of Canada. It stemmed from a Saskatchewan Court of Appeal ruling regarding Whatcott's battle with the Saskatchewan Human Rights Commission over anti-gay pamphlets he distributed in Saskatoon and Regina in 2001 and 2002.



BRYAN SCHLOSSER/Regina, Leader-Post.

The CBC report included a pan of one of Whatcott's pamphlets — but not the one that was at issue in the human rights case. Rather, it was one Whatcott had distributed in Alberta in 2008. The CBC showed the side of the pamphlet with lyrics to a song that Whatcott had modified to read, "Kill the Homosexual." On the reverse side, which the CBC didn't show, "Whatcott had purported to disclaim or exculpate himself from liability for its inflammatory content, suggesting that he did not truly advocate the murder of homosexuals," the decision notes.



Bill Whatcott handing out flyers at the University of Regina on March 6, 2013.

(Don Healy / Leader-Post)

Whatcott sued, claiming that CBC's depiction of the pamphlet would cause viewers to believe he advocated murdering homosexual people.

In January 2015 Court of Queen's Bench Justice Richard Elson agreed, finding the CBC had misrepresented the pamphlet in its four-minute news segment. He awarded Whatcott \$20,000 in general damages and an additional \$10,000 in aggravated damages after finding the broadcaster had acted with malice.

The CBC appealed, arguing Elson had made several legal errors.

“The mere fact the CBC had published a defamatory news segment does not serve to increase the measure of general damages or to justify an award of aggravated damages.”

“While the defamatory nature of the news segment is open to some interpretation, I cannot conclude that the judge’s interpretation of it as defamatory was either unreasonable or borne of an error of law,” wrote Caldwell in a decision made unanimous by Justices Ralph Ottenbreit and Maurice Herauf. Elson had found the CBC’s focus on a single, offensive phrase conveyed the impression Whatcott’s activism was more extreme than it actually was and would “tend to lower the plaintiff’s reputation in the eyes of a reasonable person.”

However, the court did determine Elson erred in other findings.

Caldwell said the judge had no evidence about the scope of the publication so erred in assessing damages. The court said Whatcott was responsible for making his case, and “it was not for the judge to fill in the gaps with speculation.”

Whatcott had also failed to provide proof of actual malice, and Elson had made inferences based on “scant evidence,” said Caldwell.

“The mere fact the CBC had published a defamatory news segment does not serve to increase the measure of general damages or to justify an award of aggravated damages,” wrote Caldwell.

<http://news.nationalpost.com/news/canada/judge-slashes-the-amount-cbc-has-to-pay-for-defaming-anti-gay-crusader-to-129th-the-original-sum>

DENIS GRATTON

GRANDE ENTREVUE
dgratton@ledroit.com



Le journaliste à la retraite Daniel Lessard, 69 ans, a connu une carrière exceptionnelle à la télévision de Radio-Canada au cours des quatre dernières décennies.

Après neuf années comme journaliste, puis animateur de l'émission *Ce soir* à Radio-Canada Ottawa-Gatineau, il est devenu correspondant parlementaire pour la société d'État, un poste qu'il a occupé de 1981 à 1994. « J'ai couvert le dernier mandat de Pierre Trudeau, les deux mandats de Brian Mulroney, ainsi que trois ans de Jean Chrétien », dit-il. En 1995, il est devenu animateur à la nouvelle station du Réseau de l'information (RDI), toujours à Ottawa, pour ensuite accepter le poste d'animateur de relève, en 1998, au *Téléjournal - Le Point*. Puis de 2005 à 2011, il a animé l'émission *Les Couloirs du pouvoir* consacrée à la politique.

Daniel Lessard rêvait de devenir animateur radiophonique et disc-jockey. Il ne voulait rien entendre d'une carrière en journalisme.

C'est donc plus d'une trentaine d'années que Daniel Lessard a passées au bureau politique de Radio-Canada, à Ottawa. Toute une carrière pour un gars du petit village de Saint-Benjamin, en Beauce, qui rêvait de devenir animateur radiophonique et disc-jockey, et qui ne voulait rien entendre d'une carrière en journalisme.

Mais la piqure du journalisme, c'est ici, en Outaouais, qu'il l'a attrapée... bien malgré lui.

« J'ai débuté en 1969 comme

animateur et disc-jockey à la radio CKBM, à Montmagny, se souvient-il. Trois mois plus tard, le patron de CJRC (aujourd'hui la radio 104,7 FM) m'a appelé pour que je vienne en Outaouais remplacer un annonceur qui quittait. Mais quand je suis arrivé, le gars que je devais remplacer avait décidé de rester. Alors on m'a dit : 'on a un poste de journaliste de disponible, on te l'offre'. Mais ça ne m'intéressait pas du tout. Je ne suivais pas trop ce qui se passait (dans l'actualité). Je ne savais même pas conduire et on voulait que je fasse les faits divers. Donc j'ai appris à conduire en une semaine et le patron s'est occupé de ce que j'obtiens mon permis, même si je n'étais pas capable de stationner à reculons (rires).

« J'ai donc couvert les faits divers pendant un an. Et c'était parfois compliqué puisque je ne comprenais et je ne parlais pas l'anglais. Mais j'ai beaucoup appris. Et je

suis devenu journaliste malgré moi. Et au bout de cette année-là à CJRC, j'ai eu une offre pour aller à CKAC, à Montréal, deux semaines

avant que Pierre Laporte soit assassiné, et CKAC était la boîte à lettres du FLQ. Et c'est là que j'ai vraiment commencé à aimer ce métier-là et que je me suis dit : 'c'est ce que je vais faire'.

DE JOURNALISTE À ROMANCIER

Mais malgré sa remarquable carrière en journalisme, Daniel Lessard a toujours caressé le rêve d'écrire un roman. Un rêve qu'il a enfin réalisé à sa retraite en 2012 en publiant un roman intitulé



Daniel Lessard a toujours caressé le rêve d'écrire un roman. — PATRICK WOODBURY, LEDROIT

Maggie qui s'est vendu à plus de 13 000 exemplaires.

« L'ancien journaliste, (feu) Michel Vastel, aimait bien se moquer de moi, raconte-t-il. Il me disait qu'à la télé, les journalistes, avec les extraits sonores et tout le reste, n'avaient qu'en bout de ligne cinq phrases à écrire. Et il n'avait pas complètement tort (rires). Quand t'écris pour la télé, tu te fiches pas mal des virgules et des accents. T'écris au son, mais tout en faisant attention, évidemment. Mais le texte ne va pas en ondes, c'est toi qui vas en ondes.

« Alors je disais toujours à Vastel : 'un jour j'écrirai un roman et je te donnerai la première copie'. Mais malheureusement, Michel est décédé avant que mon premier roman soit publié.

— Mais comment passe-t-on de l'écriture journalistique à l'écriture d'un roman ? C'est un peu

comme apprendre à patiner pour jouer au hockey pour enfin faire du patinage artistique, non ?

— En effet (rires). Le premier roman m'a pris beaucoup de temps. Les premières versions étaient plates. Je l'ai fait lire à ma sœur et elle m'a dit que c'était ennuyant à mourir, qu'il n'y avait pas d'émotions et que j'écrivais comme un journaliste. 'Laisse-toi aller' m'a-t-elle conseillé. Alors j'ai réécrit et réécrit. Puis un jour j'ai croisé par hasard mon ami Charles Tisseyre qui s'occupait de la maison d'édition de son père (les Éditions Pierre Tisseyre), je lui ai parlé de mon roman et il m'a dit de lui envoyer et qu'il allait le faire lire par son comité de lecture. Et il m'a appelé trois semaines plus tard pour me dire qu'ils aimaient ça et qu'ils étaient prêts à le publier.

Daniel Lessard a récemment publié son cinquième roman

intitulé *La Marie-Louise*.

« C'est une histoire inspirée librement d'un fait réel, explique-t-il. C'est une femme qui s'appelait Marie-Louise Cloutier, soit la dernière ou avant-dernière femme à être pendue au Québec. Elle avait empoisonné son mari avec l'aide de son amant qui était le neveu de son mari. Elle a été pendue à Bordeaux en 1940. On disait de cette femme qu'elle avait des dons et qu'elle parlait au diable. Je me suis donc inspiré d'elle très librement, mais tout en fouillant, en faisant venir le verbatim du procès qui s'est déroulé à St-Georges de Beauce, et en faisant des recherches approfondies afin que le contexte historique soit le plus rigoureux possible. »

Daniel Lessard sera présent au Salon du livre de l'Outaouais samedi et dimanche, au kiosque des Éditions Pierre Tisseyre.

Une passion qui se développe

LE DROIT, SAMEDI 27 FÉVRIER 2016
p.8

Bell playing skinny basic plan close to the vest: report

The Wire Report

BCE Inc. is keeping mum in the wake of a media report claiming the company is telling staff to downplay its upcoming skinny basic TV offering.

On Friday, CBC reported that an internal training document it obtained advised sales staff to not promote its new skinny basic TV package, quoting the document as saying that there "will be no advertising, and this package should only be discussed if the customer initiates the conversation."

Spokesperson Jacqueline Michelis was quoted in the CBC report as saying she "wouldn't comment on anonymous claims or documents" and that Bell will "follow all CRTC rules, we always do." Bell declined further comment on the story when contacted by the Wire Report Friday.

Michelis also wouldn't confirm the authenticity of another document posted online on Wednesday, purporting to detail the new \$24.95 "Starter" package.

"Just as we do now, Bell's future packages will offer consumers the best choice in individual TV channels and packages at tremendous value, while respecting CRTC rules," Michelis said in an email Thursday. "For competitive reasons, we don't announce new offerings in advance of their availability."

The CRTC's decision on the new skinny basic TV offerings stipulate that the new packages must be "promoted in a like manner to the distributor's first-tier offering so that customers are aware of its availability, price and content."

As of March 1, TV providers must provide a basic package priced at no more than \$25 per month. March 1 is also the deadline for companies to offer either pick-and-pay or a choice of either self-built packages or small pre-assembled packages, with both options mandatory by December.

During a speech delivered in Toronto earlier this month, CRTC chairman Jean-Pierre Blais said the regulator would be watching how companies implement the required changes.

www.thewirereport.ca/briefs/2016/02/26/bell-playing-skinny-basic-plan-close-to-the-vest-report/30638

Bell tells staff to downplay new \$25 basic TV package ordered by CRTC

Company is trying to make new, cheap TV package unattractive, Bell employee believes

Sophia Harris, CBC News

11851 shares



Not so skinny basic cable 2:05

Bell Canada is directing sales staff not to promote its new basic \$24.95 "Starter" TV package, according to a recent internal training document obtained by CBC News.

The "Starter" pack will be unveiled Sunday, the document indicates. By March 1, to comply with **new CRTC rules**, all TV service providers must offer a "skinny" basic package costing no more than \$25 a month, plus additional pick-and-pay channel options.

The Bell document also shows that add-ons to the basic "Starter" pack can become so costly that what was supposed to be a good deal for Canadians could wind up, in some cases, costing more than their current cable bill.

One Bell employee who has seen the document told CBC News he believes that Bell's aim is to make the basic "Starter" package as unattractive as possible. He claims that's because the company wants customers investing in pricier deals.

"They're making the skinny basic package simply unbuyable," he said. "What's been explained to me is that maybe one per cent of people would be interested in getting it."

The Bell worker asked to remain anonymous, because he fears retribution from the company.



Bell is telling employees not to promote its new, cheap basic TV package, according to an internal company document obtained by CBC News. (Galit Rodan/Canadian Press)

- Cable firms slow to share details about 'skinny' package
- Cable companies mum on pick-and-pay

Downplay the 'Starter' pack

The Bell training document states: "Do not promote the Starter TV package. There will be no advertising, and this package should only be discussed if the customer initiates the conversation."

It also shows that costs for the Fibe TV "Starter" pack can go much higher than the initial \$24.95 monthly fee. The plan comes with about 20 mandatory Canadian channels. Customers can then add individual pick-and-pay channels priced at either \$4 or \$7.

As with other packages, people will also have to shell out extra monthly fees for the TV receiver or box rental and high definition programming. In addition, according to the document, to get Fibe TV, customers must subscribe to a Bell internet package.

On top of that, according to another apparent **Bell training document posted online**, the company will not offer any deals to "Starter" customers.

The document said there will be no bundle discounts, no hardware or PVR deals, and "no TV sweetener offers" with the package.

Fibe is Bell's high-speed fibre optic network. It also offers separate plans for satellite TV.

The Bell document obtained by CBC News lays out the pricing for the Fibe "Starter" with some add-ons.

Combined with ultra-high-speed internet, a couple of \$7 pick-and-pay channels and the TV box rental, according to Bell's own calculations, a customer would pay a total of \$130.35.

That's more than five times the initial price of the basic package.

CBC News reached out to the CRTC and asked if Bell could require customers to buy Bell internet when signing up for the "Starter" basic pack, as indicated in the company document.

Soon after, we heard from a Bell employee who told us that "Starter TV no longer has to be linked with internet. [Bell] just backed off."

CBC News asked the company for a response to this story. "Sorry I wouldn't comment on anonymous claims or documents you are finding," Bell spokeswoman Jacqueline Michelis said in an email.

She also wouldn't confirm any details about the "Starter" pack. "We wouldn't pre-announce pricing," she said. "It's a competitive business."

Michelis added: "We will follow all CRTC rules, we always do."

Keep it on the down low?

The CRTC regulations mandating a \$25 basic "skinny" TV pack and added pick-and-pay channels were designed to give viewers more choice. The rules were created in response to customer complaints that they were paying too much for big bundles of channels just to get the ones they want.

- **\$25 basic cable package must be in place by March 1**
- **Cord-cutting ramps up, while cable providers ready for pick-and-pay TV**

Industry analysts have speculated that providers are not eager to promote the basic package, because it could inspire customers to pare down their TV plans.

"They're not making any profit off of this package and what they're doing is, they're downplaying the idea of this being a benefit to customers," said Daniel Bader, senior editor with the tech site Mobile Nations.

Just days before the final March 1 deadline, major TV providers Bell, Telus and Rogers have yet to publicly release the details of their new offerings.

Like the Bell employee, a Rogers worker has also told CBC News that the cable provider had instructed staff to downplay its \$24.99 "Starter" pack that will be unveiled March 1.

Rogers denied this, claiming the company instead told employees to make it clear to customers that the downsized deal wouldn't be the right fit for everyone.

Obligated to advertise

The CRTC has told CBC News that TV providers are obligated to advertise the new "skinny" basic pack and pick-and-pay options.

"[We] will certainly be following through on ensuring that they promote this package and these opportunities as well as they promote their other packages," Scott Hutton, the CRTC's executive director of broadcasting, said several days ago.

But that doesn't mean much, journalist Greg O'Brien, who closely covers the Canadian TV industry, told CBC News. He writes for the online publication Cartt.ca.

He predicts TV providers will give the new cheap package some obligatory attention, but that it will be limited.

"No one sells basic cable. So, skinny basic will be there, but it's not going to be on top," says O'Brien.

www.cbc.ca/news/business/bell-skinny-tv-package-crtc-1.3465674

COPPS' CORNER CRTC

In the eyes of today's CRTC chair, the consumer is king

But if Jean-Pierre Blais really wants to reflect Canadian broadcast history, he would be well advised to listen to the words of esteemed Canadian television pioneer, Graham Spry.



SHEILA COPPS

OTTAWA—The conundrum of Canadian broadcast policy was never more evident than in a recent speech by chief regulator Jean-Pierre Blais.

The chair of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission started his remarks by quoting American essayist Ralph Waldo Emerson and then vowing: "We're staying the course we've mapped with Canadians and we'll follow it to the end."

It was curious to highlight an American writer in defence of Canadian broadcasting law.

Blais' choice was an accurate reflection of his approach to the

new world of broadcasting. The chair devoted much of his speech to lauding consumer choice and trashing broadcast executives as a bunch of money-grubbing capitalists who are change resistant because they have spent years benefiting from the status quo.

Blais had done his public opinion polling before the speech. Most Canadians love to hate the major telecommunications players. From Rogers, to Bell to Shaw, consumers believe they are all in a conspiracy to charge more for less.

On the telephone side, there is some truth to the criticisms. Canadians pay among the highest prices in the world for cellphone service and there are swaths of rural Canada that still do not have internet coverage. In the eyes of today's CRTC chair, the consumer is king.



The conundrum of Canadian broadcast policy was never more evident than in a recent speech by chief regulator Jean-Pierre Blais. The Hill Times photograph by Jake Wright

equation but it became the only relevant factor during Stephen Harper's time in power.

Until then, government support for content creation was always crucial.

Blais made reference to the health of the radio sector in his speech. Back in the nineties, radio stations were bleeding red ink. Government was forced to intervene, with regulatory changes to increase Canadian content while permitting multiple licence ownership in single markets.

Those legal modifications were crucial to turning the industry around. Most stations survived and became profitable because of government help, not in spite of it.

Blais wrongly attributed the radio renaissance to sectoral creative forces, ignoring historical market realities.

In his speech, Blais even warned broadcasters not to go whining to governments if they are unhappy with CRTC decisions. "Others are just complaining. They're forecasting doom and gloom: job cuts, revenue losses, and station closures. They run off to court, they run off to Cabinet to seek relief. It's their right to do so, but it doesn't make them right. ... Their stock in trade these days seems to be divisive and self-interested polemics rather than forward-looking action."

The last time I looked, the authority for broadcasting legislation actually resided with cabinet. Blais is not the head of a private company.

He is there as the result of a governor in council appointment, with specific reporting requirements to Cabinet.

When it comes to fundamental changes to the Canadian broadcast

system, government not only has a role to play. It is the key player.

The CBC, the Canadian Media fund, the CRTC, Telefilm, the National Film Board, and the Canada Council for the Arts all play their parts in Canadian content creation. Private broadcasters carrying local news and Canadian drama and documentary content also influence public access.

When Hamilton's CHCH television laid off a massive number of workers only to rehire some of them immediately under a different corporate umbrella, Blais could have stepped in by yanking the company's licence.

Instead, he referenced CHCH in his speech as one of the long list of victims of modern broadcast changes. Blais further confounded the discussion by deliberately mixing local licensed television newscasts with newspaper copy.

"I listened as Canadians spoke with intelligence and passion to many of the issues I just described, while corporate executives who own luxury yachts and private helicopters came looking for subsidies."

There is no doubt that modern Internet transmission methods have changed the way Canadians access news and creative content.

There is also no doubt that our chief broadcast regulator should be looking to Canada for inspiration.

Past governments have promoted unique content streams in multiple sectors.

Today's complex broadcast environment needs smart government more than ever.

Sheila Copps is a former deputy prime minister and a former Jean Chrétien-era Cabinet minister. She is a registered lobbyist.

news@hilltimes.com

The Hill Times

A parliamentary committee to save the news? Good luck with that



SYLVIA STEAD
PUBLIC EDITOR
sstead@globeandmail.com

This week in Ottawa, Parliament's Standing Committee on Canadian Heritage began to study how Canadians "are informed about local and regional experiences" by the media, whether broadcasting, digital or print.

It's a noble mission, fuelled by a concern over protecting Canadian content while local newspapers are closing, newsrooms merging and jobs in journalism are being lost. But is it also mission impossible?

Important journalism certainly happens in smaller communities. Last year, the Moncton Times and Transcript won a National Newspaper Award for its exhaustive coverage of the shooting rampage in its community that left three RCMP officers dead.

A decade ago, another example of great local coverage won the renowned Michener Award for Public Service Journalism. Gordon Hoekstra of the Prince George Citizen spent months, in the midst of regular daily stories, plugging away in his off hours on how dangerous logging roads are in the area. Through freedom-of-information and access requests, along with many interviews, he produced *Dying for Work*, a series that painted a compelling picture of the problem. As a result, the province announced more than \$20-million would be spent to upgrade the roads and make them safer.

So, I share the concern of the committee members that vital work will fade away if local and regional news is not supported.

But is state intervention the answer, or even likely? There have been three government studies into media concentration, in 1969, 1980 and 2006. Concerns were expressed, both about concentration of ownership and the closing of newspapers, but not much changed.

Now here we are in 2016, not only with similar problems, but many new ones. Canada's largest newspaper chain, Postmedia, is struggling with declining revenues and a large debt load payable in U.S. dollars. In fact, most mainstream media have seen a drop in advertising dollars, as changing technology has upended their economic model.

On top of that, the change means everyone is competing on various and shifting platforms for the same audience. There is little difference between broadcasting, digital and print material when it is viewed on your phone.

Liberal MP Hedy Fry, the committee's chair, told the Canadian Press that she is convinced the study will work. "One day, stuff is facing you so hard that you have to do something about it. That time has come."

But how will the committee tackle the issue when the government has little control of what is mostly private enterprise. Also, how will it define its own terms, such as "local and regional experiences"?

In the past, you could assume that local news was the product of the local newspaper or broadcast outlet, and distributed in that community alone. Today, we define our own communities of interest much more broadly, and we follow those interests through many more media platforms and outlets.

As an example, I got my news about the committee not from TV or a newspaper but by following a journalist on Twitter. David Akin of the Toronto Sun live-tweeted day one of the hearings, reporting how the MPs learned that no fewer than 22 daily newspapers have closed in the past five years and that, according to Jean-François Bernier, Heritage Canada's director general of cultural industries, advertisers in this country increasingly turn to "Google News" and other foreign-owned online organizations.

All this is a grim reminder of the difficulties the media faces, but what levers does the government even have to save something like local news? The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission regulates the broadcast industry, and the Competition

Bureau tracks who owns media companies. Neither seems up to the task, which leaves funding.

About 800 magazines have received support from the Canada Periodical Fund to help them compete with U.S. publications and, of course, the CBC/Radio-Canada receives a good deal of money to help it fulfill its mandate as the national broadcaster.

But these measures were instituted under an old, predigital model of news coverage. On what basis could the committee now recommend financial support to some media and not to others?

So, while I worry about the threat to local coverage, I just don't see what another government inquiry can do, other than shine a light on the problem.

In fact, there is a risk that the committee could be tempted to do too much. According to Mr. Akin, Ms. Fry ended the first day's hearings by asking who will regulate the accuracy of online news. "Anyone," she said, "can publish anything!"

In fact, the laws on libel, slander and hate speech apply to all publishers. The committee's mandate, along with looking into media concentration, includes examining the role of digital media. So perhaps, with just 10 days of hearings, its members should concentrate on what is already a massive and difficult job without raising side issues like accuracy.

In the final analysis, businesses depend on customers, not government, for their economic well-being.

The Michener-winning Mr. Hoekstra is now with the Vancouver Sun, but tells me that Prince George has been well served by its local media. And that matters because, he says, "at its core, an informed community will be a better judge of what is good for" itself.

Yet, change has come for residents of the largest city in Northern B.C. Last year, they lost their weekly paper, and two weeks ago, the Citizen had to drop its Monday edition, and now publishes just five days a week.

A sad reminder on its 100th anniversary that the world of news is in flux.

NEWS MEDIA

'Storm clouds coming' for Postmedia, feds should 'stop perpetuation of revenue model that does not serve journalism'

By LAURA RYCKEWAERT

The House Heritage Committee's study on Canadian media should include whether Postmedia Network's debt-laden U.S. hedge

Continued on page 6

NEWS POSTMEDIA

'Storm clouds coming' for Postmedia, feds should 'stop perpetuation of revenue model that does not serve journalism'

“The Competition Bureau is saying that they okayed this Postmedia kind of conglomerate and at the end of the day they all said that their major analysis was about economics, it wasn’t about [news],” says Liberal MP Hedy Fry. ‘What are the unintended consequences?’

Continued from page 1



Postmedia president and CEO Paul Godfrey pictured in this file photo with Ottawa Mayor Jim Watson. The Hill Times photograph by Jake Wright

fund-backed conglomerate is hurting the journalism industry with its cuts and newsroom mergers that don’t serve democracy, say MPs.

MacEwan University communications professor Brian Gorman said the convergence of media ownership and the treatment of news properties as business properties rather than a public service is a problem. He said Parliament should put a “stop to the perpetuation of a revenue model that does not serve journalism.”

“There are no laws banning foreign companies from owning Canadian newspapers,” said Prof. Gorman and the laws that do exist are about protecting business interests—like being able to claim deductions on expenses—not about protecting journalism.

“It all goes back to when newspapers went public back in the 1980s. You end up with two forces driving how you run your business in the background: you’ve got shareholder expectation and you’ve got debt,” he said.

Hedge funds are nicknamed “vulture funds,” said Prof. Gorman, and they “don’t step in and invest in healthy companies with a bright future, they deal with distress debt.”

“The discussion always seems to come down to balance sheets and ledgers, without journalism playing [a factor], no body ever seems to want to talk about the kind of damage that this process does to journalism.”

Rather than having a hedge fund step in to maintain a news chain, as happened with Canwest in 2010, properties could have been broken off and sold in pieces, said Prof. Gorman.

Postmedia Network Inc. today is Canada’s largest news distributor, and came into being in 2010, after a group of creditors led by Paul Godfrey purchased the bankrupt Canwest Global Communications Corp.’s news division. New York-based U.S. hedge fund GoldenTree, which today is

a majority shareholder, was part of this group. Canadian investor Canso Investment Counsel Ltd. is also a shareholder. Both are fund managers that specialize in distressed assets.

In Canada, the Income Tax Act provides protection to Canadian media by setting out that only Canadian companies are able to claim the cost of ads in Canadian-owned publications as a business expense, and defines a Canadian publisher as one where at least 75 per cent of its shares are owned or controlled by Canadians. The Investment Canada Act also provides for federal review of any “significant” foreign investments. Also helping to regulate the industry in Canada is the Competition Bureau, which enforces the Competition Act.

As a result of Canada’s rules around foreign-ownership, the “transaction required a dual-share structure, with the majority of voting shares held by Canadian investors including CEO Paul Godfrey,” as explained in a Bloomberg News story from Feb. 4.

So despite the fact that today, Postmedia Network Inc. is now majority-owned by American hedge funds, it’s still classified as a Canadian publication.

Back in 2012, Postmedia hired Ottawa firm Capital Hill Group to lobby against Income Tax Act rules that prevent Canadian companies from claiming deductions for the cost of advertising in foreign-owned newspapers.

Postmedia’s stake in the Canadian media landscape swelled even further in 2014, when it penned a roughly \$316-million acquisition deal with Quebecor to purchase 175 of its English newspapers, along with specialty publications and digital properties. The deal was reviewed and approved by the Competition Bureau last year.

Postmedia now owns both major newspapers in Ottawa, Vancouver, Calgary and Edmonton—in

Ottawa, that’s the *Ottawa Sun* and *Ottawa Citizen*—and in January announced it was merging newsrooms to have one news team provide content for both titles as part of its efforts to cut costs. Postmedia also owns *The London Free Press*, *The Montreal Gazette*, *The Windsor Star*, *The Saskatoon StarPhoenix*, *The Regina Leader-Post* and digital properties Canada.com, canoe.com, Toronto24hours.ca and Infomart, among others.

The network has been undergoing substantial changes and cuts in efforts to pay down more than \$650-million of debt, much of it owed in U.S. dollars, with payment deadlines coming up in 2017 and 2018. Some financial analysts are predicting that Postmedia Network could default on its 2017 debt payments. Since 2010, Postmedia has paid hundreds of millions of dollars in interest to its hedge-fund investors.

NDP MP Pierre Nantel (Longueuil-Saint-Hubert, Que.), a member of the House of Commons Heritage Committee, said looking at how Canada’s largest news distributor came to be majority-owned by U.S. hedge funds “is crucial.”

“You don’t want to live in a closed world, but some elements of your economy, some of the levers, you want to make sure that ... we do keep our own involvement in these. This situation to me is embarrassing,” he told *The Hill Times*.

The House Heritage Committee launched a study of media at the beginning of January. It will hold at least 10 meetings to study, “how Canadians, and especially local communities, are informed about local and regional experiences through news, broadcasting, digital and print media; [and] the unintended consequences of news media concentration and the erosion of local news reporting and the impact of new media,” and report back with recommendations.

Committee chair Liberal MP Hedy Fry (Vancouver Centre, B.C.) said she’s already anticipat-

ing the committee’s study will exceed 10 meetings, “because the more we hear the more questions [we have], it’s like opening a Pandora’s box.” Examining the current state of Postmedia “is a big piece” of the committee’s work ahead.

“The Competition Bureau is saying that they okayed this Postmedia kind of conglomerate and at the end of the day they all said that their major analysis was about economics, it wasn’t about [news],” said Ms. Fry in an interview with *The Hill Times* last week. “What are the unintended consequences?”

Ms. Fry said another aspect for the committee to examine is whether Industry Canada has “a role to play in creating infrastructure,” to ensure all Canadians can access news as desired whether online or even traditional broadcast.

“If people are choosing to access their news in a totally different manner, can they?”

Along with access to media in general at the local and regional level across the country, access to media in preferred-languages is another angle to be considered in the study, said Ms. Fry, including for ethnic groups—on top of the consequences of media consolidation. It’s important to also sort out Heritage Canada and the CRTC’s role in protecting Canadian media, she said.

NDP MP Brian Masse (Windsor West, Ont.), who earlier this year asked the Competition Bureau to re-review Postmedia’s Quebecor acquisition in light of the newsroom mergers announced in January, said he’s watching to see what the Heritage Committee produces. He said he believes the government “needs to look at taking some action” with regard to Postmedia and called the Competition Bureau “toothless.”

“Hedge funds are a huge problem in general. They’re often based on speculation, they often look at maximizing profits versus

out of developing a project, so it's a way of playing the market," said Mr. Masse.

A healthy news industry is an important part of democracy and free speech, said Mr. Masse. He added hedge fund advisers often "pick out" elements that don't necessarily make a profit and in the news industry's case it's investigative reporting.

Mr. Masse said the issue of media convergence isn't isolated to Postmedia, and he hopes the committee examines the "bigger picture."

In explaining its decision not to re-review the Postmedia-Sun Media deal, the bureau said the purpose of its merger reviews "is to determine whether it is likely to result in a substantial lessening or prevention of competition in a given market."

"For the Postmedia-Sun Media transaction, the bureau's review determined that this was unlikely. Nothing in recent news has changed this view," said the bureau in an email response to questions last month.

TorStar, which owns *The Toronto Star*, is another conglomerate controlled by hedge funds, but unlike Postmedia, the company isn't saddled with massive debt. There's similar convergence in broadcast media as well, like Corus' recent acquisition of Shaw Media, or Bell Canada Enterprises' 2013 deal with Astral Media.

Conservative MP Kevin Waugh (Saskatoon-Grasswood, Sask.), a former CTV Saskatoon sportscaster and a member of the Heritage committee, said he's "very upset" the Competition Bureau allowed the Postmedia acquisition to go through, and questioned Competition Bureau officials about it last week.

"That to me isn't freedom of speech. How am I going to buy the *Edmonton Sun* and the *Edmonton Journal* and get the same view?" said Mr. Waugh. "How do you let that happen?"

"The storm clouds are coming in 2017 [for Postmedia], they have millions of dollars that they've got to [pay back]," he said.

Mr. Waugh said local news still matters and he's concerned about the future of the industry and he hopes the committee also examines the content of news in Canada, in particular whether Canadians are still able to access truly local news across the country.

But Mr. Waugh said he doesn't want to see the government increase its subsidies to media in response to current concerns.

"I believe personally we've got enough subsidies," he said.

Prof. Gorman said the longer hedge funds are media owners and "the longer that these properties are used strictly as properties rather than as local public services the less they'll be local public services, and that's what concerns me. ... I don't see there's that much value in maintaining the chains as they've operated."

tryckewaert@hilltimes.com

The Hill Times

Les sports et le cinéma aident TVA

SYLVAIN LAROCQUE

Le Groupe TVA a subi une perte nette de 1,47 million de dollars (3 cents par action) au quatrième trimestre, soit trois fois moins que celle de 4,4 millions (19 cents par action) enregistrée pendant la même période de 2014.

L'entreprise montréalaise a surtout bénéficié d'une amélioration notable de la rentabilité de ses activités de télévision et de production ainsi que de l'inclusion des résultats de sa division de services cinématographiques et audiovisuels (MELS), qui fait suite à l'acquisition de la firme Vision Globale, à la fin de 2014.

Le bénéfice d'exploitation ajusté du secteur de la télédiffusion et de la production a presque triplé pour atteindre 14 millions alors que les revenus n'ont progressé que de 5,8 % pour s'établir à 123 millions. Plus spécifiquement, le



PHOTO IVANOÛ DEMERS, ARCHIVES LA PRESSE

L'action de TVA, qui n'a qu'un minime volume de transactions, n'a pas bougé hier, à 4,33\$. Le titre a perdu environ 30 % dans la dernière année.

bénéfice d'exploitation ajusté de la chaîne TVA Sports a bondi de 49 % à la faveur d'une hausse de 19 % de ses

revenus publicitaires et de 13 % de ses revenus d'abonnement. L'automne dernier, dans le cadre d'un programme de

réduction des coûts, 27 syndiqués de ce secteur ont accepté des départs volontaires à la retraite.

Le bénéfice d'exploitation ajusté de la division des magazines n'a crû que de 6,4 % alors que ses revenus ont plus que doublé pour se chiffrer à 32,5 millions. Les ventes ont toutefois reculé si l'on exclut la dizaine de magazines acquis de Transcontinental en 2014.

Quant à la division MELS, elle a généré un bénéfice d'exploitation ajusté de 980 000\$ sur des revenus de 11,8 millions.

Le Groupe TVA a terminé l'année avec un chiffre d'affaires de 589,9 millions, en hausse de 34,3 %, et une perte nette de 55,2 millions (1,42\$ par action). En 2014, l'entreprise avait enregistré une perte nette de 41,1 millions (1,73\$ par action).

L'action de TVA, qui n'a qu'un minime volume de transactions, n'a pas bougé hier, à 4,33\$. Le titre a perdu environ 30 % dans la dernière année. La société mère de TVA, Québecor, publiera ses résultats le 9 mars.

Market underwhelmed with Sirius XM Canada bid

Shares trade higher, showing investors think a more generous offer is needed to seal the deal



DAVID MILSTEAD

What kind of signals are investors sending about the potential buyout of **Sirius XM Canada Holdings Inc.**? Well, for one, that the bid price of \$4.25 a share reported by The Globe and Mail is too low. The shares closed Friday at \$4.41 and they traded as high as \$4.49 this week, meaning the market thinks a higher price is needed to close the transaction.

That trading action, however, also suggests that investors think \$4.25 isn't too far from the final number. If the bid grossly undervalued Sirius XM Canada, one suspects the shares would be trading well above that number in anticipation of a knockout offer.

Perhaps, say, closer to the \$6.50 target price that analyst Vince Valentini of TD Securities has placed on the shares. And one major shareholder, Montreal's Van Berkomp and Associates Inc., thinks the proper value may even be higher.

Mr. Valentini is easily the most bullish of six analysts on the stock; the average of their target prices, according to Bloomberg, is \$4.96, and Mr. Valentini is the only analyst to exceed \$5. Since his target is 53 per cent above the offer, he has produced one of the blunter research notes on the matter. While other analysts politely call the reported \$4.25 price "opportunistic," Mr. Valentini flatly calls it "too low," and says he believes minority shareholders "would be very unresponsive to a takeover offer" at that price.

First, some background. Sirius XM Canada is affiliated with the U.S. satellite-broadcasting giant Sirius XM Holdings Inc. Owing to Canadian media-ownership rules, the U.S. company owns a significant chunk of the Canadian company (36.9 per cent) but does not technically control it. Sirius XM Canada has three large minority shareholders - John Bitove, Slight Communications Inc. and Canadian Broadcasting Corp. -

SIRIUS XM HOLDINGS VS. SIRIUS XM CANADA

COMPANY	TICKER	MARKET CAP (US\$-MIL)	NET DEBT (US\$-MIL)	ENTERPRISE VALUE (US\$-MIL)	REVENUE (US\$-MIL)	EBITDA (US\$-MIL)	PROFIT (US\$-MIL)	EV/ EBITDA	P/E	DIVIDEND YIELD %
Sirius XM Holdings Inc.	SIRI-Q	18,804	5,337	24,141	4,570	1,579	510	13.4	26.3	N/A
Sirius XM Canada Holdings Inc.	XSR-T	417	118	535	244	51	-3	8.8	16.9	9.6%

Source: S&P Capital IQ

Net debt is debt minus cash; enterprise value is market capitalization plus net debt; revenue, EBITDA and profit are for the past 12 months; EBITDA is earnings before interest, taxes, depreciation and amortization; EV/EBITDA and P/E are based on analysts' estimates of future earnings.

“

If you look at the premium Lowe's offered for Rona, they offered a 100-per-cent premium for a strategic asset. Here it's a 10-per-cent premium off a three- to four-year low. It's ludicrous.

Gabriel Bouchard-Phillips
partner and senior analyst
Van Berkomp and Associates

each owning 10 per cent to a little over 12 per cent of the company. One or more are believed to be part of the group seeking to take Sirius XM Canada private. The company, for its part, says it "has been approached on a preliminary basis regarding a potential corporate transaction" and "has not received a binding proposal."

So, what's the prize? A company that has had softer revenue and subscriber growth numbers than its counterpart south of the border, and that may face higher royalty payments to the U.S.-based Sirius XM in coming years. The situation explains why some analysts are cool to the stock's potential for gains in the short term.

What the stock's advocates say, however, is that Sirius XM Canada's position doesn't justify the huge disparity in the valuations of the two companies. Sirius XM Holdings has an enterprise value - market capitalization plus net debt - of nearly \$24-billion (U.S.) and has about 24 million paying subscribers. That means investors in the U.S. company are placing a value of roughly \$1,000 on each subscriber. Sirius XM Canada, by contrast, has an enterprise value of just over \$700-million (Canadian) and just under two million subscribers, giving the Canadian customers a value of about \$350 apiece, or roughly one-quarter as much, when the currency translations are made.

Mr. Valentini's target price is based on his estimate of future cash flow, which he says he has already reduced to reflect softer subscriber and revenue-per-customer trends, higher capital expenditures, and the possible increased royalties. "If the company

can improve subscriber growth and/or negotiate better-than-expected terms with [Sirius XM Holdings], then we believe there could be upside to our target price in the future." To lower his \$6.50 target, he says, he could make dramatic changes in his revenue or royalty estimates, but that "would be entirely inconsistent with the current trends being experienced by [Sirius XM Holdings] in the U.S."

Forecasts are just that, of course, but there's another piece to this puzzle: Mr. Valentini says the annual dividend of 42 cents - which he believes is fully supported by the company's balance sheet and cash flow - implies that shareholders would be giving up a 9.9-per-cent yield if they sell at \$4.25. That is, shall we say, atypical of takeover valuations.

Van Berkomp and Associates has owned Sirius XM Canada for several years and now holds close to four million shares, which is about 3 per cent of the company and about 10 per cent of the shares held by minority shareholders, says Gabriel Bouchard-Phillips, a partner and senior analyst at the firm. It is disappointed that an offer may take place at a price significantly lower than the \$5 range, where the stock was in December, just a few weeks ago.

Mr. Bouchard-Phillips says their cash-flow analysis suggests a value "north of \$6.50" as a stand-alone company, and as a holder of Canada's only satellite-radio licence, Sirius XM Canada has "strategic value." A going-private transaction could create \$20-million to \$40-million in cost synergies, he says.

"If you look at the premium

Lowe's offered for Rona, they offered a 100-per-cent premium for a strategic asset. Here it's a 10-per-cent premium off a three- to four-year low," he says. "It's ludicrous."

"We truly believe the music satellite service in Canada is a valuable service that people are willing to pay for," says Benoît Durand, a Van Berkomp portfolio manager. "Despite there being other competitive offerings ... Sirius XM Canada is a quality service company with a growing subscriber base, and as such it deserves a reasonable valuation - which is certainly not what's currently reflected in the stock price."

If the buyout group is unwilling to raise its offer of \$4.25, both Van Berkomp and Mr. Valentini suggest a better course for shareholders: Sirius XM Canada could aggressively buy back its shares on the open market. (The company has announced a stock-buyback program, but has not yet begun the purchases, according to its disclosures.) This is preferable to borrowing money to take the entire company private, Mr. Valentini says, because a buyback program means "shareholders get to choose if they want to sell or not. ... In other words, use the company's excess debt capacity to benefit all shareholders, and not just those involved in a privatization consortium."

We will soon see whether Sirius XM Canada tunes out those who think there is far more value in its shares.

Special to The Globe and Mail

Sirius XM Canada (XSR)

Close: \$4.41, up 2¢

BROADCASTING

Catalyst-Corus:
Why Bay Street
can't look awayTIM KILADZE
CHRISTINE DOBBY
JAMES BRADSHAW

Streetwise

The definitive warning shot in the unexpected battle between **Corus Entertainment Inc.** and **Catalyst Capital Group Inc.** landed in Doug Murphy's inbox at 9:24 p.m. on Feb. 16.

Earlier that day, the Corus CEO had met with Catalyst partner Gabriel de Alba in a cordial sit-down to discuss the private equity fund's concerns with his proposed \$2.65-billion acquisition of Shaw Media, which includes the Global television network and a stable of specialty channels.

By night, the tone had changed dramatically.

In a lengthy, testy e-mail, Mr. de Alba made it clear Catalyst was preparing an onslaught.

The three-page missive alleged Corus's board acted improperly, and argued that the deal was "highly abusive to minority shareholders."

Catalyst is a minor Corus shareholder and seems to have little skin in the game, but its aggressive tone, coupled with its public campaign to derail the deal this week, have left many questioning the private equity fund's motives.

Catalyst, Page 8

» Corus's decision to fight back rather than ignore the allegations, calling them "deeply misleading," could be driven in part by a unique wrinkle in the deal's structure. Shaw Media's owner, Shaw Communications Inc., will use the sale proceeds to fund its \$1.6-billion acquisition of wireless startup Wind Mobile Corp. in December. But because both Corus and Shaw Communications are controlled by the same family — the Shaws — a majority of Corus minority shareholders must first approve the Shaw Media purchase.

That gives the minority unusual power and Catalyst has swooped in to take advantage. Its goal is to get Corus to pay less for Shaw Media.

Catalyst claims it saw an opportunity when the Corus share price fell following the Jan. 13 announcement, a drop it attributes to "the misallocation" of the sale price. The firm bought in with the specific intent of advocating for changes to the deal's structure.

"In a nutshell, we believe that the opportunity to become activist on this name will allow us to rebuild value for our investment," Mr. de Alba said in an interview Friday. With the shares taking a beating, "that became the opportunity."

So far, Catalyst's efforts have largely been met with skepticism. On a conference call Friday, Jayme Wiggins, a portfolio manager at Intrepid Capital, which owns more than two million shares in Corus, attempted to poke a hole in Catalyst's underlying argument.

"You guys seem to think that if the minority shareholders vote down the deal, Shaw will willingly accept a lower price," he said. "We think they'll just walk away."

That Catalyst is pouncing on the leverage it sees in the Shaw-Wind deal aligns with its aggressive reputation. Founded in 2002 by Newton Glassman, a former managing director at New York-based Cerberus Capital Management, Catalyst has a history of being pushy — often using legal actions to eke out any possible advantage over its opponents. Recently, the firm sought to have a former employee jailed for allegedly giving information to a rival.

Catalyst's tactics have had the effect of alienating and frustrat-



'I really can't speak to what [Catalyst's] end game is,' Corus chief executive officer Doug Murphy says. COLE BUSTON/THE CANADIAN PRESS

THREE CATALYST CLAIMS

1. Corus relied on a fairness opinion from RBC, even though the bank has done work for Shaw

It is common for an adviser to provide a fairness opinion on a deal of this magnitude (it more than doubles Corus's size), and RBC disclosed all of its connections to Shaw. But Barclays Capital also filed an independent fairness opinion that justified the deal.

2. Corus "advanced its bid" for Shaw Media without creating a special committee to ensure integrity

Corus's board set up a special committee on Sept. 15, a week after delivering its first indicative offer to Shaw Media. The committee was established four months before the final deal was announced.

3. Corus should have launched a rights offering to raise equity to help finance the deal

Rights offerings, which give existing shareholders the "right" to purchase shares at a deep discount, are rare in Canada. Often they are used by companies that have no other means of raising equity. Had Corus gone this route, it might have sent a negative signal to the market.

Tim Kiladze

ing people on the other side of the table. Those who have done business with the firm are reluctant to publicly comment, but two recent transactions illustrate the methods the firm will use to achieve its ends.

Catalyst quietly amassed a position in wireless startup Mobilicity, buying some of the financially stressed carrier's bonds at a discount before it filed for creditor protection in 2013. The firm went to court to block a refinancing deal backed by a group of bondholders that controlled the majority of Mobilicity's debt.

Animosity between Catalyst and the opposing group of bondholders grew over the following two years throughout Mobilicity's formal creditor protection proceeding. When the company was sold to Rogers Communications Inc. for \$465-million last summer, Catalyst negotiated its own payout separate from the rest of Mobilicity's creditors, handing the firm something of a victory.

Catalyst had also attempted to win control of new entrant carrier Wind Mobile. But Wind's foreign backers ultimately sold the company to a consortium of investors led by rival Canadian fund West Face Capital. This deal rankled Catalyst.

In 2014, Catalyst alleged that a former low-level analyst who quit to join West Face provided critical information about Catalyst's strategy and operations including efforts to buy into Wind. At various points, Catalyst asked the court to jail the analyst for alleged contempt and requested an injunction to prevent West Face from "participating in the manage-

FROM PAGE 1

Catalyst: So far,

company's efforts have largely been met with skepticism

ment and/or strategic direction of Wind Mobile," and from participating in the federal spectrum auction in early 2015.

Later, Catalyst personally sued West Face head Greg Boland, alleging he was sully the reputation of a related entity, called Callidus Capital, in private on Bay Street. Mr. Boland, who declined to comment for this story, denied the allegations and the case is still in court.

However, Mr. Boland scored a victory when Shaw Communications announced its \$1.6-billion acquisition of Wind. Exact figures on how much he made are not public, but West Face was one of the biggest investors when Wind was purchased for an estimated \$300-million in the fall of 2014.

The back and forth didn't end there. Because of the ongoing court fight over the analyst hire, Catalyst claimed a constructive trust — a form of ownership — over West Face's interest in Wind, which would prevent Mr. Boland's firm from collecting its proceeds from the sale to Shaw. In February, Catalyst agreed to drop that claim and Wind Mobile's sale to Shaw is expected to close on Tuesday, but that agreement was reached only after Ontario Superior Court Justice Frank Newbould took the rare step of commenting publicly on Catalyst's tactics.

In a late January decision, he noted that Catalyst's lawsuit over the junior analyst "at this stage looks weak," and he characterized the fund's drawn-out approach, which has involved bringing an appeal in the wrong court and filing documents late, as a calculated strategy.

"I can only conclude that Catalyst has purposely delayed its claim against West Face for tactical reasons," he wrote. "As long as a claim for an order of a constructive trust against the shares of [Wind Mobile] held by West Face is outstanding, Catalyst knows that West Face cannot realistically sell those shares."

Justice Newbould remarked of another element of Catalyst's claim that "to lie in the weeds until the hearing of the application and assert such a right to stop the plan of arrangement is troubling indeed and not acting in good faith. Waiting and seeing how things are going in the litigation process before springing a

new theory at the last moment is not to be encouraged."

While Catalyst's strategy to disrupt Corus's acquisition of Shaw Media isn't identical, its approach follows a similar playbook. Many of its allegations as to why Corus's minority shareholders should block it, which include the notion that the Shaw family benefits unfairly and that Corus was late in appointing a special committee to oversee the deal, have been questioned by analysts and investors.

On Catalyst's investor call, Ben Cubitt, a portfolio manager at Samara Capital, raised what he called "an elephant in the room": Catalyst's long and bitter history with Wind.

"Is it personal?" he asked. "It can't be for economic reasons for such a small investment."

Mr. de Alba denied any link between Catalyst's activism against the Corus-Shaw deal and its history with Wind. "What you're describing is a beautiful soap opera that I think Corus could take out and put on their women's TV channel," he said, adding that it has "nothing to do with the realities of this deal."

Judging by the backlash on the call Friday, it appears the best case Catalyst has to get shareholders to vote the deal down is to zero in on the claim that Corus is overpaying — one of the few arguments other investors appear willing to at least hear out.

But rallying enough votes will be an uphill battle. Catalyst says the deal is priced at 8.6 times Shaw Media's earnings before interest, taxes, depreciation and amortization (EBITDA), rather than 7.7 times as Corus initially claimed. But Barclays Capital Canada Inc., which was hired to give a fairness opinion, also used this higher multiple when running the numbers and still signed off on the richer price, which Catalyst's marketing materials did not acknowledge. In addition, two independent proxy firms have recommended that shareholders vote for the deal.

"The multiple that we paid was a fair multiple based on a lot of good, hard analysis on many deals," Corus CEO Mr. Murphy said in an interview earlier this week. "I really can't speak to what [Catalyst's] end game is."

Minority shareholders will get their say on March 9.



COLE BURSTON / THE CANADIAN PRESS

Shaw Communications is selling its media division to Corus for \$2.65 billion, a deal that will help fund Shaw's purchase of Wind Mobile.

MEDIA

Opposition to Shaw deal questioned

CATALYST HOLDS OUT

CHRISTINA PELLEGRINI

The motives fuelling a minority shareholder's attempt to thwart Corus's \$2.65 billion acquisition of Shaw Media were called into question Friday, as Catalyst Capital Group Inc. aired its concerns about the proposed

sale on a conference call with investors and analysts.

Catalyst, a private equity firm with US\$6 billion in assets that specializes in distressed situations, said its only objective is to maximize the value of those minority shares. The company says it owns no other position connected to the transition, other than class B shares of Corus.

Catalyst has argued that

Corus is overpaying for Shaw Media by as much as \$858 million. The private equity firm is calling for the March 9 vote to be postponed, for more disclosure and the ability to ask questions directly of the Shaw family, which controls both Corus and Shaw Media's parent company, Shaw Communications Inc.

"We actually have received extraordinary support from

fellow shareholders," said Gabriel de Alba, managing director and partner at Catalyst. He did not name any investors but said that some were large ones, and that the momentum behind their cause has grown within the last 24 hours. "They have seen the same concerns that Catalyst has highlighted related to both valuation and reporting," he added.

But the broader market

appears perplexed by the assault by Catalyst, which has long employed combative strategies by simply purchasing large stakes as a creditor. Now, Catalyst claims to be fighting for the little guy who, it contends, is assuming more risk and has seen his position become depressed and diluted.

Late in the 50-minute call, one person asked if de Alba would address what he described as "an elephant in the room," referring to Catalyst's bitter feud with private equity firm West Face Capital Inc., an investor in Wind Mobile Corp, which Shaw has proposed to buy for \$1.6 billion. Senior managers at Shaw said that they intend to use the proceeds from the Shaw Media sale to finance their December purchase of Wind.

West Face bought a 35.42 per cent stake in Wind as a member of a consortium of investors that purchased the carrier in September 2014 from its former foreign owner, VimpelCom Ltd., for an estimated \$300 million.

In a lawsuit weaving its

way through the courts, Catalyst had alleged that West Face secured its ownership stake in Wind by obtaining and using confidential information that belonged to Catalyst, which had also been pursuing Wind. Now, West Face stands to generate lucrative returns with money paid by Corus.

"What you're describing is a beautiful soap opera" that should be "put out on a women's TV channel," de Alba said in response to the question.

"That is just a fantastic story that has nothing to do — again it's a great soap opera — but has nothing to do with the realities of this deal. We are believers that value can be unlocked by respecting the minority shareholders."

On Friday, proxy advisory research firm Glass Lewis & Co. LLC published a recommendation in support of the Shaw Media deal, joining Institutional Shareholder Services Inc. in endorsing the transaction and its terms. The Glass Lewis report did note that Corus' assertion that the deal will be immediately accretive to earnings per share and free cash flow per share even though these calculations didn't consider the costs of borrowing that are related to this deal to be "unusual and potentially misleading." Nevertheless, Glass Lewis said the deal has merit at "a reasonable valuation."

Financial Post
cpellegrini@nationalpost.com

MONTREAL GAZETTE

SATURDAY, FEBRUARY 27, 2016

SINCE 1778

POSTMEDIA



KATJA HEINEMANN

HOW VICE CONQUERED THE MEDIA WORLD

Suroosh Alvi was a young, recovering heroin addict in Montreal when he started a community magazine 22 years ago as part of a welfare-assistance program. It expanded into a brand that is a global force valued at \$4 billion, and that's without its next big thing: a TV channel **Extra A8-A9**

A8 SATURDAY, FEBRUARY 27, 2016 MONTREAL GAZETTE

EXTRA

HOW VICE BUILT A GLOBAL EMPIRE ON GONZO BRAVADO

MONTREAL GAZETTE, SATURDAY FEBRUARY 27, 2016
p.A8-A9



VICE Media co-founder Suroosh Alvi at the company's Brooklyn, N.Y., offices. *KATJA HEINEMANN*

The brand that started with juvenile, boys'-club pranksterism two decades ago has become a millennial heavyweight that's about to score its biggest coup yet: a television channel. Welcome to Viceland, writes *T'Cha Dunlevy*.

It was 4 p.m. on a Monday, and it was already gridlock on the Williamsburg Bridge — heading out of Manhattan. Heading into Manhattan, it was smooth sailing.

"I like the reverse commute a lot," Suroosh Alvi said, ashing his cigarette out the window of his Audi. "Living in the city, working in Brooklyn, you're always going against traffic."

The observation could be Alvi's career motto. We had just left the Brooklyn offices of VICE Media, the company he founded with a Montreal magazine in 1994 through a welfare pay program, currently valued at more than \$4 billion.

It's been a wild ride, filled with ups, downs, reversals of fortune and dramatic twists. Around the corner is VICE's biggest coup yet: On Monday, it launches its own TV channel, Viceland, as part of Walt Disney Co. and Hearst Corp.'s A&E Network in the U.S., and on Rogers in Canada.



Head of content Patrick McGuire, left, and Michael Kronish, Viceland Canada's vice-president in charge of television, at the company's Toronto office located in a 25,000-square-foot industrial space. The office had four people in 2008 and has grown from 22 to 150 employees in 12 months. *MICHELLE SIU*

Money has been raining down on VICE for the past few years: Rupert Murdoch's 21st Century Fox put up \$70 million for five per cent of the company in 2013; A&E and Technology Crossover Ventures contributed \$250 million each for 10-per-cent portions in 2014, and A&E has since upped its share to approximately 15 per cent. In the fall, Disney pumped in \$400 million for a reported 10-per-cent share.

Viceland is being marketed as a cultural counterpart to the reportage-powered VICE show and forthcoming daily VICE News program on HBO (on City in Canada), promising the TV equivalent of the subversively cool content found in VICE magazine and its online offshoots — or, in VICE parlance, “verticals,” i.e. demographically focused platforms targeting music fans (Noisy), the electronic music scene (Thump), women (Broadly), tech geeks (Motherboard), foodies (Munchies), jocks (VICE Sports), news junkies (VICE News), the art world (The Creators Project), fashionistas (i-D) and pugilism proponents (Fightland).

“It’s the next phase in our evolution,” Alvi said, explaining how the TV station is a natural extension of the thousands of hours of video content VICE has been making for its website since 2006.

Overseen by American indie film auteur Spike Jonze, Viceland’s programming comprises 30 VICE-produced series, including: Gaycation, in which Canadian actress/host Ellen Page travels the world tackling issues of gay rights; F--k, That’s Delicious!, a food show starring rapper Action Bronson; and Weediquette, looking at all things marijuana.

VICE has been in full boom in the ramp-up to the Viceland launch. The company’s Brooklyn office recently moved to expansive new digs in a 75,000-square-foot, multi-storey loft complex to contain its rapidly expanding staff of 750 writers, editors, designers, producers, salespeople and so on — all necessary to feed the voracious content beast it has created.

“It’s crazy,” Alvi said, surveying the bustling complex the next day. “It allows us to have scale. Combined with (our offices in) L.A., Toronto, the U.K., Germany, Mexico and (more than 25) other ones, we can really churn it out.”

The station will launch simultaneously in the U.S., Canada and the U.K., with more countries slated to follow. In the States alone, Viceland will reach a potential 70 million homes.

“If the network succeeds, I don’t

mean to sound immodest, but it will be a global cultural phenomenon,” Alvi, 46, said. “It will be a lot of people consuming and involved in our content, being affected by it, informed and entertained by it, laughing, crying because of it. That’s pretty insane.”

VICE Canada will play a major role in the new network, creating 10 of the above-mentioned 30 programs, among them: the Alvi-hosted Terror, visiting jihadi hotbeds throughout the Middle East; Cyberwar, examining online threats; Rise, looking at issues facing aboriginal communities; and B.C. skateboarder Rick McCrank’s Abandoned, shining a light on deserted sites, from strip malls to fishing villages.

VICE’S Toronto branch has grown from 22 to 150 employees in 12 months, setting up shop in a 25,000-square-foot industrial space in the southwest end of the city.

Michael Kronish was plucked from his executive producer gig at Quebec TV production company Zone 3 to become Viceland Canada’s VP in charge of television. He worked with the company once before, in 2009, on a Canadian version of the VICE Guide to Film for IFC Canada — the concept is being

revived as a Montreal-produced series for Viceland — and that kind of history goes a long way at VICE.

Kronish recalls the phone call from the company’s chief content officer, Eddy Moretti, beckoning him to Toronto for a mysterious meeting, and the job offer that followed.

“It was one of those moments in life where you’ve got to make a decision, a big one, that involves moving around a lot of people (close to you),” he said, sitting in his glass-walled office looking out on VICE’s bustling, open-concept Canadian headquarters, built last year with a \$100 million investment from Rogers. “But there was never going to be another opportunity like this... an opportunity to make amazing content with really smart people who have a really specific vision that is aligned with what I like and consume.”

“In my old world, I would try to develop things — I always wanted to take an immersive approach to what I was doing, going into unique worlds not explored before. But there are not a lot of opportunities out there to make that kind of TV in North America. ... It didn’t seem like there would ever be a better thing to do in my life, frankly.”

Viceland Canada’s programming,

like that of its American counterpart, will be powered by strong personalities. Exhibit A: Matty Matheson, host of *Dead Set on Life*. The tattooed Toronto chef and reformed party animal had a proven hit with his online VICE *Munchies* series, *Keep It Canada*, in which he travelled the country doing crazy things with his foodie friends.

“My show is almost like an anti-food show,” Matheson said, recently returned from a Vietnam shoot for the second season of *Dead Set on Life*. “I always spurned the Food Network. That’s not real TV. I make TV for people who think and act like me. I’m just trying to have fun. I’m not trying to make a serious show.”

Matheson’s polar opposite, personality-wise, could be soft-spoken Montreal author Adam Gollner (*The Fruit Hunters*, *The Book of Immortality*), whose VICE career began in 1994, when he was barely 18, and has included a stint as editor-in-chief of the magazine in 1999.

Gollner left the company years ago and began writing for the *New York Times* and *Wall Street Journal*. But he recently returned to work on four documentaries, two for VICE’s *Munchies* and two for Viceland. His nerdy, hipster demeanour provides an entertaining counterpoint to muddy B.C. fungus scavengers in *Shroom Boom* (or *Bust*), which premiered a few weeks ago on HBO. He also travelled to Iqaluit for a feature-length documentary on seal meat.

“The fact we’ve been able to keep working together is something I’m really proud of,” Gollner said, reflecting on his erratic VICE career. “A lot of it is because of Suroosh, who is a very loyal, supportive person. He supports people who support him.”

Loyalty is one of VICE’s defining traits. VICE Canada’s head of content, Patrick McGuire, joined the four-person Toronto office as an intern in 2008, and found himself interviewing rappers and bands before moving over to sales, then resettling in editorial. He oversees 12 original series for Viceland as well as VICE Canada’s *News* and other online verticals, the company’s digital documentary programming and more.

“It’s the kind of place where, if you’ve been around and you have a creative sensibility and a particular voice, they keep throwing stuff at you,” he said. “If you can keep surfing that wave, it pays off.”

For more than two decades, VICE has fearlessly bucked the status quo. It speaks directly to its coveted millennial audience without condescension or filters. A decisive 64 per cent of that audience is men — though the proportion varies across verticals and platforms.

Gonzo bravado runs through everything VICE does, from the brass on down. But the brand’s greatest feat may be in maturing from juvenile, boys’-club pranksterism to a

heavyweight, global news/culture alternative that’s splashing its way into the mainstream.

VICE’s inherent edge allowed Alvi to interview U2’s Bono in December about the AIDS crisis in Africa; and saw VICE CEO Shane Smith sit down with U.S. President Barack Obama last March without sacrificing the company’s effortlessly cultivated street cred. (Side note: VICE’s chief operating officer is former Obama aide Alyssa Mastromonaco.)

That cred is credit in the bank of VICE’s all-conquering empire. The HBO show and the new Viceland channel can be seen as pinnacles of the company’s crossover success, but what if they form not the summit but a mere midpoint in the company’s astonishing trajectory?

It is hard to overstate just how much of a bad idea VICE was when it started. It didn’t begin as VICE at all, but as *Voice of Montreal*, a flimsy, roughly laid-out, free monthly cultural magazine in a city that already had two free English-language weeklies (*Mirror and Hour*) and one French one (*Voir*). There simply wasn’t room for more.

“We launched at the worst possible time,” Alvi admitted, “in a shrinking English market in an economically depressed city. We were laughed at by *Mirror and Hour*.”



VICE's early days were marked by the raunchy toilet humour of Gavin McInnes, top. His Ottawa pal, Shane Smith, was hired as head of sales. PETER MARTIN / FILES

Then, with a flicker of mischief, he added, "Who's getting the last laugh now? I'd love to name names, but I'm not going to."

(Mirror and Hour have folded.)

Creating a magazine was beyond the scope of Alvi's wildest ambitions. He was a recovering heroin addict with a BA in philosophy from McGill followed by a truncated attempt at grad school in Toronto. ("I was completely strung out; I dropped out.")

He went on welfare, enrolled in Narcotics Anonymous and began pulling himself together.

Born in Toronto to immigrant Pakistani professors, Alvi spent his teen years in Minnesota before settling in Montreal, when his mother, Sajida Alvi, began teaching at McGill's Institute of Islamic Studies; his father, Sabir Alvi, taught education at the University of Toronto.

"In treatment, we had a writing exercise: What do you want to do when you're out?" Alvi recalled. "I actually wrote, 'I'd like to work for a magazine along the lines of the Mirror or Hour, but they would never give me a job because I've never done it before.'"

He emerged from the program, found a tiny apartment in the McGill ghetto and attended daily Narcotics Anonymous meetings. But there were two hitches: He

didn't have a sponsor, and had no idea what he was going to do with his life. Next came an inexplicable moment of serendipity.

"I was at a meeting ... and this guy came up to me and he was like, 'Do you have a sponsor?'" Alvi recounted.

"I said, 'No.' He was like, 'Well, I'll be your sponsor.'"

"Then, he's like, 'So, what are you doing now?' I was like, 'Nothing. I tried to get a job volunteering at Sun Youth and they wouldn't even hire me.'"

"He said, 'Have you ever thought about writing?' I was like, 'Actually, yeah, but there's nowhere to write.' And he was like, 'Oh, I know a place.' The next day he took me to the Images interculturelles office on St. Pierre, and they were the guys who hired me to start Voice of Montreal."

Images interculturelles was a not-for-profit organization looking to start a community magazine; it was small potatoes, but to Alvi it was a feast. He began rounding up every aspiring writer he could find and created a publication that reflected his outsider worldview. (Full disclosure: My first post-university writing gig, a rap-album review, was for Voice of Montreal, which led me to write for Hour and the Montreal Gazette.)

He recruited cartoonist Gavin McInnes as comics editor, then assistant editor. Desperately seeking advertising, he hired McInnes's old Ottawa pal Shane Smith as head of sales.

"He was the missing link," Alvi said of Smith. "He could sell. ... He was able to take us to a whole other level, and he has continued to do that throughout our 21-year history. We became best buds overnight."

So was born the triumvirate that took VICE through its first decade. A name change, from Voice to the edgier VICE, foreshadowed the magazine's increasingly provocative tone, while a switch to glossy opened the floodgates for the stylized skateboard and hip-hop fashion ads that began pouring in.

The magazine continued to grow, but by the late '90s, it had hit a plateau in the Canadian market. Enter Montreal tech millionaire Richard Szalwinski, who valued the company at \$1 million and wrote a "big fat cheque" (Alvi's words) for 25 per cent ownership, convinced the trio to move operations to New York City in 1999 and planted the idea for a multi-platform, e-commerce empire with plans to take VICE public.

"You have to credit him," Alvi said. "He was the guy who said, 'You guys should be more than a magazine. You should be a multichannel brand that has TV, film, music, clothing.' We were like, 'OK, great.' We opened stores, started a clothing line, a film division, all this s--t."

Alvi, Smith and McInnes soon sold their remaining 75 per cent to Szalwinski to increase capital for all the projects, keeping creative

1996: Voice of Montreal becomes VICE, and goes from black-and-white newsprint to colour/glossy; Alvi and associates buy rights to the magazine from Images interculturelles.

1999: Montreal tech millionaire Richard Szalwinski values VICE at \$1 million, writes "a big fat cheque" for 25 per cent of VICE and moves the company to New York.



A cover of VICE from 2000, when it became a glossy. MONTREAL GAZETTE FILES

2000: Szalwinski assumes full ownership (though Alvi, Smith and McInnes keep creative control); VICE expands operations with a clothing line, stores, a record label, film company and more.

2001: The dot-com crash leaves VICE bankrupt; Alvi, Smith and McInnes buy company back from Szalwinski for "pennies on the dollar."

2006: Alvi shoots nine-minute video Gun Markets of Pakistan as part of VICE Guide to Travel DVD for MTV.

2007: VICE launches online video content channel VBS.tv. Gun Markets of Pakistan goes viral, propelling a decade-long boom of online video content creation.

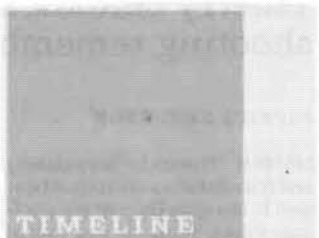
2008: After years of internal tension, McInnes leaves VICE due to "creative differences."

2013: Rupert Murdoch's 21st Century Fox invests \$70 million for 5 per cent of VICE. VICE launches reportage-driven HBO show.

2014: Disney/Hearst subsidiary A&E Networks and Technology Crossover Ventures invest \$250 million each for 10 per cent of shares of VICE. (A&E's share has grown to 15-20 per cent.)

2015: Disney invests \$400 million for 10 per cent of the company, valued at more than \$4 billion. VICE announces the launch of Viceland TV, on Disney's A&E in U.S., Rogers in Canada.

2016: Viceland launches, Feb. 29.



FROM VOICE OF MONTREAL TO VICELAND

1994: Suroosh Alvi is hired by Images interculturelles to start the cultural magazine Voice of Montreal as part of a welfare-assistance program; Gavin McInnes and Shane Smith come on board soon after as partners in the free monthly magazine.



Suroosh Alvi in 1995

control. But everything came tumbling down with the dot-com crash, leading the three to seek out Szalwinski at his Nantucket residence.

"He was like, 'The money's gone. It's over,'" Alvi said. "We drove back, depressed, then did a deal over the next month to buy it back from him... for pennies on the dollar."

All was not well within the VICE nucleus, however. McInnes's cocaine use and loose-cannon rants (including pseudo-ironic sexist/racist statements) contributed to a growing rift in the partnership; after a protracted negotiation, he left for good in early 2008.

"We went our separate ways," Alvi said. "We cite creative differences."

Since then, VICE has been on a rampage of reinvention.

"The company that existed when Gavin was here — this place is unrecognizable many times over compared to what VICE was then. We've grown up, transformed, changed, evolved. There's very little apart from the original core mission of wanting to tell good stories."

In the absence of its most juvenile partner, VICE's focus broadened from raunchy toilet humour to an irreverent curiosity about life around the globe. Smith's insatiable drive for new partnership opportunities led to the multimedia focus that would define the company's future.

The turning point came in 2006, when a deal with MTV spawned the VICE Guide to Travel DVD, containing an array of short videos including a segment by Alvi called Gun Markets of Pakistan, in which he travelled to a remote village where knockoff weapons are churned out around the clock.

"I wrote an article about it for the magazine, and 150,000 people read it," Alvi said. "Then we put it online, it went viral and millions of people saw it. I was like, 'Aha, this is interesting; the Internet's pretty cool.'"

The company inked a deal to share online content with CNN.com in 2010, which led to the renegade-style Gun Markets of Pakistan being posted on the site's homepage for an entire day.

"That was a revelation," Alvi said. "Holy f--k — they see it as news!"

That stamp of approval from a mainstream media company was but a hint of things to come. Fast-forward a decade, and VICE has an Emmy-winning HBO show that recently kicked off a fourth season. It has a TV channel and a growing arsenal of award-winning online platforms.

The connecting thread is content, primarily of the video variety — a format that newspapers and magazines have been scrambling to monetize for years but that VICE mastered early, opening doors for the company.

Meanwhile, against all odds, VICE magazine continues not only to exist but be profitable. Last February the publication named Ellis Jones as editor-in-chief. Jones came to VICE in 2008 as an intern.

VICE magazine has suspended publication for January and February as it undergoes a redesign coinciding with the launch of Viceland. But while the look may change, the approach will be familiar. "We take the best of what VICE is and put it into magazine form," said Jones, a Georgia State print journalism grad. She strives to strike a balance between attitude and inquisitiveness.

The June edition featured a profile of author David Sedaris, while December's had interviews with filmmaker Michael Moore and comedian Aziz Ansari, photo essays on Appalachia and Belarus, a piece on Colombian guerrillas and a story on Las Vegas strippers protesting exploitative work conditions.

"For me, a good VICE story is a long-form investigative feature that is part of a larger story," Jones said. "Maybe it's what's happening in immigration, or about racial tensions or health epidemics — things any other major news outlet is covering, but we'll go find a story beyond what everyone else is doing."

The company has reached cruising altitude, allowing Alvi to delegate the around-the-clock duties of helming the ship to concentrate on his first passion.

"I used to deal with all the construction and expansion," he said. "We didn't have the resources to hire people to do things... so a lot of that stuff fell into my lap. I had a vision of myself becoming deeply unhappy in 10 years if I kept that up. So, I took a step back and began to focus on making content."

That decision, paired with VICE's infiltration of the TV market, leaves Alvi's partner Smith to run things as the international face of the operation.

"He's done such a fantastic job of driving the business," Alvi said. "He keeps pushing all of us to step up our game and take it to the next level. He's the leader. It's a big company, and we're all doing our thing; I feel great about it. He does things I can't do, I do things he can't do... Everybody wins."

Smith is based in L.A., working out of VICE's Venice, Calif. office. "His biggest clients are there," Alvi said, adding that he is considering following suit.

"There's much less stress there. I don't know what it is, something in the air."

He has options. Alvi and Smith both bought property in Manhattan right after the stock-market crash of 2008 — there's that reverse commute, again — and Alvi just bought a place in Toronto to spend more time with his parents. Then again, recently married, he fantasizes about spending summers in Montreal.

"I have such fond memories of the place," he said. "It had a huge impact on my life. It's where I went into the depths of despair, and where I had my rebirth and started this whole business."

Alvi retells the "VICE origins story," as he calls it, several times a year in Narcotics Anonymous meetings, which he still attends. It's important, he emphasized, to never lose sight of how far you've come, and to remember that a fresh start can be just one fateful conversation away.

"It's easy to get caught up in the minutiae, putting out fires, and to forget what's actually important in life. Whenever I do that, I stop and have a reset moment, and I'm awash with happiness and relief. Wow, this is an amazing life we've made for ourselves."

Viceland launches Monday at 5 a.m. on Rogers in Canada, and A&E in the U.S. To find out how to watch the channel in your area, visit viceland.com/subscribe. For more information, visit [vic.com/tdunlevy@postmedia.com](mailto:tdunlevy@postmedia.com) or twitter.com/TChadunlevy



The Brooklyn offices house a workforce that creates subversively cool content for a coveted mill A0063699_164-000959 through videos, TV shows and an array of online niche offshoots. KATJA HEINEMANN

BBC bosses still trying to cover tracks over Savile in 2012, says Andy Kershaw

Former Radio 1 DJ believes senior management knew of Savile rumours and their decision to axe Newsnight exposé was attempt to bury story



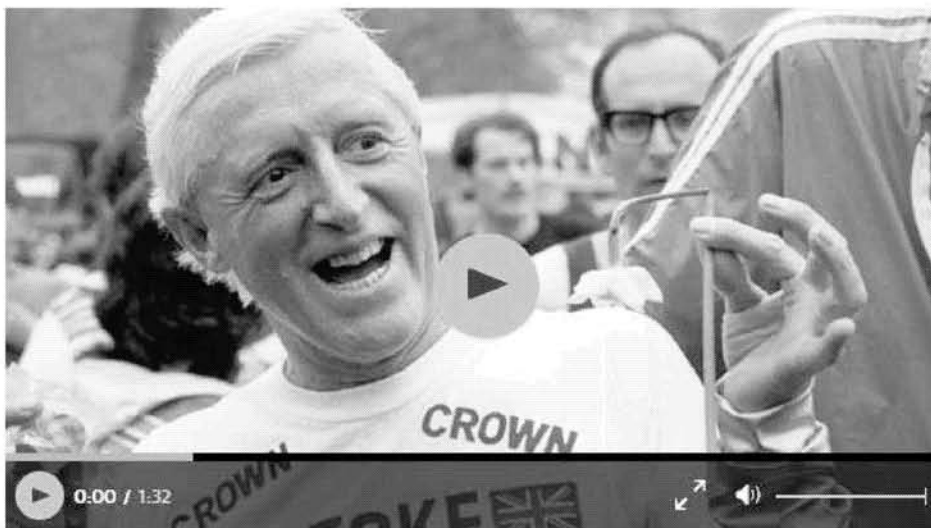
Andy Kershaw worked with Jimmy Savile for a number of years at Radio 1. Photograph: Pat Hurs/PA

Mark Sweney

Former BBC Radio 1 DJ Andy Kershaw has said he believes senior management were “still trying to cover their tracks” over Jimmy Savile’s sex abuse as late as 2012.

Kershaw, who worked with Savile for a number of years at Radio 1, said that he found Dame Janet Smith’s conclusion that complaints about Savile never reached BBC management impossible to believe.

“Dame Janet Smith is asking us to believe that people at a certain level of management at the BBC and above, those in the loftier positions of management, had not heard the persistent and consistent rumours that everybody else who worked in the BBC, on the shop floor, had heard for years,” he said, speaking on BBC Radio 4’s Today programme on Friday. “For anyone to claim they hadn’t heard those rumours at the time, it is a little disingenuous I think.”



The report concluded that factors including a culture within the BBC that made it difficult to complain to management, or “rock the boat”, and an atmosphere of fear over repercussions for whistleblowing meant official complaints were never made.

Kershaw, who gave evidence to Smith's independent inquiry, said that the scrapping of Newsnight's investigation into Savile's sex abuse shows BBC management was aware and still trying to "cover its tracks".

"I thought [it was] appalling that the Savile investigation by Newsnight was scrapped," he said. "It had a whiff of senior management still trying to cover their tracks over Savile as late as 2012."

Kershaw pointed to a claim made by Helen Boaden, the former director of BBC News, that she had made ex-director general Mark Thompson aware of Newsnight's allegations against Savile.

Thompson denies this is the case; the BBC went on to screen two tributes to Savile following his death in 2011 but buried the Newsnight exposé.

"It has emerged that a conversation was had between the head of news at the time and Mark Thompson," said Kershaw. "Instead of scrapping those two [tribute] programmes they scrapped the Newsnight programme and hung the editor out to dry."

Meirion Jones, Newsnight's former head of investigations, has said that those who tried to expose Savile were forced out.

His colleague on the investigation, Liz MacKean, left in 2014 after 23 years and now works at Channel 4.

Neither Jones nor MacKean were interviewed as part of Smith's inquiry.

"Of course they should have been interviewed by Dame Janet Smith," said Kershaw. "So it could have been properly explained why that Savile Newsnight investigation wasn't screened. Why was there still a cover-up going on as late as 2012. I think a lot of it probably arose out of embarrassment. They got themselves so far in ... pretending there was nothing amiss with Savile, they had to keep maintaining that myth."

Nick Pollard's review into the scrapping of the Newsnight investigation into Jimmy Savile cleared the corporation of a "cover-up".

A spokeswoman for the Dame Janet Smith review said that it did take into account the statements Jones and MacKean provided to Pollard, but did not interview them because they did not work with Savile.

"The review did not interview either Liz MacKean or Meirion Jones for two reasons," said the spokeswoman. "First, Dame Janet considered both of their comprehensive statements given to the Pollard review and second, understandably, these journalists' knowledge of Savile's inappropriate conduct at the BBC was not contemporaneous."

She added: "Dame Janet focused on first-hand accounts from individuals who had worked with Savile or who had worked in relevant parts of the BBC during the relevant period, as well as inspecting the contemporaneous evidence of Savile's sexual misconduct. The Savile investigation was in contact with over 800 people of which over 340 were interviewed."

www.theguardian.com/media/2016/feb/26/bbc-bosses-cover-tracks-savile-2012-andy-kershaw

Jimmy Savile abuse: what did the BBC know? – video

Phil Maynard, theguardian.com



The BBC had at least five opportunities to stop Jimmy Savile's decades of sexual abuse, according to a report by Dame Janet Smith which detailed evidence from 72 victims. However, despite widely circulating rumours within the organisation, the report concludes that the BBC as an institution did not know about the DJ's crimes

www.theguardian.com/uk-news/video/2016/feb/26/jimmy-savile-abuse-what-did-the-bbc-know-video

Jimmy Savile and the risks of BBC mismanagement



Jimmy Savile pictured in 1981. Reader Robert Richards argues that the corporate structures of organisations like the BBC encourage managers to turn a deaf ear to bad news. Photograph: PA Wire/PA

Letters

- The conclusion of the report into Savile/Hall that senior managers at the BBC did not actually know what was going on is no surprise and likely to be completely valid. Within large organisations there is often a culture that encourages “managing upwards” and the creation of “good news managers”. In order to advance or gain preferment in such organisations, displays of competence and effectiveness count for little; visibility and networking are all.

Ambitious people in lower tiers of management quickly identify what more senior managers prefer: good news, because “the bringer of unwelcome news hath but a losing office”. The “good news” is not necessarily positive; if there is negative information concerning someone who is out of favour, then that is good news to the receptive ear.

Senior managers unwittingly become isolated, increasingly reliant upon the bringers of carefully filtered welcome news and consequently have a distorted and narrow view of their organisation. It is a difficult syndrome to overcome because all the participants, senders and receivers, connive to maintain it. Encouraging managers to open and sustain varied lines of communication, to manage “by walking about” and to ask probing questions, have been the most demanding tasks in my role as a consultant in management and organisational development.

There is a chilling lesson from history. In Germany in the 1930s and 40s many people were able to claim that they did not know of the atrocities being committed because they did not, or dared not, ask. The chronic dismay when looking at and listening to senior politicians, managers et al is that such lessons are never learned.

Robert Richards

Organisational development consultant, London

- Any feminist who doubts that there has been progress should read the sad reports into child sexual abuse at the BBC (Report, 25 February) with pride. What was once seen as commonplace is now viewed as seriously criminal behaviour, reflecting the quantum change in attitude towards women, girls and – by association – young boys achieved, in large measure, by feminism.

Julia Carter

London

- The culture of fear at the BBC which allowed the activities of Jimmy Savile and Stuart Hall to flourish surely needs to be addressed by a significant change in management attitudes. The BBC has strong trade union organisation but if, when abuses are called out, they are ignored, and, worse, the complainants themselves are pursued, then bullies and harrassers will feel they have free rein to continue.

Keith Flett

London

- Sandra Laville is almost certainly right that exploitation of the vulnerable and impunity for the powerful are “timeless themes” (Shocked by the BBC Savile report? Prepare for more of the same, 25 February”) but one part of the Smith report she does not refer to makes it virtually impossible that attempts to put an end to them will succeed. This is the insecurity of many jobs at the BBC, which will always deter whistleblowing. Far from this being confined to the BBC there is a national trend towards insecure employment, in parallel with a progressive degradation of workers’ rights, which is spreading across UK society like a plague. My own experience is that people will protect their jobs rather than speak out, and that managers will quite ruthlessly exploit this, often to protect their own jobs in turn. In fact, in the current organisational climate exploitation (of all kinds) will almost certainly increase. Your editorial comment that the “culture of fear ... may be aggravated” by insecure hiring practices is much too timid. It certainly will.

Jeremy Cushing

Exeter

www.theguardian.com/uk-news/2016/feb/26/jimmy-savile-and-the-risks-of-bbc-mismanagement

Fwd: Highlights Friday September 30, 2016 / Vendredi 30 septembre 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:39 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
Date: Fri, Sep 30, 2016 at 8:08 AM
Subject: Highlights Friday September 30, 2016 / Vendredi 30 septembre 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>**Highlights Friday September 30, 2016 / Vendredi 30 septembre 2016****ipolitics.ca, Thursday September 29, 2016****For the Record: iPolitics before the Heritage Committee
'Preserving the Old Media is not an option.'**

iPolitics publisher James Baxter appeared before the Standing Committee on Canadian Heritage today to discuss the news media in Canada. Here is his address:

...Fundamentally, I believe preserving the Old Media is not an option. I want to ask you to save your money by asking you to not bail out my competitors. I also ask that the government stop funding the CBC's massive expansion into digital-only news in markets where there is already brisk competition.

...Funding the CBC has a profoundly chilling effect on would-be entrepreneurs in this country, particularly when there are no undertakings as to how and where that money will be spent.

...I am on record suggesting, as well, that any CBC content — video/audio/digital — be available in real time in the public domain for any other approved news site to use, as long as certain key branding requirements are met.

ProPublica works this way and it ensures their stories are widely disseminated.

James Baxter**The Toronto Star****Shrinking media a 'worrisome' trend****Business model at risk, Torstar chair tells MPs studying state of business**

Canadian media are facing a "crisis" as market forces shrink newsrooms, leaving fewer journalists to report the news vital to a vibrant democracy, the chair of Torstar warns.

..."We are going through a storm, which explains why we need a new way of doing things," Martin Cauchon, the executive chairman of Groupe Capitales Médias, told the committee.

...Honderich said he now considers the digital offerings of CBC News — "spending incredibly on its website, unlimited resources" — as the biggest competition to the Star. He raised the model of the BBC — the British public broadcaster, which does not accept advertising.

Bruce Campion-Smith**Le Droit****Les journaux réclament l'aide d'Ottawa**

Après avoir cogné à la porte de Québec, une coalition de médias écrits se tourne vers Ottawa pour réclamer une aide financière afin d'éviter de sombrer, prévenant qu'une «tempête parfaite» se profile à l'horizon.

Le comité permanent du patrimoine canadien a entendu jeudi les plaidoyers de Martin Cauchon, président directeur du Groupe Capitales Médias, Brian Myles, éditeur et directeur du quotidien Le Devoir, et de Pierre-Paul Noreau, président et éditeur du quotidien Le Droit.

Mélanie Marquis, La Presse canadienne**www.journaldemontreal.com, jeudi 29 septembre 2016****Prise de bec entre Jean-François Lisée et Michel C. Auger à la radio**

Jean-François Lisée a tout fait pour parler d'autre chose que d'identité dans l'entrevue qu'il a accordée à Michel C. Auger à l'émission Midi Info sur Ici Première, jeudi.

Finalement, l'entretien de 10 minutes 38 secondes a porté exclusivement sur l'identité.

Dès sa première réponse, le candidat à la chefferie du Parti Québécois (PQ) a semblé flairer les intentions de l'animateur, des intentions qui visiblement ne lui plaisaient pas.

Mathieu Duquette

www.tv-eh.com, Thursday September 29, 2016

CBC DELIVERS THE GOODS IN DAYTIME WITH THE GOODS

You simply can't fake chemistry on television. Viewers catch on when folks don't click. ...The Goods explodes with chemistry and makes for a wild daytime ride. Debuting Monday on CBC and marking Steven Sabados' return to television, The Goods combines lifestyle, food, relationships and home and design into a fun package. Yes, the daytime market is packed with such U.S. fare as The Chew, The View and The Talk while Canadian rival CTV offers The Social, but The Goods is a welcome addition thanks mainly to its cast. ...The Goods airs Monday to Friday at 2 p.m. on CBC.

Greg David

www.cbc.ca, Wednesday September 28, 2016

Canadaland host Jesse Brown publishing 'Guide to Canada'

Jesse Brown, host of the popular crowd-funded podcast Canadaland, is releasing a satirical book in the spring of 2017, titled The CANADALAND Guide to Canada.

Publisher Simon & Schuster promises a "hilarious exposé of Canada's little-known dark side," including coverage of "creepy" Canadian children's television shows and the true meaning of "sorry."

www.cbc.ca

The Wire Report, Thursday September 29, 2016

Rogers offering some Shomi customers free Netflix

In the wake of the announced shuttering of its streaming service, Shomi, Rogers Communications Inc. is offering some customers six months of free access to Netflix Inc.'s over-the-top (OTT) service.

The Wire Report

The Wire Report, Thursday September 29, 2016

CraveTV profitability still uncertain after Shomi exit: Desjardins

While CraveTV should have an easier time competing in the over-the-top (OTT) space now that Shomi will cease operation, Netflix Inc.'s offering still leaves doubt about the profitability of BCE Inc.'s service, says a Desjardins analyst. ...In June, a Solutions Research Group Consultants Inc. report found that 46 per cent of Canadians subscribed to Netflix, while only four per cent subscribed to Shomi and three per cent to Crave.

The Wire Report

blogues.lapresse.ca, jeudi 29 septembre 2016

L'ADISQ demande 15 millions à Québec

Après avoir sonné l'alarme face à la nouvelle réalité du streaming (notamment dans La Presse), l'ADISQ a présenté en conférence de presse jeudi un plan d'action qui demande notamment au gouvernement du Québec une aide urgente de 7,5 millions de dollars sur deux ans.

...L'ADISQ interpelle aussi le gouvernement fédéral, le CRTC et la Commission du droit d'auteur "pour mieux rééquilibrer les forces".

Émilie Côté

Le Journal de Montréal

L'ADISQ et le streaming

Québec disposé à examiner le dossier

Le ministre de la Culture et des Communications du Québec, Luc Fortin, affirme accueillir avec ouverture la demande de l'ADISQ, qui veut que soit examinée la situation actuelle de l'industrie de la musique au Québec.

Raphaël Gendron-Martin

Le Devoir

L'ADISQ demande 15 millions à Québec

Pour aider les producteurs de musique à s'adapter aux mutations induites par la popularité des services d'écoute en ligne, l'ADISQ demande une aide spéciale de 15 millions au gouvernement québécois.

...L'ADISQ nomme ainsi le gouvernement fédéral (palier où la ministre du Patrimoine, Mélanie Joly, mène actuellement des consultations pour revoir la politique culturelle dans un contexte de virage numérique), le CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes — pour réglementer le marché des fournisseurs Internet) et la Commission du droit d'auteur. Tous doivent « mettre au haut de leur liste de priorités le rééquilibrage des forces et des moyens dans le marché de la musique au Canada », fait valoir l'ADISQ.

Guillaume Bourgault-Côté

Le Droit

L'ADISQ demande de l'aide à Ottawa et Québec

Devant l'effondrement de ses sources de revenus, l'industrie de la musique demande aux gouvernements provincial et fédéral de moderniser les lois et politiques culturelles afin de rétablir un équilibre qui permettra aux musiciens et entrepreneurs de survivre au nouvel environnement d'affaires numérique du milieu de la musique.

...À Ottawa, la ministre du Patrimoine, Mélanie Joly, a dit sympathiser avec la situation des acteurs de l'industrie de la musique, mais a refusé de répondre à l'urgence invoquée par l'ADISQ, invitant plutôt celle-ci à participer au processus de consultation qu'elle a mis sur pied pour se pencher sur le soutien aux industries culturelles canadiennes dans l'environnement numérique.

Pierre Saint-Arnaud, La Presse canadienne

www.niemanlab.org, Wednesday September 28, 2016

Collaborate or die

A new initiative wants to make it easier for national and local outlets to work together "Where you find resistance to collaboration is where you're finding news enterprises hastening their own demise."

If you want an idea of what it's like to get news organizations to collaborate, try herding cats.

Ricardo Bilton

Le Journal de Montréal

Des vitesses de connexion supérieures aux attentes

Les Canadiens sont généralement satisfaits de leur service internet

Malgré qu'ils paient des factures plus salées qu'ailleurs pour leur forfait internet, les Canadiens ont généralement peu de raisons de se plaindre concernant la vitesse de leur connexion.

Selon une étude indépendante publiée jeudi par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), les fournisseurs de services internet offrent des vitesses égales ou supérieures à celles annoncées.

Agence QMI

Financial Post

Most ISP speeds faster than advertised: CRTC

Canadians love to complain about telecommunications services, but when it comes to Internet speed they typically get more than they pay for from major providers, according to data from the federal telecom regulator.

The majority of Internet providers actually deliver faster download and upload speeds than advertised, according to a Canadian Radio-television and Telecommunications Commission report released Thursday based on Internet performance data from 3,000 volunteers across the country.

Emily Jackson

The Globe and Mail

Redstone urges Viacom-CBS deal

Sumner Redstone's National Amusements, the majority shareholder of CBS Corp and Viacom Inc, on Thursday proposed a merger of the two and said it would not support the acquisition of either media company by a third party or surrender its control of either firm.

Reuters

Le Devoir

Le plus important actionnaire de Viacom et de CBS appelle à une fusion

La famille Redstone, actionnaire majoritaire de Viacom et CBS, demande à ces deux groupes de médias américains de réfléchir à une fusion pour s'adapter plus efficacement au boom de la vidéo en ligne.

Agence France-Presse

The Toronto Star

Rio coverage strikes gold for popular mobile app

The Summer Olympics was something of a coming-out party for Snapchat, the mobile storytelling and messaging app. Nearly 35 million users in the United States watched highlights and stories from the Games

...All of these companies hope they can lure advertisers with their video platforms. Analysts at Jefferies estimate that Snap's revenue will grow to \$1 billion next year from \$350 million this year, based almost entirely on advertising.

Traditional television still commands 72 percent of all video viewing time, and television advertising budgets have not shrunk significantly with the proliferation of online video, according to data from Activate, a consulting firm for tech and media companies.

Katie Benner, Sapna Maheshwari

www.tvbeurope.com, Monday September 26, 2016

BBC experiments with holographic TVs

The BBC has continued to experiment with emerging broadcast technologies after creating a holographic TV device for future audiences.

The 'low-fi and low-cost' device was designed to analyse how the corporation could deliver augmented (AR) and mixed reality content in the coming years.

James Groves

Le Droit**Les dépenses sont les plus élevées en six ans****(Les dépenses fédérales sont les plus élevées en six ans, selon le DPB)**

Le directeur parlementaire du budget (DPB) affirme que les dépenses du gouvernement libéral pour les trois premiers mois de l'exercice financier ont atteint leur plus haut niveau depuis au moins six ans.

Andy Blatchford, La Presse canadienne**Financial Post****Trudeau losing budget wiggle room****Agenda at risk over softening revenue picture**

Canadian Prime Minister Justin Trudeau's fiscal leeway is shrinking just as demands for spending are beginning to mount.

The finance department has completed its latest survey of private sector economists and the numbers paint a worsening picture for national income and revenue. Compared with forecasts they gave for the March budget, the economists project almost \$50 billion less in nominal output – the best indicator of revenue – over the next two years. That's a markdown of more than 1 per cent off Canada's \$2 trillion economy.

Theophilos Argitis**Roger Bélanger****Corporate Communications****Communications institutionnelles**

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca

**30-09-2016-am.pdf**

1845K

TODAY IN THE MEDIA

AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

1

Vendredi 30 septembre 2016
Friday September 30, 2016

**For the Record: iPolitics before the Heritage Committee
'Preserving the Old Media is not an option.'**

James Baxter

iPolitics publisher James Baxter appeared before the Standing Committee on Canadian Heritage today to discuss the news media in Canada. Here is his address:

Good afternoon and thank you for having me. Before I jump too far in, I think it's probably worth my explaining how I went from ink-stained wretch to digital publisher.

I started my career in the late 1980s, following my father and grandfather into journalism, initially in radio but I soon moved to newspapers and magazines. I was born in 1964, the very last year of the baby boom.

As much as publishers would like you to believe they've been blindsided by the disruptive effects of the internet, this has been going on for my entire career. As a journalist, my career path and those of my entire cohort were governed by LIFO — last in/first out. Journalism was not stable employment.

Over the decades, we have moved from one ad recession to another, never quite recovering from one before the next one hit. Publishers have known all that time that the model was fundamentally flawed.

Very few publishers took the warning signs seriously — and then came the digital revolution. For those of us in the news media, this is nothing short of an ice age, a catastrophic change in the ecosystem.

Je suis parmi ceux qui ont eu le privilège et le luxe de passer un an à Harvard en 2007 et 2008, à titre de récipiendaire de la bourse Nieman, au même moment où l'économie s'écroulait littéralement pour l'industrie des médias, et particulièrement de nouvelles.

Of 30 fellows — 15 Americans and 15 from around the world — and some of the best in the world, eight of us had been laid off in the previous year.

I use the imagery of an ice age. Why? Because I believe everything that is big and slow-moving will inevitably perish — and that only once the existing media civilization is allowed to perish can renewal truly begin.

So I am not here for a handout. I am here with my hand up. Stop!

Fundamentally, I believe preserving the Old Media is not an option. I want to ask you to save your money by asking you to not bail out my competitors. I also ask that the government stop funding the CBC's massive expansion into digital-only news in markets where there is already brisk competition.

The CBC was created with two purposes: to provide a bulwark against America's cultural imperialism and to fill a void in rural areas where commercial news was not viable.

While the CBC has done many wonderful things, it is important you know that, from my vantage point, it is not some wonderful, benevolent entity. It's an uber-predator.

Because of the nature of its web content, the CBC is not competing with Huffington Post and CNN (the dreaded Americans), but instead crushes the *Globe and Mail*, Postmedia and ... yes ... iPolitics.

Funding the CBC has a profoundly chilling effect on would-be entrepreneurs in this country, particularly when there are no undertakings as to how and where that money will be spent.

Investors are justifiably reticent to put their money into (the) market — even where there is a clear void — because of the likelihood that once they prove there's a market, the CBC will begin shifting funds there to compete.

That is the single-biggest obstacle to there being a vibrant and innovative marketplace of ideas in the media space.

I am eager to get to your questions, so I'll jump to the lightning round:

I don't believe the advertising market will ever revive in any meaningful way to be what it was before. Would tax incentives help? Perhaps. But it's a blunt hammer. Subscriptions are the only viable way forward AND that demands publishers invest in quality.

Please toughen copyright protections that come with severe penalties/community service for serial offenders. Ban for-profit aggregators, which draw from the limited advertising pool without generating any original content; instead, encourage competing media to work together.

Require the CBC/Radio-Canada to refrain from posting "digital-only" content (must first be created for a TV or radio program). This is done by other public broadcasters, including the BBC, and it would go a long way toward leveling the field.

I am on record suggesting, as well, that any CBC content — video/audio/digital — be available in real time in the public domain for any other approved news site to use, as long as certain key branding requirements are met. ProPublica works this way and it ensures their stories are widely disseminated.

Insist that the CBC do joint-ventures with for-profit companies to ensure investigative journalism and other comprehensive coverage is sustained and the CBC's wealth of experience is shared. Focus your attention on "public interest" journalism. (There's no real definition for "public interest" but, as Justice Potter Stewart said, "I know it when I see it.")

- Community Building (convening and alerting)
- Democracy preserving (holding those in power to account)

Create a way for charitable foundations to support the creation and dissemination of "news and opinion in the public interest." This needs to be done at arm's-length and should only be limited to broadly-based news and opinion, not cause-specific, as that runs the risk of lobbying.

And if you really want to spend money, I will admit that the most useful program we ever had was the ill-fated Ontario Digital Media Tax Credit, though it was far too slow to be useful to a real start-up and very, very poorly designed to benefit genuine news producers.

I am certain other ideas will pop up over the course of our discussion and I look forward to exploring them with you.

Thank you.

<http://ipolitics.ca/2016/09/29/for-the-record-ipolitics-before-the-heritage-committee/>

Les journaux réclament l'aide d'Ottawa

MÉLANIE MARQUIS

La Presse canadienne

Après avoir cogné à la porte de Québec, une coalition de médias écrits se tourne vers Ottawa pour réclamer une aide financière afin d'éviter de sombrer, prévenant qu'une « tempête parfaite » se profile à l'horizon.

Le comité permanent du patrimoine canadien a entendu jeudi les plaidoyers de Martin Cauchon, pdg et propriétaire de Groupe Capitales Médias, éditeur et directeur du quotidien *Le Devoir*, et de Pierre-Paul Noreau, président et éditeur du quotidien *Le Droit*.

Ils sont venus plaider que le fédéral devrait « accompagner » les entreprises de presse écrite dans le processus de transition de leur modèle d'affaires, qui s'est imposé en raison de la spectaculaire dégringolade des revenus publicitaires au profit du web.

L'aide demandée par la Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec, dont sont aussi membres Hebdomas Québec et TC Transcontinental, n'en est pas une « perpétuelle », mais bien « transitoire », sur une période de cinq ans, a précisé M. Myles.

« On ne voudrait surtout pas donner l'impression aux députés et à la population qu'on veut vivre aux crochets de l'État », a fait valoir le patron du *Devoir* à l'issue de sa comparution.

Le regroupement demande notamment à Ottawa de dépoussiérer la Loi sur le droit d'auteur afin de discipliner les géants du

web et les agrégateurs de contenu.

« Les pays européens sont en avance sur le Canada et les États-Unis à cet égard. Ici, on a laissé les Google, Amazon, Facebook et Apple vampiriser nos contenus et les monétiser. C'est un exode de recettes très important », a soutenu Brian Myles.

Assis à ses côtés, Martin Cauchon a plaidé que les entreprises de presse écrite étaient essentielles à la santé démocratique de la société, et que pour cette raison, l'État a le devoir de les soutenir.

« C'est le rôle de l'appareil gouvernemental d'intervenir pour soutenir des secteurs particuliers. Ici, on parle de démocratie. Pour moi, c'est une question constitutionnelle », a tranché l'ancien ministre libéral, devenu propriétaire de Groupe Capitales Médias en mars 2015.

Autour de la table du comité, les représentants des médias écrits ont insisté à plusieurs reprises sur le fait qu'ils étaient créateurs de contenu numérique, donc eux aussi admissibles à des programmes de crédit d'impôt conçus pour l'industrie télévisuelle et cinématographique.

Car en 2016, qui dit médias écrits ne dit pas seulement médias imprimés.

« De nos jours, dans le numérique, un écran est un écran. (...) On doit considérer que les médias écrits qui sont présents sur les plateformes numériques vont faire aussi de la vidéo, et pour l'instant, nous n'avons aucun programme d'aide », a signalé M. Myles.

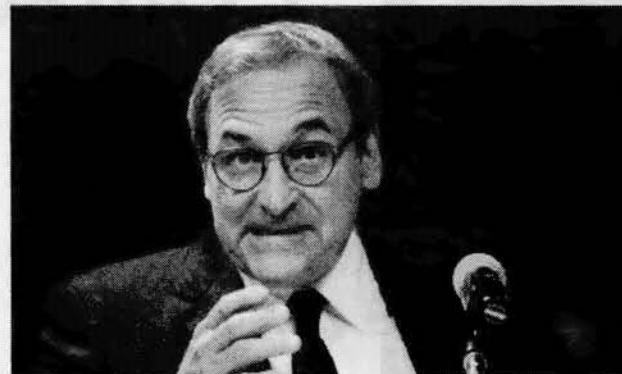
La Coalition pour la pérennité de

la presse d'information au Québec, qui regroupe 146 quotidiens ou hebdomadaires et emploie environ 2500 personnes, a demandé plus tôt cette semaine au gouvernement québécois de voler à son secours.

Il y a un mois, *Le Devoir* faisait cavalier seul en présentant une série de neuf recommandations au ministre québécois de la Culture et des Communications, Luc Fortin, en marge des consultations publiques sur le renouvellement de la politique culturelle du Québec.

Voici une synthèse des six recommandations de la coalition :

- Accorder une plus grande part de l'enveloppe des dépenses publicitaires gouvernementales aux médias écrits.
- Encourager les entreprises à investir en publicité dans les médias écrits en leur allouant un crédit d'impôt.
- Mettre à jour la Loi sur le droit d'auteur – les médias écrits sont lésés par les géants du web et agrégateurs de contenu qui « repiquent et reformatent » leur contenu sans compensation.
- Soutenir la production d'information originale canadienne avec un programme de crédits d'impôt remboursant une partie des salaires et dépenses liées à la production d'information.
- Créer un programme ou un crédit d'impôt pour rembourser une partie des investissements numériques des médias écrits.
- Exclure les médias écrits du remboursement de TPS accordé aux livres imprimés comme le sont actuellement les journaux.



Martin Cauchon, pdg et propriétaire de Groupe Capitales Médias, a plaidé la cause des journaux régionaux à Ottawa. — ARCHIVES, LA PRESSE CANADIENNE

Les médias écrits réclament l'aide du gouvernement fédéral

MÉLANIE MARQUIS
à Ottawa

Après avoir cogné à la porte de Québec, une coalition de médias écrits se tourne vers Ottawa pour réclamer une aide financière afin d'éviter de sombrer, prévenant qu'une « tempête parfaite » se profile à l'horizon.

Le comité permanent du patrimoine canadien a entendu jeudi les plaidoyers de Martin Cauchon, président directeur du Groupe Capitales Médias, Brian Myles, directeur du *Devoir*, et de Pierre-Paul Noreau, président et éditeur du quotidien *Le Droit*.

Ils sont venus plaider que le fédéral devrait « accompagner » les entreprises de presse écrite dans le processus de transition de leur modèle d'affaires, qui s'est imposé en raison de la dégringolade des revenus publicitaires au profit du Web.

L'aide demandée par la Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec, dont sont aussi membres Hebdo Québec et TC Transcontinental, n'en est pas une « perpétuelle », mais bien « transitoire », sur une période de cinq ans, a précisé M. Myles.

Le regroupement demande notamment à Ottawa de dé-

poussiérer la Loi sur le droit d'auteur afin de discipliner les géants du Web et les agrégateurs de contenu.

« Les pays européens sont en avance sur le Canada et les États-Unis à cet égard. Ici, on a laissé les Google, Amazon, Facebook et Apple vampiriser nos contenus et les monétiser. C'est un exode de recettes très important », a soutenu Brian Myles.

Assis à ses côtés, Martin Cauchon a plaidé que les entreprises de presse écrite étaient essentielles à la santé démocratique de la société, et que pour cette raison, l'État a le devoir de les soutenir. « C'est le rôle de l'appareil gouvernemental d'intervenir pour soutenir des secteurs particuliers. Ici, on parle de démocratie. Pour moi, c'est une question

constitutionnelle », a tranché l'ancien ministre libéral, qui a fait l'acquisition du Groupe Capitales Médias en mars 2015.

La ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, n'a pas voulu se prononcer directement sur les recommandations formulées par la coalition, mais elle s'est dite « prête à étudier toutes les avenues qui sont proposées par les différents intervenants du milieu ».

**Le
regroupement
plaide pour
une aide
transitoire
d'une durée
de cinq ans**

La Presse canadienne

Shrinking media a 'worrisome' trend

Business model is at risk, Torstar chair tells MPs studying state of business

BRUCE CAMPION-SMITH
OTTAWA BUREAU CHIEF

OTTAWA—Canadian media are facing a "crisis" as market forces shrink newsrooms, leaving fewer journalists to report the news vital to a vibrant democracy, the chair of Torstar warns.

John Honderich, chair of the board of Torstar, had blunt words Thursday for MPs studying the state of media in Canada.

"My message to you is a simple one: There is a crisis of declining good journalism across Canada and at this point we only see the situation getting worse," Honderich told MPs on the Canadian Heritage committee.

He said newspapers across the country have cut their ranks of journalists, resulting in diminished political and community coverage and less investigative journalism.

"If you believe, as we do, that the quality of a democracy is a direct function of the quality of the information citizens have to make informed decisions, then this trend is very worrisome," he said.

Torstar publishes the Toronto Star, the country's largest daily circulation

newspaper, along with the Metro chain of newspapers distributed nationwide and the Metroland chain of newspapers serving more than 100 communities.

Honderich noted that readership remains vibrant — both for newspapers and their digital offerings. Instead, it's the business model that has taken a beating.

"The digital revolution plus the advent of the Internet have fundamentally changed the business model for newspapers," he said.

Honderich, a former editor and publisher of the Star, recalled the days when careers advertising brought in \$75 million a year and classified ads filled an entire section of each day's paper — all advertising that has been lost to the Internet.

"All those revenues paid for a lot of reporters. Without that revenue, we simply cannot afford as many journalists. Indeed, the very business model is at risk," he told MPs.

Honderich stressed that Torstar has adapted with the times, with websites such as thestar.com where online readership is rising, and Star Touch, a tablet offering.

But he said the structural pressures have been "relentless," forcing newsrooms to shrink. By the end of this year, the Star's newsroom will have 170 journalists, down dramatically



DAVE CHAN FOR THE TORONTO STAR

Canada faces a "crisis of declining good journalism," John Honderich, chair of the board of the Torstar, told the Canadian Heritage committee.

from 470 about a decade ago, he said. Other Torstar papers have suffered similar reductions, he said.

Torstar is not alone in voicing concern. A group of Quebec media firms representing 148 newspapers this week banded together to appeal to Ottawa for financial help to help pay their transition to the evolving digital universe.

"We are going through a storm, which explains why we need a new way of doing things," Martin Cauchon, the executive chairman of Groupe Capitaux Médias, told the committee.

Cauchon, a former Liberal cabinet minister, told MPs there has to be a

"national debate" about the state of newspapers in Canada today.

The Quebec coalition urged the committee to look at federal tax breaks, similar to those handed out to cultural industries. And it also urged MPs to look at changes to federal copyright laws to curb the ability of Internet sites such as Facebook and Google to use Canadian media content without sharing revenue.

While the Internet giants are fingered as the cause of media financial woes, two media executives Thursday cited a concern closer to home.

Honderich said he now considers the digital offerings of CBC News — "spending incredibly on its website,

unlimited resources" — as the biggest competition to the Star. He raised the model of the BBC — the British public broadcaster, which does not accept advertising.

That was echoed by James Baxter, founding editor of iPolitics, an online news service, who called CBC News an "uber-predator," a publicly funded news website that competes directly with private media companies.

He called on the federal government to stop funding the CBC's "massive" expansion into digital-only news in markets where there is already brisk competition.

He suggested that the CBC's emphasis on digital journalism defies its original mandate to fill a void in rural areas where commercial news was not viable.

He said the CBC's digital ambitions have had a "profoundly chilling effect" on media startups. "That is the biggest single obstacle to there being a vibrant and innovative marketplace of ideas in the media space."

Still, Baxter urged MPs to be cautious about offering financial supports to traditional media.

"I'm not here asking for a handout... fundamentally, I believe that preserving the old media is not an option. I want to suggest you save your money by asking that you not bail out my competitors," he said.

Prise de bec entre Jean-François Lisée et Michel C. Auger à la radio



Jean-François Lisée

PHOTO MATHIEU BELANGER

Mathieu Duquette

Jean-François Lisée a tout fait pour parler d'autre chose que d'identité dans l'entrevue qu'il a accordée à Michel C. Auger à l'émission *Midi Info* sur Ici Première, jeudi.

Finalement, l'entretien de 10 minutes 38 secondes a porté exclusivement sur l'identité.

Dès sa première réponse, le candidat à la chefferie du Parti Québécois (PQ) a semblé flairer les intentions de l'animateur, des intentions qui visiblement ne lui plaisaient pas.

«Maintenant, je vais vous faire une prévision, a dit Lisée. Nous allons faire une entrevue de huit minutes. Vous allez me parler d'identité pendant cinq minutes et ensuite vous allez dire que l'identité prend trop de place dans ma campagne.»

«Non, je ne ferai pas ça, a répondu Auger. Je ne dirai pas qu'elle prend trop de place dans votre campagne et oui je vais vous en parler longtemps, effectivement.»

Tout au long de l'entrevue, intervieweur et interviewé ont joué au chat et à la souris sur le contenu de la conversation.

«J'ai fait 20 propositions, des propositions sur l'éducation, le développement régional, la santé. J'ai fait des propositions sur l'environnement. Je vais en sortir sur la culture et vous choisissez de ne parler que d'identité», s'est plaint Lisée.

«Pourquoi vous répondez pas aux questions sur l'identité avant?», a répondu Auger.

«Écoutez, je ne fais que répondre aux questions sur l'identité», a riposté le député de Rosemont.

Un peu tard...

«Je pense que Michel C. vous êtes un journaliste sérieux. Rigoureux. Et vous manquez à votre devoir.»

«Je crois pas», a répliqué l'animateur.

Puis, en conclusion de l'entrevue:

«Jean-François Lisée, député de Rosemont candidat à la direction du Parti québécois», a dit Auger, voulant conclure la conversation.

Lisée est revenu à la charge.

«Éducation, santé, économie, ça ne vous intéresse pas?»

«Ça m'intéresse. On en parlera un autre jour», a répondu l'animateur.

Jean-François Lisée était reçu à *Midi info* dans le cadre d'une série d'entrevues faite à l'émission avec les candidats à la chefferie du PQ. Les trois autres candidats, Paul St-Pierre Plamondon, Alexandre Cloutier et Martine Ouellet, ont été interviewés avant lui.



Michel C. Auger

PHOTO D'ARCHIVES

La transcription intégrale de l'entrevue:

Michel C. Auger: Vous aviez dit que le gouvernement Marois avait empoisonné le climat avec la charte de valeurs et vous aviez ajouté que dans l'avenir prévisible on ne devait pas revenir là-dessus.

Jean-François Lisée: J'ai dit qu'on ne devait pas revenir sur une tentative d'interdire les signes religieux dans la fonction publique. C'est ce que j'ai dit à l'époque. C'est ce que je dis aujourd'hui. Maintenant je vais vous faire une prévision. Nous allons faire une entrevue de huit minutes. Vous allez me parler d'identité pendant cinq minutes et ensuite vous allez dire que l'identité prend trop de place dans ma campagne.

MCA: Non, je ne ferai pas ça. Je ne dirai pas qu'elle prend trop de place dans votre campagne et oui je vais vous en parler longtemps, effectivement. Vous avez utilisé à l'époque des mots comme braquer les communautés culturelles, diviser les gens, éloigner les jeunes. Est-ce que c'est pas exactement ce qui se passe aujourd'hui?

JFL: J'ai fait 20 propositions, des propositions sur l'éducation, le développement régional, la santé. J'ai fait des propositions sur l'environnement. Je vais en sortir sur la culture et vous choisissez de ne parler que d'identité.

MCA: Pourquoi vous répondez pas aux questions sur l'identité avant?

JFL: Écoutez, je ne fais que répondre aux questions sur l'identité.

MCA: Je vous pose des questions là-dessus justement.

JFL: Vous allez me permettre d'abord, en préambule de dire ça et de vous aviser que je suis prêt à répondre à des questions sur tous les sujets d'actualité. Maintenant, sur l'identité, j'ai, en juin, établi mes positions sur ce que j'appelle la concordance culture pour remplacer l'interculturalisme. J'ai fait dans la première semaine en mai ma proposition sur l'immigration qui s'appelle *Le chemin du succès* et ensuite je suis passé à autre chose. Y a deux semaines, mon collègue Alexandre Cloutier dans un débat à Drummondville a décidé de rouvrir la discussion sur l'identité en faisant campagne contre la charte et ce qui nous a conduits à passer huit-neuf jours là-dessus. Ce n'était pas mon plan de campagne, mais évidemment, lorsqu'on me pose des questions, je réponds, mais je tiens à dire

que, ceux qui disent: "il a joué la carte identitaire" non. J'ai dit ce que j'avais à dire en début de campagne.

MCA: Mais quand vous avez associé Alexandre Cloutier à Charkaoui, vous saviez ce que vous faisiez quand même?

JFL: Lorsque M. Charkaoui a décidé de s'associer à Alexandre Cloutier en mettant sur la page Facebook de sa coalition les mots positifs qu'il avait, un de vos collègues journalistes m'a envoyé le lien. On était dans une journée à forts décibels entre l'équipe d'Alexandre et moi et j'ai attiré l'attention.

MCA: Vous avez mis le projecteur là-dessus.

JFL: Exactement. J'ai attiré l'attention sur cette vérité dérangeante. Si je ne l'avais pas fait, vos collègues journalistes, dans les heures qui suivent, l'auraient fait et Alexandre aurait eu à se dépatouiller avec ses bons mots, disons complètement indésirés évidemment de ce personnage détestable qu'est Adil Charkaoui.

MCA: Encore cette semaine vous avez parlé d'immigration parfaite qui venait de Paris, Bruxelles, Barcelone. C'est un message à peine voilé pour qui sait lire, c'est blanc, catholique, comme nous autres.

JFL: Je pense que Michel C. vous êtes un journaliste sérieux. Rigoureux. Et vous manquez à votre devoir.

MCA: Je crois pas.

JFL: Ben, je vais vous dire pourquoi. Parce que j'ai publié le verbatim de ce briefing de presse. Et dans le verbatim, jamais je ne dis ce que vous venez de dire. Je cite Barcelone Paris et Bruxelles parce que ce sont les lieux où les Journées Québec ont eu lieu et là je continue et parle de Santiago, Beijing, Bamako, Tanger et je parle d'Haïti en disant que c'est important non seulement de donner des exemptions de frais de scolarité à des élèves haïtiens, mais il faut faire le pas suivant et payer leurs frais de subsistance. Alors toute volonté de faire croire que j'ai dit ce que vous venez de dire, c'est une volonté de tordre mes paroles.

MCA: Votre collègue Maka Kotto, en tous cas, lui vous a mis en garde sur l'effet que ça peut avoir sur les Québécois issus de l'immigration. Est-ce qu'il a tort?

JFL: Il appuie qui, Maka Kotto, dans cette campagne?

MCA: Est-ce que tout est stratégique ou quelqu'un peut avoir des sentiments?

JFL: Moi je pense que les journalistes sont tenus à un devoir de rigueur journalistique.

MCA: Oui.

JFL: Le verbatim, il existe. Ensuite, des acteurs de la vie politique qui ont un intérêt politique à nuire à ma campagne, que ce soit les libéraux, ou encore des chroniqueurs anglophones ou Maka Kotto qui est avec Alexandre, ont intérêt à faire passer ce faux message alors que, Michel C., aucun autre candidat de Parti québécois, ou aucun autre parti n'ont fait des propositions aussi robustes pour assurer le succès de chaque Néo-Québécois, d'où qu'il vienne sur la planète.

MCA: Vous avez hâte de voir Justin Trudeau dire non aux Québécois sur des questions identitaires. Est-ce que c'est ça votre stratégie au fond?

JFL: Ce n'est pas une stratégie, c'est une réalité. Nous avons M. Couillard qui dépose un projet de loi qui dit ce avec quoi même vous pourriez être d'accord qu'on ne doit pas, lorsqu'on travaille pour la fonction publique québécoise, avoir le visage couvert et lorsqu'on est un citoyen sauf dans des cas exceptionnels, quand on est à l'urgence, je ne sais trop. Mais on ne doit pas essayer d'avoir des services avec le visage couvert. Je vous pose la question, êtes-vous favorable, ou défavorable à cette mesure?

MCA: Je suis un journaliste. C'est pas à moi de répondre. C'est moi qui pose les questions.

JFL: Vous écrivez, Michel C. Soyons sérieux. Vous écrivez constamment des chroniques où sur la question identitaire vous avez des positions qui sont légitimes, raisonnables, mais qui sont rarement les mêmes que les miennes. Cela étant dit, cette disposition que M. Couillard veut faire voter sera probablement adoptée à l'unanimité par l'Assemblée nationale parce qu'elle répond à un consensus social très fort au Québec. M. Trudeau, on le sait déjà, pour lui, la frontière des droits, c'est de permettre et féliciter une femme qui a le visage voilé de prêter serment à la citoyenneté canadienne. Il y a un conflit important sur la notion de vivre ensemble et du respect de l'égalité homme femme qui est

devant nous. Alors moi je dis: "je n'invente pas ce conflit-là. Je le vois venir". Et donc nous vivrons ça.
6:54

MCA: Sur les questions identitaires, je vais revenir à ma première question.

JFL: Là il reste combien de minutes? Michel C.?

MCA: Je ne vois pas le chronomètre. Ça ne donnera rien.

JFL: Je ne veux pas jouer...

MCA: Sur les questions identitaires, de "nous" en 2007, vous avez eu à peu près toutes les positions sur cette question-là, on peut dire que c'est un 360°. Pourquoi revenir à ça dans cette campagne-ci? Je n'ai toujours pas eu ma réponse.

JFL: Bon, d'abord, encore là... (Lisée soupire longuement) Je trouve ça incroyable. Vous êtes un journaliste. Vous venez de prendre une position. Vous dites que j'ai fait un 360°. C'est faux. J'écris sur cette question-là depuis longtemps.

MCA: Vous ne pouvez pas avoir toutes les positions. De "on touche pas à ça" et on revient.

JFL: C'est faux. Ce que vous dites est faux.

MCA: Moi j'ai lu *Nous* en 2007.

JFL: Alors, écoutez. Quand René Lévesque a créé le Parti québécois en 1968, il a dit que nous avons le devoir de préserver la différence vitale québécoise pour les générations à venir. Et que le seul lieu où on peut le faire c'est dans un pays souverain qui s'appelle le Québec. La différence vitale québécoise, c'est sa langue, son histoire, ses valeurs. Nous sommes attachés à des valeurs universelles comme l'égalité des hommes et des femmes, la laïcité, le progrès social, l'entraide et la coopération. C'est ça notre différence vitale. C'est pas le catholicisme, c'est pas d'être Blanc, c'est pas de porter une ceinture fléchée. Et lorsque dans la concordance culturelle j'ai fait la liste de cette différence vitale, c'est de ça dont je parle. Maintenant, sur la laïcité, on peut penser, comme vous, peut-être, qu'il ne faut rien faire et que tout va très bien. Moi, et l'immense majorité des Québécois, y compris dans la diversité québécoise, sont en désaccord avec ça et pensent que nous avons des pas à faire sur la laïcité.

MCA: Pourtant les deux premiers ministres avec qui vous avez travaillé (Jacques Parizeau et Lucien Bouchard) ont eu d'énormes réserves sur la charte des valeurs. M. Duceppe, qui est un peu l'elder statesman du mouvement souverainiste ces temps-ci dit que de la façon dont vous vous êtes comporté dans la campagne vous êtes pas dignes d'être chef du PQ. Ça vous dérange pas?

JFL: Jacques Parizeau et Lucien Bouchard ont eu une position pour les 3/4 de la charte, ce que vous oubliez de dire. OK? Moi, dans ma position, je suis beaucoup plus proche de ce qu'ils ont dit eux, que de ce que Bernard Drainville proposait. C'est-à-dire que je suis comme Jacques Parizeau et Gilles Duceppe à l'époque, opposé à ce qu'on interdise les signes religieux dans l'ensemble de l'État québécois, c'est ma position actuelle. Maintenant que je suis candidat au leadership, je propose une position graduelle qui est beaucoup plus proche de la position de MM. Parizeau et Bouchard. Ça vous a échappé?

MCA: Ça ne m'a pas échappé. Mais je pense que M. Parizeau et M. Bouchard sur la question, entre autres, des signes religieux étaient assez contre la charte.

JFL: Vous déformez leurs propos. Écoutez, Michel C.

MCA: J'ai fait une entrevue avec M. Parizeau à l'époque, ce n'est pas ce qu'il disait.

JFL: Il était favorable au 3/4 de la charte. Ce n'est pas être contre la charte ça. Il était défavorable à l'aspect qui était controversé des signes religieux. Alors il était pour la charte, sauf pour un quart.

MCA: Jean-François Lisée, député de Rosemont candidat à la direction du Parti québécois

JFL: Éducation, santé, économie, ça ne vous intéresse pas?

MCA: Ça m'intéresse. On en parlera un autre jour.

JFL: D'accord.

MCA: Merci beaucoup.



CBC DELIVERS THE GOODS IN DAYTIME WITH THE GOODS

Greg David

You simply can't fake chemistry on television. Viewers catch on when folks don't click. It's the reason networks recast roles during pilot season; if co-stars don't connect with each other, they simply won't with an audience.

The Goods explodes with chemistry and makes for a wild daytime ride. Debuting Monday on CBC and marking Steven Sabados' return to television, *The Goods* combines lifestyle, food, relationships and home and design into a fun package. Yes, the daytime market is packed with such U.S. fare as *The Chew*, *The View* and *The Talk* while Canadian rival CTV offers *The Social*, but *The Goods* is a welcome addition thanks mainly to its cast.

Surrounding Sabados on the panel is style maven Jessi Cruickshank, relationship and wellness expert Andrea Bain and Levetto chef Shahir Massoud covering all things culinary. Earlier this week, I was invited down to watch a taping of *The Goods* and experienced a well-oiled machine despite having just seven episodes already in the can.

"You always feel, on some other shows, as if people are trying to take away airtime," Sabados says after the three-hour taping in front of a studio audience of just over 100 concluded. "There is that battle of, 'You said that, so I have to say this,' ... Shahir didn't have a segment today, but it's all good because he's still part of the show. We're all here, so it's all good." It's true. While Massoud didn't contribute content-wise, he was still front and centre in a comedic role both unintentionally during Sabados' decor quiz when he asked how to spell "teak" and on purpose during Cruickshank's style bit when he walked the runway decked out in overalls, a baseball cap propped rakishly on his head.



(l-r) Bain, Cruickshank, Sabados, Massoud

Massoud explains he and his co-hosts come up with what their individual segments will contain with their own producers. Once that's decided, the producers and hosts compare notes and figure out who will be interacting with who. Yes, *The Goods* is scripted when it comes to what segments make up an episode, but the interaction itself is done on the fly. That came into play Tuesday when Cruickshank dashed off to the control room and requested a hula hoop challenge be re-cut and slowed down for broadcast. The result was a very funny replay of Bain's facial expressions and body language as she owned the hula segment ("I will *never* live that down," Bain says with a laugh.) Cruickshank set herself up for criticism during her style portion, suggesting that sometimes socks *can* be worn with sandals. She was met with a chorus of good-natured boos from the audience.

"Where else can you get an audience who feels comfortable enough to boo the host?" Cruickshank asks. "There is this feeling of being in the round and we make sure people know they're supposed to yell. They're part of the show."

The Goods airs Monday to Friday at 2 p.m. on CBC.
Images courtesy of CBC.

www.tv-eh.com/2016/09/29/cbc-delivers-the-goods-in-daytime-with-the-goods/



Canadaland host Jesse Brown publishing 'Guide to Canada'



Canadian Press

Jesse Brown, host of the popular crowd-funded podcast [Canadaland](#), is releasing a satirical book in the spring of 2017, titled *The CANADALAND Guide to Canada*.

Publisher Simon & Schuster promises a "hilarious exposé of Canada's little-known dark side," including coverage of "creepy" Canadian children's television shows and the true meaning of "sorry."

Brown's book will be a mix of writing, diagrams, maps and quizzes, highlighting funny historical and political facts about Canada.

Brown is known for his media and culture critique on news agencies like CBC, Toronto Star and Globe and Mail.

www.cbc.ca/books/2016/09/canadaland-founder-jesse-brown-publishing-guide-to-canada.html

Rogers offering some Shomi customers free Netflix

The Wire Report

In the wake of the announced shuttering of its streaming service, Shomi, **Rogers Communications Inc.** is offering some customers six months of free access to **Netflix Inc.**'s over-the-top (OTT) service.

Rogers spokesman Andrew Garas said in an email the company is "reaching out to eligible customers who are on a contract letting them know we're offering six months of Netflix on us, plus more premium experiences to come in 2017 for the remainder of their contract."

The offer applies to customers with two-year contracts for Rogers' Share Everything+ wireless plans or its Ignite Internet plans, he said.

Rogers and **Shaw Communications Inc.** announced Monday they would be shutting down Shomi in November.

www.thewirereport.ca/briefs/2016/09/29/rogers-offering-some-shomi-customers-free-netflix/31344

CraveTV profitability still uncertain after Shomi exit: Desjardins

The Wire Report

While CraveTV should have an easier time competing in the over-the-top (OTT) space now that Shomi will cease operation, **Netflix Inc.**'s offering still leaves doubt about the profitability of **BCE Inc.**'s service, says a Desjardins analyst.

"We believe Netflix's strength derives from its large library of self-produced content, which BCE cannot replicate —hence, long-term, we continue to question the profitability of the CraveTV service," despite its large library and its ability to provide Bell with a "quality channel to deliver its exclusive HBO content," analyst Maher Yaghi said in a Thursday note.

On Monday, **Rogers Communications Inc.** and **Shaw Communications Inc.** — joint owners of the Shomi service — announced they would discontinue the OTT service come November. The companies said Shomi registered 900,000 subscribers.

Yaghi said the decision to disconnect Shomi is a positive for both companies because the service wasn't making money. On top of that, Yaghi continued, the sale of Shaw's media assets to **Corus Entertainment Inc.** meant there was less content to be distributed by Shomi, "eliminating an important competitive advantage for Shomi."

And while Yaghi said Crave isn't a money-maker either, "business should be easier now that Shomi is off the field, while BCE can still use the service as a differentiator that potentially helps sell more wireline services," Yaghi added.

A day after the Shomi announcement, Bell's president and CEO George Cope told the Canadian Press that Shomi's demise would allow Crave to compete "more directly" with Netflix.

In an email statement Thursday, Bell spokesman Scott Henderson said the company will continue to invest in new CraveTV programming and build on partnerships with premium brands.

In June, a **Solutions Research Group Consultants Inc.** report found that 46 per cent of Canadians subscribed to Netflix, while only four per cent subscribed to Shomi and three per cent to Crave.

www.thewirereport.ca/briefs/2016/09/29/cravetv-profitability-still-uncertain-after-shomi-exit-desjardins/31346

L'ADISQ demande 15 millions à Québec

Émilie Côté

Après avoir sonné l'alarme face à la nouvelle réalité du streaming (notamment dans *La Presse*), l'ADISQ a présenté en conférence de presse jeudi un plan d'action qui demande notamment au gouvernement du Québec une aide urgente de 7,5 millions de dollars sur deux ans.

Selon l'ADISQ, cette somme aidera l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo à accomplir "un plan de transition pour passer à la prochaine étape de son développement".

L'ADISQ interpelle aussi le gouvernement fédéral, le CRTC et la Commission du droit d'auteur "pour mieux rééquilibrer les forces".

Selon la directrice générale Solange Drouin et le président Claude Larivée, le modèle dominant du streaming "empêche nos artistes de vivre de leur art et nos entreprises de se développer". "Nous fonçons verre un mur", dit ce dernier, qui gère les Disques La Tribu (Les Cowboys Fringants, Les Trois Accords) et la Compagnie Larivée Cabot Champagne (qui possède des salles dont La Tulipe et L'Étoile).

Selon M. Larivée, le système de revenus du streaming "a été négocié entre les services de musique en ligne et les grands majors internationaux, sans aucune considération pour la réalité des entreprises indépendantes comme les nôtres, et sans considération non plus pour la réalité des artistes".

L'ADISQ rappelle que les gens dépensent moins pour des produits culturels et de plus en plus pour des produits qui permettent d'y accéder, dont des téléphones intelligents et des tablettes.

L'ADISQ réclame aux instances gouvernementales concernées des changements "législatifs, réglementaires, fiscaux et financiers".

"Sur le plan fiscal, on parle de la taxe de vente et de la fiscalité des entreprises étrangères, a cité Claude Larivée. Sur le plan réglementaire, de la Politique de radiodiffusion, des contributions au développement des contenus canadiens et des obligations en matière de visibilité des contenus. Et sur le plan financier, d'un soutien additionnel au milieu de la musique."

À l'image des stations de radios, l'ADISQ propose que les diffuseurs de musique en ligne paient des redevances. Elle demande aussi au gouvernement fédéral une restauration du régime de la copie privée.

En attendant, l'ADISQ veut du gouvernement provincial une aide entrepreneuriale de 15 millions sur deux ans pour développer des "expertises de gestion, d'analyse, de stratégie et de mise en marché" dans le nouveau modèle du streaming. Notamment pour mieux comprendre les algorithmes des Spotify, Apple Music et Google Play.

Voilà pour le plaidoyer de l'ADISQ, qui représente les producteurs de musique et non les artistes.

Hier, les musiciens sondés au lancement de Coup de coeur francophone par mon collègue Hugo Meunier ont aussi partagé leurs inquiétudes.

D'autres ont plutôt dit par courriel à La Presse être en désaccord avec l'ADISQ et plutôt profiter du nouveau modèle.

Dans une lettre ouverte parue mercredi dans le *Huffington Post*, le directeur artistique de Slam Disques -et membre du groupe Rouge Pompier- Jessy Fuchs n'y va pas de main morte envers l'ADISQ.

"Solange Drouin gagne assurément plus d'argent en donnant une entrevue de 30 minutes à titre de directrice générale de l'ADISQ, qu'un artiste québécois qui génère 147 000 écoutes en streaming, écrit-il. L'ADISQ représente les producteurs, qui, volontairement, font la mise en marché de l'art. Les vrais créateurs ce sont les bands qui pratiquent dans leur local et qui valent déjà quelque chose avant même que les producteurs s'en mêlent."

En attendant la suite des choses et du débat, le ministre de la Culture Luc Fortin se dit ouvert à discuter avec l'ADISQ.

L'ADISQ et le streaming

Québec disposé à examiner le dossier

RAPHAËL GENDRON-MARTIN

Le Journal de Montréal

Le ministre de la Culture et des Communications du Québec, Luc Fortin, affirme accueillir avec ouverture la demande de l'ADISQ, qui veut que soit examinée la situation actuelle de l'industrie de la musique au Québec.

Alarmée par la montée en flèche des plateformes d'écoute en continu (*streaming*) comme Spotify et Apple Music ainsi que par les faibles redevances aux producteurs et artistes, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) a demandé hier aux gouvernements provincial et fédéral de collaborer.

«Ce qu'il faut comprendre, avec le *streaming*, c'est qu'il nous impose, encore une fois, un nouveau système de revenus qui ne répond à aucune logique pour nous et pour nos artistes», a affirmé le président de l'ADISQ, Claude Larivée, lors d'une conférence de presse, hier matin.

UNE AIDE DE 15 MILLIONS \$

Au ministre Luc Fortin, l'ADISQ a ainsi soumis un plan d'action qui repose sur un soutien additionnel de 15 millions \$ répartis sur deux ans.

Ce montant servirait notamment à la performance entrepreneuriale et à la valorisation de la musique et du spectacle.

«C'est un investissement non pas dans les immobilisations et les technologies, mais dans l'acquisition de savoir-faire, d'expertises spécialisées et de pratiques d'affaires dans un environnement numérique en constante évolution», a déclaré la directrice générale de l'ADISQ, Solange Drouin.

Contacté par *Le Journal*, l'attaché de presse de Luc Fortin, Karl Fillion, a confirmé que le ministre était disposé à examiner la question.

«Évidemment, c'est une question qui va devoir être évaluée dans son ensemble, dit M. Fillion. Nous savons qu'il ne s'agit pas d'un petit dossier. Au niveau de la musique, l'ADISQ est très importante, mais ce n'est pas le seul intervenant. Le désir du ministre est de rencontrer les groupes, comme il l'a fait avec l'ADISQ.»

CHANGER LES LOIS

Au gouvernement fédéral, l'ADISQ a demandé un rehaussement majeur des tarifs de droits d'auteur.

L'association veut aussi que soit modifiée la Loi sur le droit d'auteur afin de responsabiliser les fournisseurs d'accès internet «face au contenu qu'ils distribuent».

Le plan d'action mentionne également des modifications de la Loi sur les télécommunications et de la Loi sur la radiodiffusion dans l'objectif de rendre possible l'imposition d'obligations visant le développement des contenus culturels canadiens et leur visibilité.

Le bureau de la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, n'a pas répondu aux demandes d'entrevue du *Journal*.

L'ADISQ demande 15 millions à Québec

GUILLAUME BOURGAULT-CÔTÉ

Pour aider les producteurs de musique à s'adapter aux mutations induites par la popularité des services d'écoute en ligne, l'ADISQ demande une aide spéciale de 15 millions au gouvernement québécois.

« Dans les secteurs en transformation rapide, le soutien de l'État vient stimuler l'investissement privé, la prise de risque et l'innovation, a souligné jeudi midi en conférence de presse la directrice générale de l'ADISQ (Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo), Solange Drouin. Or, la musique est au cœur d'une des plus rapides et des plus profondes transformations industrielles de l'histoire, et c'est exactement le marché que nous proposons aujourd'hui au gouvernement du Québec. »

L'ADISQ souhaite la création d'un programme de deux ans (7,5 millions par année) qui viserait le « développement de savoir-faire, d'expertises spécialisées et de pratiques d'affaires adaptées à l'environnement numérique ». On exclut d'office des investissements dans les mobilisations et la technologie.

Appel général

Le ministère québécois de la Culture n'est pas le seul interpellé par cette campagne en forme de cri d'alarme. « L'ADISQ en appelle à

toutes les instances décisionnelles, à tous les niveaux », écrit l'association dans son communiqué. Elle estime qu'il faut « rétablir un équilibre dans un marché où les services de musique en ligne, les fournisseurs d'accès Internet et les fabricants d'appareils accaparent les revenus de l'industrie de la musique sans rétribuer équitablement ceux qui sont à l'origine des contenus musicaux. »

L'ADISQ nomme ainsi le gouvernement fédéral (palier où la ministre du Patrimoine, Mélanie Joly, mène actuellement des consultations pour revoir la politique culturelle dans un contexte de virage numérique), le CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes — pour régler le marché des fournisseurs Internet) et la Commission du droit d'auteur. Tous doivent « mettre au haut de leur liste de priorités le rééquilibrage des forces et des moyens dans le marché de la musique au Canada », fait valoir l'ADISQ.

« Les leviers qui peuvent aider à rétablir cet équilibre sont législatifs, réglementaires, fiscaux et financiers », note-t-on.

Plan législatif : Loi sur le droit d'auteur, Loi sur les télécommunications et Loi sur la radiodiffusion.

Plan fiscal : taxe de vente et fiscalité des entreprises étrangères.

Plan réglementaire : politique de radiodiffusion, contribution au développement des conte-

nus canadiens et obligations en matière de visibilité des contenus.

Plan financier : soutien additionnel au milieu de la musique.

En détail, cela pourrait vouloir dire :

Une révision de la loi sur le droit d'auteur, incluant la restauration du régime de copie privée et la disparition de « certaines exceptions anachroniques » ;

une révision des tarifs de droits d'auteur s'appliquant aux services de musique en ligne pour « reconnaître leur impact massif sur la cannibalisation des ventes de musique » ;

la fin de l'exception réglementaire s'appliquant aux services de musique en ligne en vertu de la politique radio ;

des contributions au développement de contenu de la part des fournisseurs d'accès Internet et des services de musique en ligne ;

obligation pour les services de musique en ligne de mettre en valeur des produits locaux, y compris pour ce qui est des algorithmes ;

la mise en place de mécanismes fiscaux auprès des entreprises de musique en ligne, afin de financer des mesures culturelles.

« La mise en marché de la musique à l'ère numérique est devenue une pratique extrêmement technique et spécialisée, indique le président de l'ADISQ, Claude Larivée. Par exemple, nous ne contrôlons pas les algorithmes qui se cachent derrière une plateforme comme Spotify, mais nous

devons mieux comprendre comment nous positionner dans un tel écosystème. Nous devons aussi développer, en tant qu'industrie, une maîtrise beaucoup plus poussée des métadonnées, qui sont un peu l'empreinte digitale d'une pièce dans l'univers numérique. »

Conflit

Le communiqué de l'association évoque un « modèle économique qui s'avère de plus en plus inéquitable pour les artistes et les entreprises indépendantes ».

Jeudi, *Le Devoir* révélait toutefois qu'il y a des dissensions entre les représentants des artistes et ceux des producteurs sur la question des redevances tirées des ventes de disques et des écoutes en ligne. L'ADISQ a en effet décidé de traîner l'Union des artistes et la Guilde des musiciens devant un tribunal d'arbitrage pour régler un litige à cet égard. Le conflit s'inscrit dans un contexte où « tout le monde crève de faim », selon Solange Drouin.

Illustration de la dernière mutation en cours : durant les six premiers mois de 2016 aux États-Unis, les ventes globales d'albums (physiques et numériques) ont reculé de 16,9%. Par contre, le streaming a enregistré une hausse de 59%, avec 208 milliards de chansons écoutées.

Le Devoir

L'ADISQ demande de l'aide à Ottawa et Québec

PIERRE SAINT-ARNAUD

La Presse canadienne

MONTRÉAL - Devant l'effondrement de ses sources de revenus, l'industrie de la musique demande aux gouvernements provincial et fédéral de moderniser les lois et politiques culturelles afin de rétablir un équilibre qui permettra aux musiciens et entrepreneurs de survivre au nouvel environnement d'affaires numérique du milieu de la musique.

Le virage des consommateurs, qui délaissent massivement non seulement l'achat de CD, mais aussi de musique en ligne à la pièce dans des formules comme iTunes, au profit des abonnements sans achats — le *streaming* — à des services comme Spotify, s'est accéléré de façon exponentielle au cours des deux dernières années.

«Les joueurs qui contrôlent l'accès (à la musique en *streaming*) ont des revenus en forte croissance, mais ceux qui sont à l'origine du produit musical, eux, sont de moins en moins bien rémunérés», a fait valoir jeudi à Montréal la directrice générale de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), Solange Drouin.

L'ADISQ a ainsi présenté un plan d'action qui vise à imposer aux distributeurs de musique en ligne des obligations semblables à celles qui existent dans le milieu de la radiodiffusion, affirmant que le temps des constats est passé, particulièrement celui des constats d'impuissance.

«On fait de l'enflure de la situation, que c'est donc épouvantable et qu'on ne peut rien faire. Ce n'est pas vrai. Il faut faire les choses une à la fois, faire un premier pas et après on en fera un deuxième, puis un troisième. Il faut commencer», martèle M^{me} Drouin.

MODIFICATIONS LÉGISLATIVES

L'industrie demande de mettre fin à l'exemption réglementaire accordée aux services de musique en ligne à la fin du siècle dernier par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), alors que rien ne laissait présager l'émergence du phénomène de *streaming*.

«Ces services-là sont de la radiodiffusion au sens de la loi», a indiqué M^{me} Drouin.

L'ADISQ demande aussi à Ottawa de modifier la loi sur le droit d'auteur pour rétablir le régime de copie privée, cette redevance qui était imposée sur les cassettes et CD vierges et que l'on voudrait maintenant voir imposée sur les ventes d'appareils servant au *streaming*, tels les téléphones intelligents.

L'Association demande de plus que les tarifs de droit d'auteur soient révisés et qu'ils s'appliquent aux diffuseurs numériques comme c'est le cas pour les stations de radio.

Elle souhaite également que les fournisseurs d'accès internet soient soumis à des obligations de contribuer au développement de contenu, tout comme les services de *streaming*, et que ces derniers soient aussi contraints à une mise en valeur de contenus locaux et aux règles fiscales canadiennes et québécoises de financement des mesures culturelles.

«Ces services devraient payer une partie de leurs impôts ici quand ils rendent un service ici», a soutenu M^{me} Drouin, ajoutant que leur statut leur offre un avantage déloyal face aux acteurs locaux de l'industrie.

«Nous, quand on rend un service, on paie la TPS et la TVQ sur tout. Ça n'a pas d'allure», déplore-t-elle.

SOUTIEN DE L'ÉTAT

Par ailleurs, l'ADISQ réclame de Québec un programme d'aide temporaire de 7,5 millions \$ par année durant deux ans, dont 6 millions \$ seront consacrés à l'amélioration de la visibilité des artistes sur toutes les plateformes, la diversification des revenus, l'exportation et le soutien à la présence des artistes en région.

L'autre 1,5 million \$ serait consacré à la valorisation des contenus.

Les représentants de l'industrie se défendent, par ailleurs, de vouloir vivre aux crochets de l'État, faisant

valoir que, contrairement à certains secteurs culturels financés jusqu'à 90 % par l'État, l'industrie de la musique génère 84% de ses revenus de façon autonome à partir de ses ventes.

Les ventes s'étant effondrées, les revenus des producteurs de musique se sont évidemment rétrécis comme peau de chagrin.

À titre d'exemple, *Le Devoir* faisait état la semaine dernière de revenus en droits d'interprète d'un peu moins de 30 \$ pour l'auteur-compositeur-interprète Jean Leloup pour 540 000 écoutes de sa chanson *Paradise City* sur Spotify.

L'ADISQ estime que sa demande s'inscrit dans une logique de soutien au démarrage, puisqu'elle doit «redémarrer» dans un environnement où les ventes de ses produits ont cédé le pas à une distribution sans ventes par des géants du web qui s'accaparent des revenus et ne remettent que des grenailles à ceux qui produisent le contenu.

CONSULTATIONS

À Ottawa, la ministre du Patrimoine, Mélanie Joly, a dit sympathiser avec la situation des acteurs de l'industrie de la musique, mais a refusé de répondre à l'urgence invoquée par l'ADISQ, invitant plutôt celle-ci à participer au processus de consultation qu'elle a mis sur pied pour se pencher sur le soutien aux industries culturelles canadiennes dans l'environnement numérique.



Collaborate or die: A new initiative wants to make it easier for national and local outlets to work together

“Where you find resistance to collaboration is where you’re finding news enterprises hastening their own demise.”

Ricardo Bilton

If you want an idea of what it’s like to get news organizations to collaborate, try herding cats.

That’s how Tim Griggs describes it, anyway, and he would know. Over the past ten years, in big roles at The New York Times, the Times-owned Wilmington Star-News and, most recently, as publisher of The Texas Tribune, he’s spent a lot of time navigating what he calls the “sticky, complicated process” of getting big and small newsrooms to work together on projects. And while the process isn’t easy, it’s clearly worthwhile — even vital — for many.

“The tremendous financial pressure on the industry right now makes collaboration essential,” he told me. “Where you find resistance to collaboration is where you’re finding news enterprises hastening their own demise.”

Collaboration is at the heart of Griggs’ new role at Montclair State University’s Center for Cooperative Media, which earlier this month named Griggs as head of its new Local/National News Partnerships Project. Announced in June, the project aims to explore ways to make it easier for national and local news organizations to work together — whether through efforts as ambitious as co-reporting projects or as simple as content sharing. The project’s funding comes via the Geraldine R. Dodge Foundation and the Democracy Fund. (Griggs, who will continue his work as an independent consultant for media companies while at Montclair, is also innovator in residence at Knight Center & School of Journalism at the University of Texas at Austin.)

While the Center for Cooperative Media hopes that the project’s findings and efforts will have implications for organizations all across the U.S., it is, perhaps fittingly, starting local. Its early efforts will be focused on its home state of New Jersey, where it hopes to find new ways to help local organizations partner with their national counterparts. The center already operates a version of this idea with the NJ News Commons, a network of dozens of organizations that partner on stories and republish each other’s work.

Stefanie Murray, director of the center, said that New Jersey is a viable test bed for the project, thanks to its long history of being underserved by regional media companies, which have traditionally been based out of the larger markets of New York City and Philadelphia. "Historically, there have been few large media outlets or television stations that cover solely New Jersey," she said. "Our mission today is to support local journalism, and we think the best way to do that is through collaborative networks." The problem has gotten worse in recent years, as even those big media companies have downsized and reduced their focus on New Jersey, she said.

Both Murray and Griggs agreed that it's a ripe time to launch the effort: Big or small, one thing that unites all news organizations today is that they all face constraints. No one publisher, not even those as large as The New York Times or The Washington Post, can do it all. Those big outlets may be able to reach a lot of readers, but they also each have their own coverage blind spots and resource limitations that prevent them from putting enough resources where big local stories are happening. Likewise, smaller, more local news organizations, while adept at on-the-ground coverage of local issues, often struggle with getting distribution and having enough cash to tackle more ambitious stories.

While Griggs says he hasn't yet started conversations with potential partners, he knows going in that no two partnerships — and no two motivations driving them — will be alike. Some will be as simple as republication or syndication deals. On the more intimate side of the spectrum will be deals like the one The New York Times put together with the San Francisco-based Bay Citizen, which created the Bay Area Report, a biweekly two-page section of The New York Times focused on issues in the region. The effort's goal was not only to increase the Times' print circulation in the San Francisco region (its second-largest market) but to turn that increased local relevance into more local advertising dollars. That relationship ended in 2012, when Bay Citizen folded into the Center for Investigative Reporting, but its lessons lived on. (The Times launched an in-house variation on the idea with California Today earlier this year.)

"For the Times, there was a journalistic purpose to [the Bay Citizen partnership], which was 'give us access to really good, smart, high-quality Timesean local journalism'," said Griggs. "On the business side, there was a clear measurable circulation bump when we did those kinds of partnerships."

Griggs saw similar benefits to collaboration, albeit on the state level, during his time at The Texas Tribune. When the paper launched in 2009, it faced the same challenges that every new news organization does: Getting more people to be aware that existed and, in turn, turning a financially significant portion of those people into paying subscribers, event attendees, or eyeballs for local advertisers to reach. Its strategy in reaction to this challenge was straightforward. Any local paper, radio station, or television network was able to freely republish Texas Tribune content as long as they gave the newspaper credit for the reporting. "That was critical to growing all sorts of lines of revenue," Griggs said.

Partnerships have been core to the Texas Tribune's strategy over the years. Like Bay Citizen, It also had a regional partnership with the Times, the longest lasting of the newspaper's (it also had one in Chicago). Soon after that ended, in 2014, the newspaper inked a similar deal with The Washington Post, which agreed to partner with the paper on content, events, and marketing. The Texas Tribune even embedded a reporter in the Post's D.C. newsroom.

Another potential model for collaboration comes from the likes of ProPublica and the Center for Investigative Reporting, which have created many national/local reporting collaborations on big stories about criminal justice, education, and the environment. For ProPublica, the latest of these came earlier this month when it launched Electionland, a joint project between six other organizations that will focus on local election issues around the country. Griggs said that he sees particular promise for local collaborations with single-subject national news organizations such as The Marshall Project, Chalkbeat, and InsideClimate News.

Of course, even the most well intentioned collaborations don't come without their share of challenges. Many organizations simply lack the bandwidth or resources — human or otherwise — to start and sustain these kind of partnerships. This is why a major part of the Local/National News Partnerships Project is creating processes and offering best practices to reduce the kind of friction that naturally emerges from different organizations working together. "So much of this is asking: How can we make it easy for organizations to collaborate with one another and make the entire process more systematic?" Murray said.

And then there are the human challenges. In many newsrooms, there's "often an unwillingness to collaborate, for whatever reason," Griggs said. "That's not true everywhere, but it's true in some places." In that sense, the first step towards making collaboration happen is winning over reporters and editors and making the case for why collaborating will do more than just another duty to their workloads.

Whatever form these collaborations take, and despite their challenges, Griggs says they'll continue to be an essential part of the industry. And those unwilling reporters and editors will have to fall in line. "By this point, it's clear that news organizations need to partner to expand their capacity. You have to be a more collaborative player culturally, in the market, and nationally. That's just the reality, Griggs said. "Anyone who thinks something different is nuts."

PHOTO OF A HANDSHAKE BY KATHERINEMUCHADOO USED UNDER A CREATIVE COMMONS LICENSE.

Des vitesses de connexion supérieures aux attentes

Les Canadiens sont généralement satisfaits de leur service internet

AGENCE QMI | Malgré qu'ils paient des factures plus salées qu'ailleurs pour leur forfait internet, les Canadiens ont généralement peu de raisons de se plaindre concernant la vitesse de leur connexion.

Selon une étude indépendante publiée hier par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), les fournisseurs de services internet offrent des vitesses égales ou supérieures à celles annoncées.

«Les résultats de la première phase du projet fournissent des renseignements

précieux sur la performance réelle des services internet à l'échelle du Canada», soutient le président du CRTC, Jean-Pierre Blais.

L'étude a été réalisée à l'aide d'appareils de mesure «Whitebox» auprès de plus de 3000 participants.

Les principaux fournisseurs du pays, soit Bell Aliant, Bell Canada, Rogers, Cogeco, Eastlink, MTS, Northwestel, Shaw, TELUS et Vidéotron, ont collaboré à l'étude.

PLUS CHER

«Pour nous, les résultats publiés aujourd'hui démontrent une fois de plus

que nous offrons aux consommateurs et entreprises les vitesses auxquelles ils s'attendent», a déclaré la présidente et chef de la direction de Vidéotron, Manon Brouillette.

Les Canadiens continuent toutefois de payer généralement beaucoup plus que les citoyens des autres pays du G7 pour les services de télécommunications.

Ainsi, pour un forfait dont la vitesse de transmission varie de 16 à 40 Mo/s, il en coûte en moyenne 63,48 \$ au pays, comparativement à 40,43 \$ au Royaume-Uni, 41,77 \$ en Italie, 49,75 \$ en Allemagne, et 57,41 \$ en Australie.

TELECOM

Most ISP speeds faster than advertised: CRTC

EMILY JACKSON

TORONTO • Canadians love to complain about telecommunications services, but when it comes to Internet speed they typically get more than they pay for from major providers, according to data from the federal telecom regulator.

The majority of Internet providers actually deliver faster download and upload speeds than advertised, according to a Canadian Radio-television and Telecommunications Commission report released Thursday, based on Internet performance data from 3,000 volunteers across the country.

All major service providers except Sasktel participated in the study. Regardless of a plan's promised speed or whether the connection used digital subscriber line (DSL), cable (including hybrid fibre coaxial cables and DOCSIS variants) or fibre-to-the-home, the report found that all but five of the 41 Internet packages tested had higher speeds than advertised.

For Canadians skeptical their speed is truly better-than-advertised, the CRTC acknowledged that speeds were measured to the home and don't account for impediments within a home such as faulty routers, poor Wi-Fi connectivity or multiple devices used at once. Factors that can affect speed outside a home include heavy traffic on a particular website, latency and packet loss.

Still, the results were favourable when compared with other countries including the United States, according to the CRTC. Canadians pay among the highest prices for fixed broadband when compared to G7 countries plus Australia, with prices in the top three for most service levels, the regulator revealed earlier this year.

The CRTC decided to collect performance data to improve policy-making and to

encourage providers to improve their networks.

"The results of the first phase of the project provide valuable insight on the real-world performance of Internet services across Canada," CRTC chairman Jean-Pierre Blais said in a statement.

Bell Aliant's DSL package was the worst tested, only delivering 77 per cent of its advertised seven megabits per second (Mbps) speed. Eastlink had two packages that operated below advertised speeds, and Telus and Northwestel had one each.

Bell Canada's DSL package beat expectations by the widest margin with actual speeds reaching 135 per cent of the five Mbps promised.

The CRTC hired SamKnows, a broadband measurement company, to conduct the research. It used devices called Whiteboxes to measure speed between mid-March and mid-April during the peak period between 7 p.m. and 11 p.m.

All three technologies measured were on average faster than advertised, but fibre-to-the-home won the contest with 121 per cent of advertised speeds, followed by cable at 105 per cent and DSL at 103 per cent.

DSL was the most likely to miss on upload speeds and had the highest latency, or lag time, a measure that's important for gaming and real-time video. Fibre had the lowest latency. There is virtually no difference between web page loading times for any package that promises 100 Mbps or higher.

Bell Aliant, Bell Canada, Rogers, Cogeco, Eastlink, MTS, Northwestel, Shaw, Telus and Vidéotron all participated in the study. They helped solicit volunteers by emailing their customer base. The CRTC is conducting a second phase of the study with Distributel, Nexicom, Primus, Teksavvy, VMedia, and Xplornet.

Financial Post
ejackson@postmedia.com
Twitter.com/theemilyjackson

Redstone urges Viacom-CBS deal

Sumner Redstone's National Amusements, the majority shareholder of **CBS Corp.** and **Viacom Inc.**, on Thursday proposed a merger of the two and said it would not support the acquisition of either media company by a third party.

Privately held National Amusements said in a letter to both companies' boards that a merger would bring significant savings, but it would not support a transaction that would cause it to surrender control of CBS, Viacom or a combined entity.

CBS shares rose 3.1 per cent to \$55.82 in morning trading, while Viacom was up 1.1 per cent at \$36.97.

When Mr. Redstone split CBS from Viacom 10 years ago, investors saw the mainstream broadcaster as a slow-moving company catering to an older audience, compared with the young, scrappy Viacom, whose networks include Nickelodeon and MTV. But CBS shares have easily outperformed those of Viacom over the last five years.

- Reuters

LE DEVOIR, VENDREDI 30 SEPTEMBRE 2016

p.A6

Le plus important actionnaire de Viacom et de CBS appelle à une fusion

New York — La famille Redstone, actionnaire majoritaire de Viacom et CBS, demande à ces deux groupes de médias américains de réfléchir à une fusion pour s'adapter plus efficacement au boom de la vidéo en ligne.

National Amusements (NAI), la société familiale à travers laquelle les Redstone contrôlent les deux groupes, a confirmé jeudi avoir envoyé une lettre demandant aux deux conseils d'administrations de mettre en place des comités indépendants chargés d'examiner une potentielle fusion. « Nous estimons qu'une combinaison CBS-Viacom pourrait être source de synergies substantielles et permettrait à la nouvelle entité de répondre de façon beaucoup plus active et efficace aux défis posés

par les changements des paysages du divertissement et des médias », argumente NAI dans cette lettre rendue publique jeudi. La transaction se ferait en actions, préconise NAI.

Les Redstone affirment que la décision finale appartient aux deux conseils d'administration et qu'ils ne prendraient pas part aux délibérations. Ils préviennent toutefois qu'ils n'accepteraient pas une éventuelle alternative consistant à l'acquisition d'une des deux entreprises par une tierce partie.

CBS et Viacom avaient déjà constitué une entité unique entre 2000 et 2006, et l'idée d'une nouvelle fusion a suscité d'importantes spéculations suite à l'intense lutte de pouvoir qui a ébranlé Viacom ces derniers mois. Elle s'était soldée par la

démission du p.-d.g. Philippe Dauman et une reprise en main du groupe par Shari Redstone, qui apparaît désormais comme la femme forte de l'empire construit par son père Sumner.

La plupart des scénarios de rapprochement reposent sur l'espoir que l'actuel patron de CBS, Leslie Moonves, considéré comme l'un des meilleurs dirigeants du secteur, prenne la tête de la nouvelle entité et puisse être l'homme providentiel qui mettra fin aux difficultés de Viacom. Mi-septembre, M. Moonves avait toutefois assuré qu'il n'y avait « pas de discussions actives » pour un rapprochement avec Viacom, et que CBS était « très content de [sa] position actuelle ».

Agence France-Presse

Rio coverage strikes gold for popular mobile app

Nearly 35 million U.S. users saw Olympic highlights on Snapchat

KATIE BENNER
AND SAPNA MAHESHWARI
THE NEW YORK TIMES

The Summer Olympics was something of a coming-out party for Snapchat, the mobile storytelling and messaging app.

Nearly 35 million U.S. users watched highlights from the Games on a dedicated channel in Discover, the area of Snapchat where media companies publish content, and on so-called Live Stories: videos and images from athletes and fans that Snapchat editors strung together to tell more intimate stories of life in Rio.

Millions more watched athletes themselves use Snapchat to talk about their events and joke with teammates.

"Snapchat filled the void when it came to creating mobile content for this major world event," said Aryeh Bourkoff, founder and chief executive of LionTree, a merchant bank that specializes in media and technology. "There was more Olympics footage and content on Snapchat than there was on NBC."

Snapchat helped expand viewership for the Olympics, which hit a 16-year primetime ratings low in the U.S. on NBC. And it provided a glimpse of why the company could one day compete with television for audiences and advertising dollars.

"Snapchat is the company that will figure out how to move TV viewers to mobile," said Hemant Taneja, a Snapchat investor and director at the venture firm General Catalyst Partners.

SNAPCHAT continued on B4

Company renamed 'Snap Inc.'

SNAPCHAT from B1

To keep people glued to the app, Snapchat needs a steady stream of content. To that end, last Friday the company introduced Spectacles, sunglasses with a camera embedded in the frames, to be available later this year. People can use Spectacles to take video clips and upload the footage to the Snapchat app.

The new eyewear prompted the company to rename itself Snap Inc. to reflect that it now makes more than one product: the Snapchat app and Spectacles. If consumers embrace Spectacles, they will provide many more snaps for the company to select and turn into stories. Currently more than two-thirds of Snapchat's 150 million daily users create content every day.

Since introducing Discover in January 2015, Snapchat has become a web of highly edited video content — whether made by users, celebrities or media companies such as BuzzFeed and CNN. That, in turn, has caught the attention of advertisers who want to reach Snapchat's audience, which, the company says, includes 41 per cent of Americans ages 18-34. By comparison, the company says that the average television network in the U.S. reaches about 6 per cent of the same demographic.

Still, Snap is not the only Internet company trying to create the next-generation television experience.



SAIT SERKAN GURBUZ/THE ASSOCIATED PRESS

Olympic swimmer Katie Ledecky uses Snapchat at the Team USA Awards.

Facebook, with more than 1 billion daily active users, and its photo-sharing app Instagram, which has over 300 million, dwarf Snapchat. Both Facebook and Instagram have aggressively moved into video recently.

Almost a third of Internet users visit YouTube, where billions of videos are viewed each day.

All of these companies hope they can lure advertisers with their video platforms.

Traditional TV commands 72 per cent of all video viewing time, and television advertising budgets haven't shrunk significantly with the proliferation of web video, according to data from Activate, a consulting firm for tech and media companies.

To reap financial rewards, Internet companies must do more than persuade viewers to spend more time watching videos.

Television ad dollars would "flood into online" if online ads could prove they were as effective as television ads, said Joe Marchese, president of advertising products for the Fox Net-

works Group. For Marchese, that means the ad takes up the full screen, probably plays with the sound on and is viewed in its entirety.

While advertisers do not go so far as to say that Snapchat video ads are equivalent to television ads, they note that watching content on Snapchat mimics the experience of watching television. Videos play with the sound on. They take up the full screen. They tell a narrative story. Users flip between them.

Snapchat says its ads and videos are more engaging because they are not "competing with family photos and other things in a stream for the viewer's attention," said Imran Khan, Snap's chief strategy officer. Content-makers and advertisers "have complete, exclusive command of the user's smartphone," he said.

Doug Neil, Universal Pictures' executive vice-president for digital marketing, agrees. "A full-screen experience that has the sound enabled grabs the user's attention much better"

BBC experiments with holographic TVs

James Groves

The BBC has continued to experiment with emerging broadcast technologies after creating a holographic TV device for future audiences.

The 'low-fi and low-cost' device was designed to analyse how the corporation could deliver augmented (AR) and mixed reality content in the coming years.

"Our experiment was fairly simplistic, but the new technologies on the horizon have the potential to completely change the way that audiences experience media content in the future," said BBC head of digital partnerships Cyrus Saihan.



"You can imagine a world where instead of watching a film star being interviewed on the sofa of a TV chat show, they feel as if they are sitting right next to you on your own sofa in your living room, or where instead of looking at a 2D image of Mount Everest, it appears as if the snow on the mountain top is falling around you."

According to Saihan, mobile game *Pokemon GO* is only "the tip of the iceberg" when it comes to augmented reality, with major companies investing in various immersive mediums such as AR and VR.

"If devices such as Microsoft's HoloLens and the Google-backed Magic Leap also capture the public's imagination, we could soon find ourselves in a situation where the lines between digital content and the real world become increasingly blurred," he said.

www.tvbeurope.com/bbc-experiments-holographic-tvs/

ANALYSE DU DPB SUR LES FINANCES DU GOUVERNEMENT LIBÉRAL

Les dépenses sont les plus élevées en six ans

ANDY BLATCHFORD
La Presse canadienne

Le directeur parlementaire du budget (DPB) affirme que les dépenses du gouvernement libéral pour les trois premiers mois de l'exercice financier ont atteint leur plus haut niveau depuis au moins six ans.

Certaines de ces dépenses sont toutefois liées à des engagements pris par le précédent gouvernement conservateur, lit-on dans le rapport du DPB, publié jeudi.

Jean-Denis Fréchette y précise que les dépenses du gouvernement Trudeau ont été 5,7 % — ou près de 3,4 milliards \$ — plus élevées

au premier trimestre de l'exercice 2016-2017 qu'à la même période l'année précédente.

Les dépenses gouvernementales pour le premier trimestre se sont élevées à 62,9 milliards \$, alors qu'elles avaient été d'environ 59,5 milliards \$ à la même période, l'an dernier.

Une bonne partie de ces dépenses, incluant une somme supplémentaire de 1,22 milliard \$ pour les prestations pour enfants, vient cependant du gouvernement conservateur précédent.

Cependant, une augmentation additionnelle de 1,22 milliard \$ est attribuable à une hausse de 19 % des dépenses en infrastructures.

Le rapport de M. Fréchette

indique que la forte hausse, catégorisée parmi les subventions et contributions accordées aux entités extérieures, est « sans précédent » comparativement aux dernières années.

Les libéraux se sont engagés à verser 11,9 milliards \$ pour les infrastructures à travers le pays au cours de l'exercice financier actuel, dans le but de stimuler l'économie.

Il est cependant difficile de préciser quelle partie de ces dépenses est liée à des engagements pris par les libéraux et quelle autre vient des anciens engagements des conservateurs.

Les dépenses gouvernementales en infrastructures sont difficiles à

analyser puisqu'elles sont effectuées sur de longues périodes et que les divers fonds et projets sont constamment reformulés et réannoncés.

Les données de 2016 sur les infrastructures ne seront pas disponibles avant plusieurs mois, mais les plus récents chiffres du gouvernement indiquent que seulement six des 862 projets approuvés jusqu'à maintenant ont été effectivement lancés.

Les libéraux ont malgré tout assuré qu'ils voulaient financer plus rapidement que dans le passé les projets d'infrastructures, afin de stimuler l'économie.

« Il y a davantage de pression pour

faire sortir l'argent, a souligné l'assistant du DPB, Mostafa Askari. Il y a donc une approche différente quant à la façon dont le gouvernement gère ces fonds. »

Le DPB a également soutenu que les dépenses de fonctionnement avaient grimpé de 3,6 % au premier trimestre, comparativement au trimestre précédent, et ce, malgré une réduction des coûts de la main-d'œuvre.

Le rapport indique aussi que les dépenses en immobilisations directes du gouvernement ont reculé de 10,5 %, une baisse attribuable à la complexité de l'échéancier d'acquisition au ministère de la Défense nationale.

ECONOMY

Trudeau losing budget wiggle room

Agenda at risk over softening revenue picture

THEOPHILOS ARGITIS

OTTAWA • Prime Minister Justin Trudeau's fiscal leeway is shrinking just as demands for spending are beginning to mount.

The finance department

has completed its latest survey of private sector economists and the numbers paint a worsening picture for national income and revenue. Compared with forecasts they gave for the March budget, the economists project almost \$50 billion less in nominal output — the best indicator of revenue — over the next two years. That's a markdown of more than one per cent off Canada's \$2 trillion economy.

See TRUDEAU on Page FP2

Budget reserves are being eroded quickly

TRUDEAU

Continued from FPI

A weakening revenue outlook means budget reserves are being eroded quickly and Trudeau's finance minister, Bill Morneau, won't have much wiggle room to accommodate calls for more funding for things like infrastructure — or requests for additional spending from cabinet colleagues or provinces — without running even higher deficits. Morneau's department has already begun work on next year's budget due sometime early in 2017, while an update of the 2016 plan is expected in November.

"Since the last budget we've seen income growth coming in that's softer than expected at the time of the 2016 budget," said Craig Alexander, chief economist at the Conference Board of Canada and one of the survey contributors. "This will have an impact on tax revenue growth."

While the department declined to provide the results of its survey, Bloomberg News gathered forecasts independently from 10 of the banks and research groups that took part.

Pressure to increase spending is beginning to grow even with the government already projecting \$120 billion in deficits over the next six years. Calls for more government stimulus are growing, for example, given the weak economic outlook. Morneau is also in the part of the budget cycle when cabinet ministers and other stakeholders make their funding requests, which in this government's case are poised to be substantial given Trudeau's am-

bitious agenda. Provincial governments, meanwhile, are pressing Trudeau to increase health-care funding.

The finance department's economist surveys — up to four a year — form the basis of its own economic forecasts, and this month's poll is the last before the fall fiscal update. At a press conference Sept. 26 in Ottawa, Morneau declined to say when the update will be released and whether it will include additional measures to spur the economy.

"We're working towards giving Canadians a good understanding of our economic situation this autumn and we'll get to it and we'll let you know as soon as we have an exact date," Morneau told reporters at the start of public consultations for next year's budget.

To be sure, the government has budgeted reserves for exactly this slower-growth contingency, but those set-asides are being tapped into quickly.

In his March budget, Morneau assumed a much slower growth outlook than the one economists were projecting. The tactic effectively gave him a \$6-billion annual revenue cushion against any slowdown. But using the finance department's own revenue collection assumptions, it looks like Morneau has less than half of that cushion left to him for the next two years.

In some ways, the weaker economy is a vindication for Morneau, who was criticized following his budget for being overly cautious and unnecessarily inflating deficit projections. Canada's budget watchdog for example claimed the risk cushion was excessive and made it more difficult for Canadian lawmakers to accurately scrutinize public finances.

"We put forth our budget using conservative projections in terms of economic growth," Morneau said at the press conference. "We also put in a factor for risk, because we saw that there were real downside risks in the economy. What we're seeing now is that the global economy is challenged."

Bloomberg News

Fwd: Highlights Friday November 18, 2016 / Vendredi 18 novembre 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:40 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: **Roger Belanger** <roger.belanger@cbc.ca>
Date: Fri, Nov 18, 2016 at 9:02 AM
Subject: Highlights Friday November 18, 2016 / Vendredi 18 novembre 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>

Highlights Friday November 18, 2016 / Vendredi 18 novembre 2016www.cbc.ca, Thursday November 17, 2016**Police try to obtain CBC reporter's emails with Justice Department**

Winnipeg police attempted to obtain email correspondence between a CBC News reporter and a Manitoba Justice official, prompting more concerns about police efforts to gather information about journalists' sources in Canada. ... "Even if it is legally allowed, it is worrisome to see police using freedom of information laws as an investigative tool to monitor media interactions with government officials," said Jennifer McGuire, general manager and editor in chief of CBC News. "Protecting sources is a must in good journalism. And if this sort of intervention were to become commonplace, it could prevent vital information in the public interest from ever coming to light." Communications and legal experts contacted by CBC News cannot recall a previous instance of a police service making a freedom-of-information request for correspondence involving a reporter.

Bartley Kives, CBC Newsici.radio-canada.ca, jeudi 17 novembre 2016**La police tente d'obtenir les courriels d'une journaliste de CBC**

À la suite des révélations selon lesquelles le journaliste de La Presse Patrick Lagacé a été espionné par le Service de police de la Ville de Montréal, Radio-Canada a appris que le Service de police de Winnipeg (SPW) a tenté d'obtenir la correspondance électronique entre une journaliste de CBC et un fonctionnaire du ministère de la Justice du Manitoba. ... Ils font preuve de créativité. Je n'ai jamais entendu parler d'un service de police faisant une chose pareille. [...] Mais ce n'est pas parce que quelque chose est légal qu'elle est juste.

Nick Taylor-Vaisey, président, Association canadienne des journalisteswww.lapresse.ca, jeudi 17 novembre 2016**La police de Winnipeg a tenté d'obtenir les courriels d'une journaliste de CBC**

Le Service de police de Winnipeg (SPW) a tenté le mois dernier d'obtenir par la Loi sur l'accès à l'information des courriels d'une journaliste de CBC qui avait enquêté sur un scandale au sein du corps policier, a rapporté Radio-Canada jeudi soir.

... La journaliste Caroline Barghout n'est pas sous enquête policière, a assuré le chef de police de Winnipeg, soutient Radio-Canada.

Louis-Samuel Perronici.radio-canada.ca, jeudi 17 novembre 2016**Pourquoi rediffuser le reportage d'Enquête?**

Radio-Canada rediffusera ce soir à l'émission Enquête le reportage qui a mené à l'investigation sur les abus policiers dont se disent victimes certaines femmes autochtones de Val-d'Or, en Abitibi.

... Nous espérons que sa rediffusion permettra au public de mieux apprécier le contexte dans lequel ces femmes ont osé briser le silence.

Michel Cormier**Le Journal de Montréal, vendredi 18 novembre 2016****La police tente en vain d'éviter la diffusion d'un reportage**

L'émission de Radio-Canada sur les femmes autochtones repasse malgré tout

L'Association des policiers provinciaux du Québec a tenté de faire annuler la rediffusion du reportage dans lequel des femmes autochtones affirment avoir été victimes d'agressions de la part de policiers.
...Cette rediffusion était de trop pour le syndicat des policiers, qui affirme dans une lettre envoyée à Radio-Canada qu'il s'agit de mauvaise foi puisque la Société d'État sait qu'aucune accusation ne sera portée contre les policiers puisqu'elle en a fait une nouvelle cette semaine.

David Prince

www.lapresse.ca, **jeudi 17 novembre 2016**

Alléluia, Les chefs! sont de retour

Le bon sens a parlé : ICI Radio-Canada Télé ramènera Les chefs! dans sa version originale l'été prochain. Avec Élyse Marquis et Daniel Vézina à l'animation. Et nos trois juges préférés, Jean-Luc Boulay, Pasquale Vari et Normand Laprise. Enfin.

La direction dit avoir entendu les demandes du public, qui réclamait ses Chefs! du début.

...Radio-Canada a pris la bonne décision. On admet son erreur, on pile sur son orgueil, et on ramène un show qui a bien marché parce que les gens le demandent. Ce n'est pas la première fois que la pression populaire a raison d'une décision du diffuseur public. Rappelons-nous des fans de Tout sur moi, furieux qu'on leur ait enlevé leur série, et qui avaient convaincu Radio-Canada de faire marche arrière.

Richard Therrien

quebec.huffingtonpost.ca, **jeudi 17 novembre 2016**

Radio-Canada ressuscite «Les Chefs!»

Le public a parlé, et Radio-Canada l'a écouté: à la demande générale, l'émission Les Chefs! sera de retour à l'été 2017. Oubliez le Combat des villes et autres Chef à l'oreilledérivés, qui n'ont pas vraiment levé; le diffuseur misera à nouveau sur la formule originale qui a fait la joie du public entre 2010 et 2014. Car ce sera vraiment le tout premier concept des Chefs! qu'on ressuscitera, et non Les Chefs – La Brigade, qui avait connu plus ou moins de succès en 2015.

Marie-Josée Roy

Le Journal de Montréal, vendredi 18 novembre 2016

Retour des Chefs !

Radio-Canada va de l'avant

Les émissions de cuisine ont beau traverser une période difficile, Radio-Canada persiste et signe en ramenant Les Chefs! Diffusée de 2010 à 2015, la compétition culinaire reviendra en ondes l'été prochain, a révélé le diffuseur public.
...Cette apparente perte de vitesse d'un genre télévisuel autrefois en pleine expansion inquiète-t-elle Radio-Canada? «On y a pensé, avoue Dominique Chaloult. C'est pour ça qu'on a décidé de revenir avec le top, avec ce qui a le plus fonctionné. Je pense qu'on va avoir notre réponse.»

Marc-André Lemieux

plus.lapresse.ca, **vendredi 18 novembre 2016**

Aspirants-chefs, ça recommence... maintenant !

C'est loin d'être évident de trouver la recette parfaite d'une télé-réalité culinaire. Un chef à l'oreille de Ricardo Larrivée n'aura duré qu'un automne. Le combat des villes de Sébastien Benoit et Bianca Gervais est tombé après un court été en ondes. Et La relève de Chuck Hughes et Hakim Chajar n'a pas levé dans les cotes d'écoute, ce qui a entraîné l'annulation de sa deuxième saison, pourtant précommandée par TVA.

...C'est ce que Radio-Canada a fait en annonçant hier la résurrection de l'émission Les chefs ! dans sa version originale pour l'été 2017. Une formule qui nous a fait aimer et découvrir les Hakim Chajar, Isabelle Deschamps-Plante, Jérôme Rouault et Ashley Thornton.

Hugo Dumas

www.insidehalton.com, **Thursday November 17, 2016**

Nature of Things documentary features Milton's Esther the Wonder Pig

Campbellville's world-renowned pig is about to get even more famous as she makes her debut on CBC television. Esther will appear in The Nature of Things documentary Think Like An Animal on Thursday (Nov. 24) at 8 p.m. Have we been underestimating animals' intelligence? Perhaps we've just been looking at them through our own eyes without considering how they think.

Steve LeBlanc

Playback, Thursday November 17, 2016

Blais tells media cos to look ahead, not back

Jean-Pierre Blais had stern words for critics of the CRTC and big media companies at the International Institute of Communications conference in Ottawa Wednesday.

...The CRTC's shift from protection to promotion, Blais said, will help Canadian productions better compete on the world stage. The exportability of Canadian content has long been a point of focus for Blais, who told Canadian creators and producers they must concentrate their resources on telling Canadian stories to the world, rather than only telling Canadian stories to Canadians.

Regan Reid

Playback, Thursday November 17, 2016

Cancon exporters form industry association

Some of Canadian media's biggest players have formed an association to support the export of Canadian content, it was announced Wednesday.

...Raja Khanna, CEO, television and digital at Blue Ant Media, will chair the new association. A release announcing the formation of the association stated the group will focus on enhancing the international visibility and export of Canadian TV and digital content.

Jordan Pinto

The Wire Report, Thursday November 17, 2016

ISP tax possible as part of CanCon review, Joly says

Heritage Minister Mélanie Joly said Thursday that imposing a tax on Internet Service Providers (ISPs) to fund cultural content remains a possible outcome of her sweeping review of Canadian content in a digital age.

"This is one of the scenarios that was presented during the public consultations. At the same time, I'm very much aware of the accessibility issue," she said, noting the cost of telecommunications services, during a question-and-answer session with Policy Options editor-in-chief Jennifer Ditchburn at the International Institute of Communications' (IIC) conference.

...Joly also confirmed the government is looking at the idea of merging the broadcasting and telecom acts as part of the review.

...Politicians have been afraid of getting into some of these issues, she said. "They're scared to open the Broadcasting Act because the CBC/Radio-Canada mandate is in there. Hey, this is why I'm in politics. I'm here to have an impact."

Anja Karadeglija, Charelle Evelyn

thechronicleherald.ca, Thursday November 17, 2016

OPINION: Newspapers cure in 'post-truth' world

The following is the text of a presentation prepared for delivery Thursday to the House of Commons Standing Committee on Canadian Heritage, which is examining the state of Canada's news media:

...It's not that Canada has stopped supporting journalism. The CBC receives nearly \$700 million a year in federal funding. But, as always, the heavy lifting of journalism has fallen to those in the trenches, those in the communities. And that means to newspapers.

Mark Lever

Financial Post, Friday November 18, 2016

Ottawa weighing death of the dailies

(Trudeau government assessing a future without Canada's two largest newspaper companies)

As the print media industry copes with mounting revenue declines, layoffs and quarterly losses, the Trudeau government is considering what the media landscape would look like without the country's two largest newspaper companies.

Heritage Minister Mélanie Joly's office confirmed to the Financial Post that the Department of Canadian Heritage "regularly does industry-specific environmental scanning" that includes the hypothetical scenarios that Toronto-based Postmedia Network Canada Corp. and Torstar Corp. will cease operations.

...Honderich criticized the publicly funded CBC for competing in the digital advertising market with competing media companies who don't benefit from its generous public subsidy, and suggested the government look at the British public broadcaster, which is not allowed to compete with its domestic competitors for ad dollars.

Sean Craig

The Globe and Mail, Friday November 18, 2016

With the right content and tools, journalism will find its models

(Digital journalism will find its models with the right tools)

Today, media dominate our lives. The open ecosystem of the Web has enabled many new voices – from news sites to job sites to Wikipedia, from a million blogs to a billion social posts. It has enabled traditional media (such as The Globe and Mail) to reach global audiences. And it has also brought challenges to businesses and media companies born in the pre-Internet era, which now must adjust their products and strategies to the new opportunities of this digital world.

Richard Gingras, vice-president at Google and head of Google News

www.cartt.ca, Friday November 18, 2016

ANALYSIS: Is the Bell-MTS deal in trouble? Will Shaw be brought into the mix?

Minister Bains wouldn't say, except perhaps between the lines

It's been nearly seven months since Bell Canada announced an agreement to buy Manitoba Telecom Services for \$3.9 billion and still there has been no official word from the federal government on what it thinks of the deal.

Greg O'Brien

Financial Post, Friday November 18, 2016

Ottawa touts 'commitment to more competition'

(Ottawa touts 'commitment to more competition' in telecom ahead of new spectrum auction)

The Liberals appear to be carrying on their predecessor's push for more telecommunications competition in a bid to lower prices for consumers, but the government is careful to laud industry investments as it prepares to auction spectrum that will be critical to next-generation wireless networks.

Emily Jackson

The Globe and Mail, Friday November 18, 2016

Affordable Internet a key priority, Ottawa says

Affordable Internet prices, competition in the telecom sector and investment in networks are all priorities for the federal government, according to Innovation Minister Navdeep Bains.

...He said he is concerned that in 2014, only 64 per cent of the lowest-income households had access to the Internet while 98 per cent of the highest-earning households were online.

Christine Dobby

fr.canoe.ca, jeudi 17 novembre 2016

Ottawa demande aux géants des télécoms de baisser leurs prix

Les entreprises de télécommunications doivent baisser leurs prix afin que tous les Canadiens puissent avoir accès à l'internet, a plaidé jeudi le ministre de l'innovation, Navdeep Bains.

...Le ministre Bains a déploré qu'en 2014, seulement 64 % des ménages les plus pauvres étaient branchés à internet, contre 98 % pour les familles mieux nanties. Pourtant, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC) estime que plus de 96 % des ménages ont accès à internet haute vitesse.

Guillaume St-Pierre

The Toronto Star, Friday November 18, 2016

Rumours of Amazon video in Canada grow

According to Jeremy Clarkson, Amazon Prime's video service is coming to Canada in December.

...In a followup tweet, he specifically mentioned Canada, writing: "So. People of Ireland, Canada, Australia and pretty well everywhere else. You will be able to watch the Grand Tour. Amazon has gone global."

Raju Mudhar

www.lapresse.ca, jeudi 17 novembre 2016

Amazon prêt à s'attaquer à Netflix à l'échelle mondiale

Amazon se prépare à porter son combat avec Netflix à l'échelle mondiale, avec une expansion massive de son service de vidéo en ligne en streaming, indiquait jeudi le Wall Street Journal en citant des sources proches du dossier.

Agence France-Presse

The Globe and Mail, Friday November 18, 2016

MPs urge Facebook to curb false news to preserve politics

Liberal MPs are worried about the growing prevalence of fake news on the Internet, calling on Facebook to take steps to stop the phenomenon from infecting Canadian politics.

...U.S. President Barack Obama said on Thursday the advent of fake news makes it increasingly hard to "discriminate between serious arguments and propaganda," creating a problem in the U.S. political process.

Daniel Leblanc

www.theguardian.com, Thursday November 17, 2016

Facebook faces calls for greater transparency amid 'fake news' row

Facebook is facing calls for greater transparency and oversight after admitting widespread errors in the way it measures advertising activity, as the social media company finds itself under increased pressure to clean up its act over a number of issues including distributing "fake news".

...Sorrell, who has said that as Facebook has become hugely successful it has become "more difficult" to deal with, has almost doubled WPP's spend with Mark Zuckerberg's company from \$1bn in 2015 to \$1.7bn this year.

Mark Sweney, Jasper Jackson

www.buzzfeed.com, Wednesday November 16, 2016

Viral Fake Election News Outperformed Real News On Facebook In Final Months Of The US Election

In the final three months of the US presidential campaign, the top-performing fake election news stories on Facebook generated more engagement than the top stories from major news outlets such as the New York Times, Washington Post, Huffington Post, NBC News, and others, a BuzzFeed News analysis has found.

Craig Silverman

www.washingtonpost.com, Wednesday November 16, 2016

Chasing millennials and profits, Univision restructures and lays off at least 200

The Spanish-language media giant Univision Communications will lay off almost 6 percent of its workforce — between 200 and 250 people — after it slipped into the red last quarter, the company announced Wednesday.

The layoffs, along with a planned restructuring, "are in response to difficult times, challenging times," Isaac Lee, Univision's digital, entertainment and news chief, told The Washington Post in his first public comments on the moves. "We need to position ourselves for the future."

Margaret Sullivan

arstechnica.com, Wednesday November 16, 2016

FCC abides by GOP request, deletes everything from meeting agenda

The Federal Communications Commission has deleted every major item from the agenda of its monthly meeting, apparently submitting to a request from Republicans to halt major rulemakings until Donald Trump is inaugurated as president.

Republicans from the House and Senate sent letters to FCC Chairman Tom Wheeler yesterday urging him to stand down in his final months as chairman. The GOP pointed out that the FCC halted major rulemakings eight years ago after the election of Barack Obama when prompted by a similar request by Democrats.

Jon Brodtkin

current.org, Thursday November 17, 2016

When GOP last held control, funding for public broadcasting remained steady

The last time Republicans controlled both the White House and Congress, legislators still helped to ensure that public media funding continued — and grew.

Public broadcasters are wondering about that time and are also looking ahead, with Republican President-elect Donald Trump preparing to take office and both houses of Congress still GOP strongholds after the election.

Dru Sefton

Le Devoir, vendredi 18 novembre 2016

PROTECTION DES SOURCES

Une commission sous surveillance

De prime abord, la Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques repose sur des assises solides. La compétence et la rigueur du juge Jacques Chamberland ne font pas l'ombre d'un doute. Il sera bien entouré avec des commissaires tels que l'ancien directeur de la police de Québec Alexandre Matte, et une avocate spécialisée en droit des médias, Guylaine Bachand.

Éditorial Brian Myles

www.theguardian.com, Thursday November 17, 2016

Wimbledon will continue to be broadcast on the BBC until at least 2024

Wimbledon will be on the BBC for at least another eight years, it was confirmed on Thursday. The All England Club and the BBC announced a four-year extension to their partnership, taking the deal up to 2024.

The partnership, which in 2017 celebrates 80 years of television and 90 years of radio, is the longest in sports broadcasting history.

Kevin Mitchell

www.niemanlab.org, Wednesday November 16, 2016

India's digital future isn't just in English: BBC launches 4 Indian language services

The BBC World Service has announced the creation of four new Indian language services, as part of its biggest global expansion in more than 70 years. Delhi will become the BBC's largest bureau outside the U.K. and the BBC will consolidate its position as the biggest foreign news organization in India.

The new language services — Gujarati, Telugu, Marathi and Punjabi — have a combined potential reach of 250 million people in India (and also Pakistan, as well as the large diaspora). (In addition to the Indian language services, the BBC announced seven other new language services: Igbo, Pidgin, and Yoruba in Nigeria; Amharic, Oromo, and Tigrinya in Ethiopia and Eritrea; and Korean.)

Hasit Shah

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca

 18-11-2016-am.pdf
4146K

TODAY IN THE MEDIA
AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

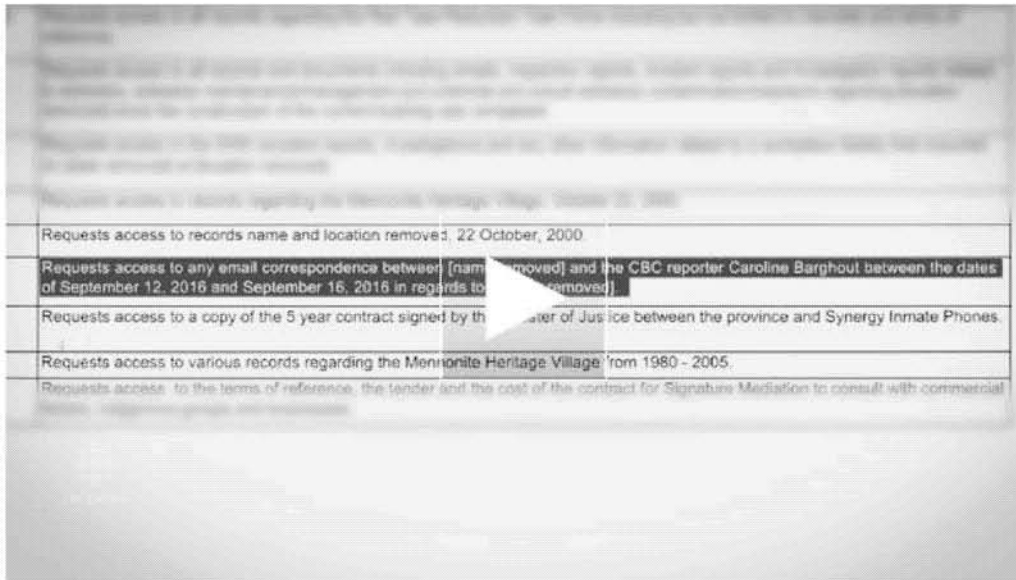
1

Jeudi 18 novembre 2016
Thursday November 18, 2016

Police try to obtain CBC reporter's emails with Justice Department

Police employee filed freedom-of-information request for emails about officer Trent Milan

Bartley Kives, CBC News



Police file freedom-of-information request for CBC reporter's emails 1:58

Winnipeg police attempted to obtain email correspondence between a CBC News reporter and a Manitoba Justice official, prompting more concerns about police efforts to gather information about journalists' sources in Canada.

CBC News has learned a Winnipeg Police Service employee filed a freedom-of-information request last month seeking "any email correspondence" between a justice employee and "the CBC reporter Caroline Barghout" regarding "names removed" from Sept. 12-16.

The emails are in reference to Winnipeg police Const. Trent Milan, who was arrested and accused of drug trafficking on Sept. 16, and another suspect connected to his case. Milan died Oct. 3 after he drove his vehicle head-on into a gravel truck.

Freedom of information is a tool used by media, politicians, businesses and others to find information about government affairs. Experts say it is rare to see police make use of the legislation — especially when it comes to trying to discover a journalist's activities.



Winnipeg Police Chief Danny Smyth says CBC reporter Caroline Barghout is not under investigation. The police service would not confirm or deny a police employee made a freedom-of-information request for her correspondence with a Manitoba Justice official. (CBC)

Before Milan's arrest was made public, Barghout had made some inquiries about the officer.

The other individual of interest to the police was Bradley Laing, who pleaded guilty on Nov. 15 to possessing stolen jewellery obtained from Milan. Laing told court he pawned the jewellery and split the proceeds with the late police officer.

On the day Milan's charges were made public, Barghout attended a police press conference and asked questions about Milan. She subsequently asked police for information about Laing, before

he was publicly connected to Milan. One month later, police made the freedom-of-information request for Barghout's emails about Laing and Milan.

The Winnipeg Police Service said it could neither confirm nor deny that one of its employees made the freedom-of-information request.

Reporter not being investigated

Police Chief Danny Smyth said Barghout is not the subject of any Winnipeg police investigation.

"Ms. Barghout is a seasoned reporter and journalist who does her job well," Smyth said in an email statement days before his swearing-in ceremony.

"As the incoming chief of the Winnipeg Police Service, I am concerned about Winnipeg Police Service employees sharing private and sensitive information inappropriately with persons or agencies that are not entitled to the information. The police service has a duty to ensure that private and sensitive information is protected and secure."

Although Barghout's name appeared on a public summary of FIPPA requests made to the Justice Department, it should have been removed for privacy reasons, according to the province. The Justice Department's freedom of information co-ordinator apologized for the oversight.

However, had the oversight not occurred, the public would not have known that someone was asking to see emails involving a journalist. Manitoba Justice's records manager said the police request will not be granted because Manitoba's freedom-of-information act doesn't apply to the justice official in question.

'Worrisome'

"Even if it is legally allowed, it is worrisome to see police using freedom of information laws as an investigative tool to monitor media interactions with government officials," said Jennifer McGuire, general manager and editor in chief of CBC News. "Protecting sources is a must in good journalism. And if this sort of intervention were to become commonplace, it could prevent vital information in the public interest from ever coming to light."

Communications and legal experts contacted by CBC News cannot recall a previous instance of a police service making a freedom-of-information request for correspondence involving a reporter.

Carleton University journalism Prof. Christopher Waddell, a former CBC parliamentary bureau chief and senior TV producer, said it appears as if the Winnipeg Police Service is attempting to silence whistleblowers.

"That's not an appropriate thing for the police to do," Waddell said in a telephone interview from Ottawa, adding a story involving an officer accused of criminal behaviour is definitely a matter of public interest.

"It is yet another example of the degree in which police seem to be using their powers to try to find out the sources for stories the journalist might have and potentially, even intimidate the journalist, if they can do it."

'They're getting creative'

Waddell said there are both legal and ethical issues in play.

"Even if they may be legal in what they're doing, I think there's an ethical issue involved in the way in which the police are spending their time," Waddell said.

"They're getting creative," said Nick Taylor-Vaisey, president of the Canadian Association of Journalists, speaking over the phone from Ottawa. "I've never heard of a request of that sort being made."

Taylor-Vaisey said while the CAJ advocates for freedom of information, the organization would oppose any effort "to get in the middle of a reporter and their source."

Fabien G linas, a law professor at McGill University in Montreal, where police have actively conducted surveillance on reporters, said he too has never heard of a case where police attempted to use freedom-of-information legislation to obtain correspondence between journalists and their sources.

'A lot of things are legal that are not right'

- Nick Taylor-Vaisey, Canadian Association of Journalists

"It doesn't seem to me it was part of the purpose and objective of the act to provide police with that information," he said in a telephone interview from Montreal.

The police surveillance of journalists in Quebec, which was approved by a justice, poses similar issues, said Taylor-Vaisey.

"A lot of things are legal that are not right," he said.

In Winnipeg, Smyth said he is not aware of any investigations of journalists, adding he would not endorse such a practice.

"Journalists play an important role in our society," he said in his statement. "Freedom of press is an essential component of their ability to perform. The only time I would endorse the investigation of a journalist is if they were suspected of being involved in criminal activity."

www.cbc.ca/news/canada/manitoba/police-reporter-fippa-1.3851641

La police tente d'obtenir les courriels d'une journaliste de CBC



Le chef de police Danny Smyth refuse toujours de confirmer ou d'infirmer si l'un de ses employés a présenté la demande d'accès aux informations de la journaliste Caroline Barghout. Photo : CBC / Radio-Canada

À la suite des révélations selon lesquelles le journaliste de *La Presse* Patrick Lagacé a été espionné par le Service de police de la Ville de Montréal, Radio-Canada a appris que le Service de police de Winnipeg (SPW) a tenté d'obtenir la correspondance électronique entre une journaliste de CBC et un fonctionnaire du ministère de la Justice du Manitoba.

En octobre, un employé du SPW a présenté une demande en vertu de la Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée (LAIPVP) à la recherche de « toute correspondance numérique » entre un employé du ministère de la Justice et « la journaliste de CBC Caroline Barghout » du 12 au 16 septembre.

Les courriels font référence au policier Trent Milan, qui a été arrêté le 14 septembre et faisait face à 34 chefs d'accusation de vol et de trafic de drogues quand il s'est donné la mort, le 3 octobre, en conduisant sa camionnette directement dans un camion de gravier qui roulait en sens inverse.

Mme Barghout avait fait enquête sur Trent Milan avant que son arrestation n'ait été rendue publique.

À la suite des révélations selon lesquelles le journaliste de *La Presse* Patrick Lagacé a été espionné par le Service de police de la Ville de Montréal, Radio-Canada a appris que le Service de police de Winnipeg (SPW) a tenté d'obtenir la correspondance électronique entre une journaliste de CBC et un fonctionnaire du ministère de la Justice du Manitoba.

En octobre, un employé du SPW a présenté une demande en vertu de la Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée (LAIPVP) à la recherche de « toute correspondance numérique » entre un employé du ministère de la Justice et « la journaliste de CBC Caroline Barghout » du 12 au 16 septembre.

Les courriels font référence au policier Trent Milan, qui a été arrêté le 14 septembre et faisait face à 34 chefs d'accusation de vol et de trafic de drogues quand il s'est donné la mort, le 3 octobre, en conduisant sa camionnette directement dans un camion de gravier qui roulait en sens inverse.

Mme Barghout avait fait enquête sur Trent Milan avant que son arrestation n'ait été rendue publique.

La police cherchait également mention de Bradley Laing dans les courriels échangés. Le 15 octobre, l'homme winnipégois a plaidé coupable à des accusations de possession de bijoux volés qu'il avait obtenus de Trent Milan. Bradley Laing a déclaré devant le tribunal qu'il mettait en gage les objets volés et partageait les recettes avec le défunt policier.

Le jour où les accusations contre Trent Milan ont été rendues publiques, Caroline Barghout a assisté à la conférence de presse de la police et a posé plusieurs questions au sujet de l'accusé. Ensuite, elle a demandé des renseignements par rapport à Bradley Laing, et ce, avant que le lien entre les deux hommes ait été rendu public.

Un oubli révélateur

Un mois après la conférence de presse, le SPW a déposé sa demande aux termes de la LAIPVP pour accéder aux courriels de Mme Barghout.

La demande de la police a été découverte quand un employé du ministère de la Justice a oublié de censurer le nom de la journaliste sur un résumé public des demandes d'accès impliquant le ministère de la Justice.

La coordonnatrice de l'accès à l'information du ministère a exprimé ses excuses pour l'erreur ; toutefois, sans cet oubli, le public aurait ignoré l'existence de la demande d'accéder aux courriels d'une journaliste.

Le bureau de la coordonnatrice de la LAIPVP a confirmé que la demande d'accès ne sera pas accordée.

La police de Winnipeg refuse toujours de confirmer ou d'infirmer que l'un de ses employés ait présenté la demande d'informations. Cependant, le nouveau chef de police Danny Smyth assure que Caroline Barghout ne fait pas l'objet d'une enquête policière.

La police fait « preuve de créativité »

Les demandes en vertu de la LAIPVP sont un outil utilisé par les médias, les politiciens, les entreprises et les citoyens pour accéder aux informations du gouvernement. Des experts comme Nick Taylor-Vaisey, président de l'Association canadienne des journalistes (ACJ), confirment qu'il est rare de voir la police se servir d'une telle loi pour enquêter sur les activités d'un journaliste.

Ils font preuve de créativité. Je n'ai jamais entendu parler d'un service de police faisant une chose pareille. [...] Mais ce n'est pas parce que quelque chose est légal qu'elle est juste.

Nick Taylor-Vaisey, président, Association canadienne des journalistes

Même son de cloche du professeur en journalisme à l'Université Carleton, Christopher Waddell, qui est également ancien chef du bureau parlementaire des nouvelles télévisées de CBC. Selon le professeur Waddell, il semble que le SPW tente de réduire au silence de possibles dénonciateurs.

Le professeur ajoute qu'un reportage impliquant un policier accusé d'un comportement criminel est une question d'intérêt public.

« Ce n'est qu'un autre exemple de la police qui utilise ses pouvoirs pour essayer de dépister les sources d'un journaliste et d'intimider le journaliste, si possible », convient-il.

Dans un communiqué, le chef de police de Winnipeg Danny Smyth affirme qu'il n'a pas connaissance d'enquêtes impliquant des journalistes, ajoutant qu'il n'endosserait pas une telle pratique.

« Les journalistes jouent un rôle important dans notre société, indique-t-il. La liberté de la presse est essentielle pour leur permettre de s'acquitter de leurs responsabilités. Une enquête sur un journaliste est acceptable seulement s'il est soupçonné d'être mêlé à des activités criminelles. »

<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1000658/police-journaliste-cbc-reporter-informations-fippa-caroline-barghout>

La police de Winnipeg a tenté d'obtenir les courriels d'une journaliste de CBC



Caroline Barghout

PHOTO TIRÉE DE TWITTER

Louis-Samuel Perron
La Presse

Le Service de police de Winnipeg (SPW) a tenté le mois dernier d'obtenir par la Loi sur l'accès à l'information des courriels d'une journaliste de CBC qui avait enquêté sur un scandale au sein du corps policier, a rapporté Radio-Canada jeudi soir.

En octobre, un employé du SPW a effectué une demande d'accès à l'information afin d'obtenir «toute correspondance numérique» entre la journaliste de CBC Caroline Barghout et un employé du ministère de la Justice de la province entre le 12 et le 16 septembre, selon Radio-Canada. Cette demande - refusée par le Ministère - a été révélée au grand jour en raison d'une erreur d'un employé du ministère de la Justice qui a omis de censurer le nom de la reporter dans le résumé public de la demande.

Le SPW tentait d'obtenir de l'information sur le policier Trent Milan qui faisait alors l'objet d'une enquête par la journaliste de CBC. Le policier d'expérience avait finalement été accusé d'une trentaine de chefs d'accusation en septembre dernier, notamment de possession de stupéfiants et de vol. «Un chapitre sombre de l'histoire du Service», avait alors dit le chef adjoint de la police. Deux semaines plus tard, le policier s'était enlevé la vie en voiture.

La journaliste Caroline Barghout n'est pas sous enquête policière, a assuré le chef de police de Winnipeg, soutient Radio-Canada.

Cette nouvelle histoire d'espionnage des journalistes par les policiers s'ajoute aux révélations visant de nombreux journalistes québécois qui ont mené à l'instigation d'une commission d'enquête sur la question.

Pourquoi rediffuser le reportage d'*Enquête*?



Michel Cormier

PHOTO : RADIO-CANADA

Radio-Canada rediffusera ce soir à l'émission *Enquête* le reportage qui a mené à l'investigation sur les abus policiers dont se disent victimes certaines femmes autochtones de Val-d'Or, en Abitibi.

Le Mot de l'Info de **Michel Cormier**

Ce reportage, produit par Josée Dupuis et Emmanuel Marchand et diffusé en octobre 2015, a amené le gouvernement du Québec à déclencher une enquête sous la direction du Service de police de la Ville de Montréal. Elle visait à établir si des policiers avaient commis des actes criminels envers ces femmes autochtones.

Le Directeur des poursuites criminelles et pénales, le DPCP, sur la foi de cette enquête, en serait venu à la conclusion qu'aucune accusation criminelle ne serait portée à l'endroit de six policiers mis en cause par la SQ avant la diffusion de notre reportage en octobre 2015. Nous saurons vendredi si tel est le cas, quand le DPCP se rendra à Val-d'Or expliquer sa décision.

L'observatrice indépendante nommée par le gouvernement québécois pour vérifier l'enquête, l'avocate Fannie Lafontaine, a conclu que les enquêteurs du SPVM ont fait un travail sans reproche. Elle a cependant déclaré qu'il existe un racisme systémique à l'endroit de ces femmes et a recommandé le développement de meilleurs mécanismes de dialogue entre les corps policiers et les populations autochtones.

Le reportage d'*Enquête* allait au-delà des allégations d'abus sexuels soulevées par les femmes autochtones. Il évoquait leurs difficiles rapports avec la police et la situation sociale déplorable dans laquelle elles se trouvent. Nous nous étions d'ailleurs rendus à Val-d'Or dans l'espoir de mieux comprendre les raisons de la disparition d'une femme autochtone, Cindy Ruperthouse. Dans le cadre de cette recherche et sans que nous les sollicitons, des femmes autochtones nous ont d'abondance raconté le mépris et l'indifférence dont elles étaient l'objet. C'est la même réalité qui a déclenché la commission d'enquête fédérale sur la disparition de plus de 1000 femmes autochtones dans l'ensemble du Canada.

Nous espérons que sa rediffusion permettra au public de mieux apprécier le contexte dans lequel ces femmes ont osé briser le silence.

[Cliquez ici pour revoir le reportage d'*Enquête*](#)

<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1000546/pourquoi-rediffuser-le-reportage-denquete>

« JE PENSAIS QUE C'ÉTAIENT
MES DEUX AMIES QUI
ME SUIVAIENT, MAIS
C'ÉTAIENT DES POLICIERS. »

- Priscilla Papatie, qui accuse
un des policiers d'agression
dans le reportage *Enquête* diffusé
une première fois en octobre 2015
et rediffusé hier.



PHOTO CAPTURE ÉCRAN, RADIO-CANADA

Priscilla Papatie est une des nombreuses femmes autochtones qui a allégué avoir été agressée par un policier.

La police tente en vain d'éviter la diffusion d'un reportage

L'émission de Radio-Canada sur les femmes autochtones repasse malgré tout

VAL-D'OR | L'Association des policiers provinciaux du Québec a tenté de faire annuler la rediffusion du reportage dans lequel des femmes autochtones affirment avoir été victimes d'agressions de la part de policiers.



Plus d'un an après la diffusion du reportage *Abus de la SQ: Les femmes autochtones brisent le silence*, le Directeur des poursuites criminelles et pénales confirmera aujourd'hui qu'aucune accusation ne sera déposée contre les six policiers suspendus après la diffusion du reportage.

Cette rediffusion était de trop pour le syndicat des policiers, qui affirme dans une lettre envoyée à Radio-Canada qu'il s'agit de mauvaise foi puisque la Société d'État sait qu'aucune accusation ne sera portée contre les policiers puisqu'elle en a fait une nouvelle cette semaine.

Selon l'APPQ, Radio-Canada devrait

constater que ce reportage repose sur des allégations non vérifiées, trompeuses et qu'il est contraire aux règles de l'art.

ATTEINTE À LA RÉPUTATION

«Radio-Canada démontre qu'elle ne se soucie aucunement de la réputation de nos clients [les policiers de Val-d'Or], et ce, bien que nous ayons détaillé abondamment dans notre recours contre Radio-Canada et Josée Dupuis les dommages que ceux-ci ont subis en raison de la diffusion initiale du reportage et la couverture médiatique qui s'en est suivie», peut-on lire dans la lettre envoyée par huissier hier matin à Radio-Canada.

Le mois dernier, 41 policiers du poste de la SQ à Val-d'Or ont déposé une poursuite de 2,3 M\$ contre Radio-Canada et la journaliste Josée Dupuis.

La société d'État a justifié sa décision de diffuser à nouveau son controversé reportage par un article publié sur son site web intitulé «Pourquoi rediffuser le reportage d'*Enquête*». Radio-Canada y explique que dans son rapport, l'observatrice indépendante qui a supervisé l'enquête du SPVM, Fannie Lafontaine, a parlé d'un racisme

systemique à l'endroit des femmes autochtones.

«Ce n'est pas parce qu'il n'y a pas d'accusation que ce que les femmes ont dit n'est pas vrai.», a dit M^{me} Lafontaine.

AUTRE POURSUITE

Par ailleurs, les femmes ont réitéré en point de presse leur demande d'une commission d'enquête indépendante. Selon la directrice du Centre d'amitié autochtone de Val-d'Or, Édith Cloutier, le gouvernement est complice des gestes posés envers les femmes en refusant cette commission d'enquête.

«Nous nous sentons trahies, humiliées et notre cœur est brisé en mille morceaux. Comme si devant la justice de ce pays nous n'étions pas importants, nous ne comptons pas, nous n'avions pas été écoutées», a fait savoir la porte-parole d'un groupe de femmes autochtones, Jacqueline Michel.

Les femmes ont également annoncé leur intention d'entreprendre des démarches juridiques pour se faire entendre, mais n'ont pas dévoilé qui elles voulaient poursuivre.

Alléluia, Les chefs! sont de retour



Daniel Vézina et Élyse Marquis sont de retour à l'animation des *Chefs!*. FOURNIE PAR ICI RADIO-CANADA TÉLÉ

Richard Therrien
Le Soleil

(Montréal) CHRONIQUE / Le bon sens a parlé : ICI Radio-Canada Télé ramènera *Les chefs!* dans sa version originale l'été prochain. Avec Élyse Marquis et Daniel Vézina à l'animation. Et nos trois juges préférés, Jean-Luc Boulay, Pasquale Vari et Normand Laprise. Enfin.

La direction dit avoir entendu les demandes du public, qui réclamait ses *Chefs!* du début.

Il y a deux ans, le diffuseur a voulu remanier la formule qui marchait pourtant très bien en la renommant *Les chefs! La brigade*. Nos juges préférés sont partis, les animateurs aussi, remplacés par Chantal Fontaine. Erreur. Le public n'a pas embarqué dans cette version bancale d'une émission qu'on adorait. Puis, on a essayé autre chose avec *Le combat des villes*, qui ne permettait pas de s'attacher aux candidats. Qui se souvient de l'équipe gagnante? Pas moi.

Il n'y avait qu'une chose à faire : ramener la formule de compétition individuelle, les défis, les duels et les ateliers de Daniel Vézina pour 10 nouvelles émissions. Restait à réunir l'équipe originale, depuis l'arrivée d'Élyse Marquis, ce qui n'était pas évident. Mais tous ont accepté. «C'était une condition pour moi», explique la directrice générale, Dominique Chaloult, qui souhaitait donner au public ce qu'il demandait. Onze nouveaux aspirants-chefs seront sélectionnés. On a aussi ramené l'âme de l'émission, la productrice Nancy Charest. Seul le réalisateur-coordonnateur Jean-Marc Létourneau s'ajoute à l'équipe. Une déception : le tournage ne retournera pas à Québec, comme c'était le cas des six premières saisons. Trop cher, affirme le diffuseur.

Radio-Canada a pris la bonne décision. On admet son erreur, on pile sur son orgueil, et on ramène un *show* qui a bien marché parce que les gens le demandent. Ce n'est pas la première fois que la pression populaire a raison d'une décision du diffuseur public. Rappelons-nous des fans de *Tout sur moi*, furieux qu'on leur ait enlevé leur série, et qui avaient convaincu Radio-Canada de faire marche arrière.

Toutes les compétitions culinaires lancées après *Les chefs!* ont eu de courtes vies, que ce soit *Un chef à l'oreille*, *Ma mère cuisine mieux que la tienne* ou *La relève*, qui est presque calquée sur *Les chefs!* Souhaitons que l'émission puisse renouer avec le succès l'été prochain. La période d'inscriptions sera lancée le 5 décembre. On sait que les candidats de Québec se sont toujours bien illustrés à cette émission. Ne reste plus qu'à lancer le célèbre : «Ça commence maintenant!»

TVA veut aussi son émission de danse

Ça discute en coulisses d'une émission de danse à TVA. Mes informateurs me disent que le diffuseur, qui a annulé la production d'une deuxième saison de *La relève*, aimerait jouer sur le terrain des *Dieux de la danse*, qui marche assez bien à ICI Radio-Canada Télé. Il faut dire que le genre est en vogue partout sur la planète, depuis plusieurs années, et ça ne s'essouffle pas. En ondes depuis 2005 à ABC, *Dancing with the Stars* apparaît toujours dans le *top 10* des cotes d'écoute aux États-Unis. Chez nous, *Les dieux de la danse* est resté premier dans sa case du jeudi à 20h avec une moyenne de 822 000 fidèles cet automne, comparativement à 898 000 l'an dernier.

L'imposteur pourrait devenir *The Impostor*

Après *19-2* et *Nouvelle adresse*, la maison de production Sphère Média Plus souhaite produire une version canadienne-anglaise de *L'imposteur*, l'excellente série de TVA, ai-je aussi appris. Parfaitement bilingue, Marc-André Grondin sera-t-il retenu pour tenir le rôle principal en anglais? On n'en est pas là. À l'étape du développement, la série s'est trouvé un auteur canadien-anglais, Michael Konyves, et est en voie de s'allier un auteur américain. Tous les grands réseaux se sont montrés intéressés par le projet, mais le producteur a retenu Bell Média, propriétaire entre autres de CTV, The Movie Network et Bravo, chaîne qui diffuse actuellement la version anglaise de *19-2*, en nomination aux International Emmy Awards, remis lundi prochain à New York. Sphère produit également *This Life*, adaptation de *Nouvelle adresse* pour CBC.

www.lapresse.ca/le-soleil/arts/chroniques/richard-therrien/201611/17/01-5042472-alleluia-les-chefs-sont-de-retour.php?

L'émission *Les chefs!* de retour l'été prochain



Élyse Marquis et Daniel Vézina

PHOTO FOURNIE PAR LE SOLEIL

Richard Therrien
Le Soleil

Le bon sens a parlé: ICI Radio-Canada Télé ramènera *Les chefs!* dans sa version originale l'été prochain. Enfin.

La direction dit avoir entendu les demandes du public, qui réclamait ses *Chefs!* du début.

> Réagissez sur le blogue de Richard Therrien

Il y a deux ans, le diffuseur a voulu remanier la formule qui marchait pourtant très bien. Nos juges préférés sont partis, les animateurs aussi, remplacés par Chantal Fontaine. Erreur. Le public n'a pas embarqué dans cette version bancale d'une émission qu'on adorait.

Puis, on a essayé autre chose avec *Le combat des villes*, qui ne permettait pas de s'attacher aux candidats. Qui se souvient de l'équipe gagnante? Pas moi.

Il n'y avait qu'une chose à faire, ramener Daniel Vézina et Élyse Marquis à l'animation, et les juges Jean-Luc Boulay, Pasquale Vari et Normand Laprise, dans la formule de départ. Tous ont accepté. Onze nouveaux apprentis seront sélectionnés, les défis, les duels, et les ateliers de Daniel Vézina. On a aussi ramené l'âme de l'émission, la productrice Nancy Charest.

www.lapresse.ca/arts/television/201611/17/01-5042359-lemission-les-chefs-de-retour-lete-prochain.php

Radio-Canada ressuscite «Les Chefs!»

Marie-Josée Roy



Le public a parlé, et Radio-Canada l'a écouté: à la demande générale, l'émission *Les Chefs!* sera de retour à l'été 2017. Oubliez le *Combat des villes* et autres *Chef à l'oreille* dérivés, qui n'ont pas vraiment levé; le diffuseur misera à nouveau sur la formule originale qui a fait la joie du public entre 2010 et 2014. Car ce sera vraiment le tout premier concept des *Chefs!* qu'on ressuscitera, et non *Les Chefs – La Brigade*, qui avait connu plus ou moins de succès en 2015.

Élyse Marquis et Daniel Vézina reprennent donc les rênes à l'animation, accompagnés du même panel de juges que jadis, Jean-Luc Boulay (du Saint-Amour, à Québec), Normand Laprise (du Toqué! et de la Brasserie T, à Montréal) et Pasquale Vari (chef enseignant à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec). Oui, Daniel Vézina donnera encore des ateliers, oui, les ingrédients du terroir seront encore à l'honneur, et oui, les participants se feront encore sûrement marteler de «respecter le produit».

Ils seront 11 candidats sur la ligne de départ, à vouloir relever des défis gastronomiques, devant la caméra du réalisateur Jean-Marc Létourneau. Cette fois, les enregistrements auront lieu à Montréal, et non à Québec, pour des raisons économiques, et la finale sera filmée d'avance, et non pas présentée en direct, comme c'était le cas avant. La saison comptera 10 épisodes, mais la case-horaire exacte n'a pas encore été spécifiée.

Revenir avec le «top»

La directrice générale de la télévision de Radio-Canada, Dominique Chaloult, et les troupes d'Attraction Images, lesquelles avaient mis *Les Chefs!* au monde il y a bientôt sept ans, semblaient excités comme des gamins d'annoncer toutes ces bonnes nouvelles, en conférence de presse téléphonique, jeudi matin.

Radio-Canada ne désavoue absolument pas le travail de Sébastien Benoît et de Bianca Gervais en envoyant le *Combat des villes* aux oubliettes, mais les demandes des téléspectateurs étaient tellement insistantes qu'on n'a eu d'autre choix que de céder à renouveler le contrat des *Chefs*, a plusieurs fois souligné Dominique Chaloult. «On ne renie pas le *Combat des villes*, mais le monde voulait voir *Les Chefs!*», a-t-elle plaidé.

«C'était une condition pour moi, que tout le monde soit de retour et que ça soit la formule originale telle quelle», a ajouté la directrice, précisant du même souffle croire toujours au potentiel de réussite des compétitions culinaires télévisées, même si les dernières tentatives dans le genre, qu'il s'agisse du *Combat des villes*, de *La relève*, à TVA ou de *Ma mère cuisine mieux que la tienne*, à V, n'ont pas obtenu les résultats escomptés.

«On voulait revenir avec le top, ce qui a le plus marché, ce que les gens ont aimé. Je ne pense pas que les émissions de cuisine n'intéressent plus les gens, mais ça prend une qualité particulière, que *Les Chefs!* représente bien», a reconnu Dominique Chaloult.

Les intéressé(e)s à tenter leur chance aux *Chefs!* pourront s'inscrire à compter du lundi 5 décembre, via un formulaire disponible au www.radio-Canada.ca/leschefs. Toutes les personnes détentrices d'une formation académique ou d'une expérience équivalente en cuisine et en restauration, et qui ne sont pas déjà chef, sont les bienvenues.

Retour des
Chefs!

Radio-Canada va de l'avant

MARC-ANDRÉ
LEMIEUX
Le Journal de Montréal

Les émissions de cuisine ont beau traverser une période difficile, Radio-Canada persiste et signe en ramenant *Les Chefs!*. Diffusée de 2010 à 2015, la compétition reviendra en ondes l'été prochain.

Oubliez la dernière saison pilotée par Chantal Fontaine et jugée par Stéphane Modat et Anne Desjardins. La directrice des programmes de Radio-Canada, Dominique Chaloult rapatrie la formule originale du concours, celle qu'animaient Elyse Marquis et Daniel Vézina. Les juges Jean-Luc Boulay, Pasquale Vari et Normand Laprise seront aussi de retour.

PERTE DE VITESSE ?

Cette annonce survient en pleine crise des émissions culinaires à heure de grande écoute. Récemment, on apprenait que TVA torpillait *La relève* après une seule saison en raison d'auditoires décevants. Cet été, *Le combat des villes* n'a pu faire mieux que 473 000 téléspectateurs. Les nouveautés du calendrier 2015-2016, *Un chef à l'oreille* (Radio-Canada) et *Ma mère cuisine mieux que la tienne* (V), ont subi le même sort et n'ont pas été reprises.

Cette perte de vitesse d'un genre télévisuel autrefois populaire inquiète-t-elle Radio-Canada? «On y a pensé, avoue Dominique Chaloult. C'est pour ça qu'on a décidé de revenir avec le top. Je pense qu'on va avoir notre réponse.»



C'est loin d'être évident de trouver la recette parfaite d'une téléréalité culinaire. *Un chef à l'oreille* de Ricardo Larrivée n'aura duré qu'un automne. *Le combat des villes* de Sébastien Benoit et Bianca Gervais est tombé après un court été en ondes. Et *La relève* de Chuck Hughes et Hakim Chajar n'a pas levé dans les cotes d'écoute, ce qui a entraîné l'annulation de sa deuxième saison, pourtant précommandée par TVA.

Même la formule revue *Les chefs ! : La brigade*, chauffée par Chantal Fontaine en 2015, a fait patate. Alors, qu'est-ce qu'on fabrique quand les plats réinventés ou déclinés de toutes les façons imaginables ne plaisent pas à la clientèle ? On revient à la base, on ressort nos classiques et on respecte le produit, Seigneur. Combien de fois Normand Laprise nous l'a-t-il répété ?

C'est ce que Radio-Canada a fait en annonçant hier la résurrection de l'émission *Les chefs !* dans sa version originale pour l'été 2017. Une formule qui nous a fait aimer et découvrir les Hakim Chajar, Isabelle Deschamps-Plante, Jérôme Rouault et Ashley Thornton.

« Les gens nous ont demandé avec force le retour des *Chefs !*. En tant que télévision publique, on doit être à l'écoute. On revient donc avec ce qui a le plus marché, on revient avec ce que les téléspectateurs ont aimé. »

— Dominique Chaloult, directrice générale de la télévision de Radio-Canada

Autant devant que derrière la caméra, toute l'équipe a ainsi été rembauchée : les productrices Nancy Charest et Dominique Savoie, les coanimateurs Élyse Marquis et Daniel Vézina, de même que les trois juges permanents Pasquale Vari, Jean-Luc Boulay et Normand Laprise, beaucoup plus chaleureux qu'Anne Desjardins et Stéphane Modat. Pas de nouvelles du Thermomix, cependant.

Avis aux 11 aspirants-chefs qui formeront la nouvelle brigade, si vous n'avez jamais regardé cette compétition radio-canadienne, sachez que pour gagner, il faut : a) bien assaisonner ses mets, b) toujours goûter avant de servir et c) mettre constamment en valeur l'ingrédient-vedette. Voilà, ça me fait plaisir de partager tout ce savoir gastronomique acquis depuis 2010. Ah oui, allez-y mollo sur l'espuma, tant qu'à y être. Ça ne fait pas des images ragoûtantes dans nos téléviseurs.

Les 10 épisodes des *Chefs !* seront enregistrés au printemps à Montréal. Le formulaire d'inscription pour les futures stars des fourneaux a été mis en ligne sur le site web de la SRC.

Comment ont réagi les producteurs des *Chefs !* quand ils ont vu *La relève* à TVA, qui s'apparente beaucoup à leur création ? « On leur a souhaité bonne chance », répond la présidente d'Attraction Images, Marleen Beaulieu.

Le manque d'attachement individuel aux candidats a nui au *Combat des villes*, qui roulait avec des tandems. La progression des duos était également impossible à suivre de lundi en lundi. Aux audimètres de Numeris, *Le combat des villes* n'a intéressé que 473 000 cuisinomanes l'été dernier. Dans ses belles années, *Les chefs !* franchissait ou chatouillait la barre du million.

Maintenant, on a bien hâte de reprendre les ateliers de Daniel Vézina et de réentendre en studio : stop, c'est terminé, on ne touche plus à rien !

CHAPEAU, UNITÉ 9

Je veux revenir deux secondes sur le dernier épisode d'*Unité 9*, qui nous a offert deux superbes performances d'actrices. Celles de Salomé Corbo et Ève Landry, qui incarnent respectivement l'ex-IPL Caroline Laplante et la présidente du comité des détenues, Jeanne Biron.

C'était du gros calibre, bien nuancé, qui nous a donné un épisode charnière dans l'histoire de Lietteville. D'un côté, la gardienne corrompue a goûté à sa propre médecine carcérale, sans que l'on soit capable de se réjouir à 100 % de ses malheurs. Elle faisait pitié, notre Caroline. En même temps, elle a couru après le trouble.

De l'autre, il y a la prisonnière qui a renié son code d'honneur et qui a ensuite volé au secours de celle qui l'avait tourmentée dans le passé. Rien n'est noir et blanc dans cet univers. « Des fois, la clôture est tellement mince que l'on sait plus qui on est », a confié Jeanne au psy dans une scène fort poignante. Vraiment, c'était une heure de télé incontournable cette semaine.

http://plus.lapresse.ca/screens/02386573-a6f6-4d57-898c-a4c85f6059eb%7C_0.html

Nature of Things documentary features Milton's Esther the Wonder Pig

Steve LeBlanc
Milton Canadian Champion

Campbellville's world-renowned pig is about to get even more famous as she makes her debut on CBC television.

Esther will appear in The Nature of Things documentary Think Like An Animal on Thursday (Nov. 24) at 8 p.m.

Have we been underestimating animals' intelligence? Perhaps we've just been looking at them through our own eyes without considering how they think.

Viewers are in for some startling revelations in the CBC documentary Think Like An Animal as they watch amazing creatures, from sperm whales to hummingbirds, illustrate their 'brain power'.

In Think Like An Animal viewers will discover new research that debunks old myths about how animals really think and demonstrates their complex cognitive skills. The film will undoubtedly prompt many viewers to look at the animal kingdom in a new light.

Viewers will watch a cross-section of unlikely species proving their smarts—among them, bearded dragons who problem-solve, fish who deceive each other, hummingbirds with incredible memories, and of course, Esther, the 650-pound pig with sophisticated abilities.

"Filming animals in the wild has really opened my eyes," says director Leora Eisen. "We often assume our dogs and cats are clever, but there's actually a whole range of wildlife who are incredibly smart." She travelled to South Africa, Britain, the Caribbean, and the Canadian Rockies to film animals and to meet with biologists, psychologists and other experts – scientists who are rethinking the way we understand the animal mind.

"We're such a self-absorbed species," points out Louise Barrett, a University of Lethbridge psychology professor and researcher with the Vervet Monkey Research Project. "We are always asking are they as clever as us? Can they do what we do?" But there is a major difference, she notes, because intelligence is geared to what an animal needs to know to survive in its world—not in ours.

"They're smarter than me," claims Canadian biologist Andy Hurlly. In an eye-opening experiment, he tests wild hummingbirds' ability to remember when and where they last visited a nectar-filled flower.

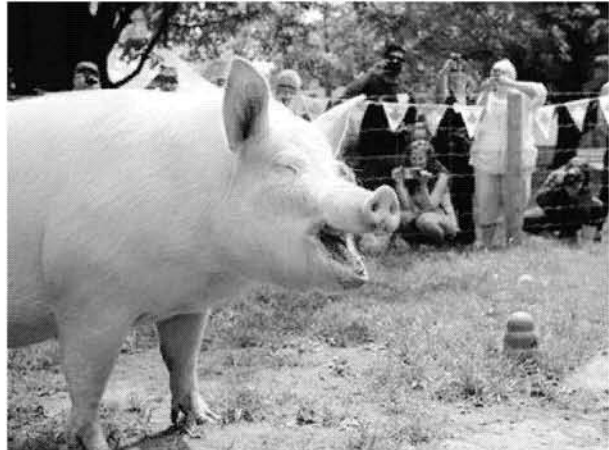
Esther takes the stage as filmmakers dropped by her home in rural Campbellville recently.

When they adopted a piglet at their Georgetown home, Steve Jenkins and partner Derek Walter never expected she would grow up to be so smart.

"Esther is 650 pounds of pure genius," Jenkins marvels, noting that their much-loved housemate opens doors, sneaks into the fridge for a snack, and heads right to the tub for bath time.

With more fascinating examples of animal savvy, Think Like An Animal provides a glimpse into the inner lives of animals and challenges conventional wisdom. The film also raises important questions about how we perceive and treat our fellow creatures. After all, as Barrett notes, "we are just another animal."

Think Like An Animal is directed, written and produced by Eisen. Executive Producer is Gordon Henderson of 90th Parallel Productions.



Esther profiled on The Nature of Things Champion file photo
Just how smart are animals? There are some surprising answers in Think Like An Animal on CBC's The Nature of Things, on Nov. 24, 8 p.m. Esther the Wonder Pig from Campbellville is one of the animals who will illustrate her brain power.

Blais tells media cos to look ahead, not back

In a speech delivered Wednesday, the chair of the CRTC challenged critics and the industry to embrace the disruptive nature of digital.

Regan Reid

Jean-Pierre Blais had stern words for critics of the CRTC and big media companies at the International Institute of Communications conference in Ottawa Wednesday.

In a keynote speech titled "Taking Stock: The Past, The Present and the Future," the chairman of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission told the audience that Canada needs to stop concentrating on "legacy issues" and embrace the digital future.



"Ten years ago, the CRTC talked in terms of sustaining a broadcasting regime that protected Canadian content. No longer. Broadband has forced us to re-visit that discussion – to think in terms of outcomes, rather than rules," he said. "Those in the cultural sector who believe that we will be able to build a great protective wall around Canada, so we only tell narratives by Canadians to 36 million Canadians divided into two linguistic markets, are bound to be sorely disappointed. The future, as I have said before, lies in promotion, not protection."

The CRTC's shift from protection to promotion, Blais said, will help Canadian productions better compete on the world stage. The exportability of Canadian content has long been a point of focus for Blais, who told Canadian creators and producers they must concentrate their resources on telling Canadian stories to the world, rather than only telling Canadian stories to Canadians.

To that end, the CRTC recently updated its Canadian Independent Production Fund policy framework, and in one controversial change, reduced the number of Canadian content points required to receive funding from eight to six.

The change has outraged many in the **Canadian creative community**, with some arguing the decision is counter to Canadian Heritage's goal of better promoting Canadian culture. "We live in a time where audiences everywhere seek original, innovative and authentic stories. There is no reason to believe Canada is an exception. A film or TV series where none of the creative leaders are Canadian will not have a distinctive voice, even if it is shot in Canada," Tim Southam, national president of the Directors Guild of Canada **wrote in an op-ed** for *Playback Daily*. "Removing our voice diminishes our capacity to compete, and over time shrinks our talent pool."

Blais fired back against critics of the change, however, arguing the CRTC simply adopted the same standard used by the Canadian Audio-Visual Certification Office.

On to streaming services, Blais said he was shocked to hear Rogers and Shaw would **shutter SVOD service shomi** only two years after launching the service. "I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection," he said.

Rogers has not responded to a request for comment as of press time.

Blais concluded by urging Canadian media and communications companies to not rest on their laurels, but rather, take risks. "Change begets change," he said. "Those companies that listen to consumers, that read the tea leaves, that lift their feet off first base with a view to stealing second will join their rightful places among the world's leaders."

<http://playbackonline.ca/2016/11/17/crtc-blais-tells-media-cos-to-look-ahead-not-back/>

Cancon exporters form industry association

Blue Ant's Raja Khanna (pictured) is chair of the new organization, which aims to increase the visibility and export of Canadian TV and digital content.

Jordan Pinto

Some of Canadian media's biggest players have formed an association to support the export of Canadian content, it was announced Wednesday.

The Canadian Association of Content Exporters – Association Canadienne des Exportateurs de Contenu (CACE-ACEC) was formed by founding members 9 Story, Blue Ant Media, Cineflix Media, Corus Entertainment, DHX Media and eOne/Les Films Séville.

Raja Khanna, CEO, television and digital at Blue Ant Media, will chair the new association. A release announcing the formation of the association stated the group will focus on enhancing the international visibility and export of Canadian TV and digital content.



The idea to form the group was initially devised at MIPCOM, during discussions between founding members about the export of Canadian content, Khanna told *Playback Daily*.

"When we got together it was obvious that it was time to coordinate our efforts. We as exporters felt that we didn't really have a united voice at the table," he said. "Our driving mandate is to play a part in redefining a sustainable Canadian content industry."

Though the governance structure of the group (such as roles and titles for its members) is still being worked out, Khanna said the CACE-ACEC wanted to announce its formation quickly so that it could engage immediately in the policy reviews that are ongoing in Canada. "We are here to help facilitate that discussion" he added.

In the coming weeks, the organization will work to document and formalize its policy priorities so that it may participate in the ongoing Canadian Heritage Cancon consultations and other policy reviews.

Khanna also pointed to strong exportability as a key to sustaining a healthy industry overall. "Increasingly, the activity of export and the revenues that are associated with that are a critical part of that sustainability," he said.

Included in the organization's mandate is ensuring that the success and revenues derived from the international sale of the content is reinvested in Canada.

Khanna also recently spoke to this issue at the recent **Cancon consultation held in Toronto** in October, before the idea of the group had been broached. At that consultation, Khanna suggested that the Canadian system should support those who take risks on the export of content. "In the case of TV, that is television distributors that give an advance to a producer – that's an economic risk based on a belief that that piece of Canadian content will sell in some other country," he said last month.

There will be further announcements regarding the governance structure of the CACE-ACEC in the coming weeks.

<http://playbackonline.ca/2016/11/16/canadian-exporters-form-industry-association/>

ISP tax possible as part of CanCon review, Joly says

Anja Karadeglija, Charelle Evelyn

OTTAWA — Heritage Minister Mélanie Joly said Thursday that imposing a tax on Internet Service Providers (ISPs) to fund cultural content remains a possible outcome of her sweeping review of Canadian content in a digital age.

"This is one of the scenarios that was presented during the public consultations. At the same time, I'm very much aware of the accessibility issue," she said, noting the cost of telecommunications services, during a question-and-answer session with Policy Options editor-in-chief Jennifer Ditchburn at the International Institute of Communications' (IIC) conference.

When she was asked whether the idea of an ISP tax was still on the table, Joly responded that she didn't want to "preclude any ideas at this point. At the same time, I want to make sure that the accessibility issue is top of mind." Critics have argued that a move to tax ISPs could make affordability of Internet services a problem.

Joly was also asked about the possibility of imposing sales tax on over-the-top (OTT) services like that offered by **Netflix Inc.**, something representatives of **Alphabet Inc.**'s Google Canada argued against in front of a House of Commons committee Tuesday.

"Your government has said fairly unequivocally that you wouldn't go ... levy a tax on Netflix or other streaming services," Ditchburn said. "It seems to me kind of a no-brainer to collect GST. What's so hard about that? Why not just do it?"

Joly noted that issue has come up during the consultations, adding "I've certainly said many times that I'm willing to have a conversation with the streaming platforms to have them be a part of the system."

She said she's also looking to how other countries are approaching the issue.

Joly also confirmed the government is looking at the idea of merging the broadcasting and telecom acts as part of the review.

"I've said that everything's on the table," she said. When it announced the consultation, the government said the whole cultural policy toolkit—which encompasses 26 agencies, policies, funding programs and institutions—was under review.

"If we need to go and look into having new legislation, a new legislative approach, we'll go there. This entire policy toolkit hasn't been touched, looked into" in more than 20 years, she noted.

Part of the review will involve deciding on the values that should govern the new toolkit, including determining "what do we think about the principle of net neutrality," Joly added.

Politicians have been afraid of getting into some of these issues, she said. "They're scared to open the Broadcasting Act because the **CBC/Radio-Canada** mandate is in there. Hey, this is why I'm in politics. I'm here to have an impact."

The review is so comprehensive and wide-ranging because it's not a topic that could be dealt with in silos, Joly said.

"It doesn't work," she said. "You can't renovate part of a house without fixing its entire plumbing."

Canada is "the first country in the world having such a consultation on digital. I think that because we are taking the lead we will be able to get our house in order ... and ultimately a lot of good decision-making will have to be done also at the international level," she noted.

Joly also said that she hopes to launch the country's first cultural export strategy, an initiative that was outlined the 2016 budget, and that among the content that would be included would be film, music, television, visual art, performance art, as well as video games and virtual reality, she added.

OPINION: Newspapers cure in 'post-truth' world

Mark Lever



Mark Lever is President and CEO of The Chronicle Herald.

The following is the text of a presentation prepared for delivery Thursday to the House of Commons Standing Committee on Canadian Heritage, which is examining the state of Canada's news media:

It's a privilege to join you today. I'm pleased to be here on behalf of The Chronicle Herald and to bring the perspective of challenges facing daily newspapers like ours across the country.

The Chronicle Herald was incorporated in 1875, but our roots can be traced back to 1824. We are the last remaining independent daily newspaper in the country.

We've been telling the news of the day and shaping the narrative of the province of Nova Scotia since before Confederation. In our nearly two-century history, we have borne witness to the birth of this nation, to the world wars of the 20th century, to tragedy and to jubilation. We are the one cultural institution whose history is so entwined with the province's that the two could hardly be separated.

We've made it through battles, disasters and crises. My predecessors removed glass and debris from presses damaged in the 1917 Halifax Explosion so that our newspaper could support a community ravaged by devastation to find help, solace and, in some cases, to find their loved ones.

Sadly, the fight today is for our own survival.

Changes in media consumption habits, coupled with the introduction of disruptive competitors without adjacent legacy costs – and here I could name the obvious new media entrants like Facebook and Google, but I would also add Canadian disruptors like the government-funded CBC (more on that later) – have substantially fragmented audiences and stripped advertising revenues.

But the proliferation of media today hasn't changed the basic journalistic mandate, which is to report on those in power to provide citizens with the information they need to make their own judgment, to report on the needs of our communities and to provide support to us all by shedding light on critical events.

Joseph Howe, a founding father of Canada's free press, and the publisher of *The Nova Scotian*, a direct precursor to *The Chronicle Herald*, famously commented about the role of the journalist: "When I sit down in solitude to the labours of my profession, the only questions I ask myself are, What is right? What is just? What is for the public good?"

The sentiment is clear. Journalism's role in our democracy remains pivotal. It is fundamental.

A colleague of mine once said that political reporting happens at school board meetings as much as in the legislature. His contention was that our democratic institutions are deeply rooted in our communities and exist broadly across this country. I couldn't agree more.

We are a rich and vibrant country, made up of thousands upon thousands of communities. It is journalism at the grass roots that binds us together and helps to weave a coherent story of our nation.

And here lies the rub. Without the storytellers, weaving together communities throughout this nation, we become either atomized individuals or nameless and faceless masses without coherent connection.

Social media platforms aren't focused on the kind of content that is important to a free and democratic society; they're concerned about volume of content and filling "data" feeds with entertainment, click bait and low-quality commentary.

Just yesterday, Oxford Dictionaries announced its Word of the Year — "post-truth" — defining it as an adjective "relating or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief."

The Brexit and Trump votes are two events in the past year, driven by this phenomenon, that have rocked the world.

Newspapers, with reporters in communities throughout Canada, are the food supply of our democracy.

But this food supply is in serious risk of running out. The media business model is changing. Worldwide, only about nine per cent of people pay for content. The subscription model, while still critically important to support the work of journalists, has never been relied on to shoulder the entirety of the burden. Advertising, once the revenue lifeblood of newspapers, historically accounting for two-thirds of total revenue, has been reduced to programmatic purchases of audience segments and affinity groups.

Further, we have experienced dramatic changes in spends from our government partners. At a rate greater than industry, our provincial and federal governments have reduced their ad spends in our products, presumably with an increased emphasis on advertising with foreign corporations such as Google and Facebook, with neither ties to our communities nor any investment in producing the journalism we rely upon.

I'm disheartened to tell you that my newspaper has experienced a 54 per cent drop in the combined provincial and federal government ad spend over the past three years — from \$601,000 in 2013 to just \$279,000 this year.

Just like every other newspaper in Canada, *The Chronicle Herald* is grappling with changes in consumption trends and advertising changes. People are often surprised to learn that, despite years of decline in paid circulation, our reach is larger today than it has ever been. People are consuming more content and the need for local, fact-based journalism is so vitally important.

It's not that Canada has stopped supporting journalism. The CBC receives nearly \$700 million a year in federal funding. But, as always, the heavy lifting of journalism has fallen to those in the trenches, those in the communities. And that means to newspapers.

We have to think how we can support the needs of newspapers, without whose efforts there would be precious little journalistic content on social media sites or even on large broadcasters.

TV host John Oliver said it well: "The media is a food chain which would fall apart without local newspapers."

Social media sites like Facebook and Google, and largely even "news" sites like the Huffington Post, are really just repackaging the work of newspapers.

Digital media is a terrific tool to connect audiences, but fundamentally relies on the work of others – frequently newspapers – to provide the journalistic content.

It is staggering to note that (according to the global analytics company Comscore) more than 88 per cent of all Canadian digital advertising revenues are now stripped away by the large social media and search sites, such as Google and Facebook. This means that, despite an ever larger need for advertising revenues to support journalism at the grassroots in the country, less than 12 per cent of Canadian digital ad revenues actually stay in Canada.

Disruption is part of business. And newspapers must address the business changes wrought by their disrupters. But we cannot ignore the importance of this Canadian cultural industry and we must not pretend that other media can pick up the slack when newspapers are no longer able to carry the torch.

We are making the challenging, sometimes gut-wrenching changes that are needed to grapple with disruption. Efficiency improvements are the biggest reason The Chronicle Herald remains in a protracted dispute with members of the Halifax Typographical Union, who represent many of our newsroom workers. But reducing costs and increasing efficiencies are only a part of the story.

There is a need and a capacity at the federal level to address the immediate challenges faced by Canadian newspapers. I would like to suggest three ways:

1) Canadian government advertising dollars should be spent where the money contributes to Canadian journalism and to Canadian content. Google and Facebook, which frequently appropriate content produced by Canadian newspapers, ought not to add insult to injury by also appropriating government spending.

In other words, federal tax dollars allocated toward advertising should be spent with companies who are doing the heavy lifting of critical journalism and of producing Canadian content.

2) Heritage Canada funding, such as the Canada Periodical Fund, should be broadened to incorporate daily, subscription-based newspapers to enable them to overcome market disadvantages and continue to provide Canadian readers with the content they choose to read.

Other Canadian funding arms could be used also, including the Canada Media Fund, whose mandate could be broadened to foster, promote, develop and finance the production of Canadian content and relevant applications for all media platforms.

3) Create national endowments for investigative journalism, where each endowment would subsidize investigations on a mathematical formula, based on the number of citizens who actually read their reports on news sites.

Other options we must explore include: charging for access, advertising, sponsorship, charitable grants and crowdfunding; amongst others.

To paraphrase the work of Victor Prickard, Josh Stearns and Craig Aaron in *Saving the News: Toward a National Journalism Strategy*:

Journalism is a public good. As a society, we all benefit from quality news and information. But like many public goods, journalism has always been heavily subsidized. The subsidy model that prevailed for the past century — advertising-supported journalism — appears to be dying. If current trends continue, we could soon embark on an unprecedented social experiment by allowing an advanced democracy to leave wide sectors of society and entire geographic regions without a fully functional, professional press.

Journalism is vital to our democracy. It is the foundation of rational public discourse. And it begins in each and every community in our country.

CBC is a tremendous public institution, and one in which every Canadian should take justifiable pride. But CBC alone is no more capable of weaving together the stories of our nation, from Cape Spear to Vancouver Island to Ellesmere Island, than Facebook is capable of reporting on the needs of Canadians or breaking the news to provide citizens with the information they need to exercise their franchise.

For Canadian stories to continue to be told from coast to coast to coast, we will have to look toward other models. Governmental partners can (and must) play a role in this transition.

MEDIA

Ottawa weighing death of the dailies

NEWSPAPER WOES

SEAN CRAIG

OTTAWA • As the print media industry copes with mounting revenue declines, layoffs and quarterly losses, the Trudeau government is considering what the landscape would look like without the country's two largest newspaper companies.

Heritage Minister Mélanie Joly's office confirmed

to the Financial Post that the Department of Canadian Heritage "regularly does industry-specific environmental scanning" that includes the hypothetical scenarios that Toronto-based Postmedia Network Canada Corp. and Torstar Corp. will cease operations.

"The way Canadians access content is changing with new platforms and technologies," said a spokesperson for Joly. "The shifts that are happening as a result are significant. One of the objectives of our Canadian content consultations is to assess how to best support the production of news information as well as local content that is credible and reliable."

Spokespeople for both Postmedia and Torstar declined to comment.

The government is holding cross-country consultations with industry groups as part of a sweeping review of Canada's \$48 billion broadcasting, media and cultural industries.

See MEDIA on FP2

Newspaper companies ask Ottawa for help

MEDIA Continued from FP1

The results could have tremendous effects on the struggling bottom lines of Postmedia and Torstar.

Emails and documents obtained under the Access to Information Act show that bureaucrats at the Department of Heritage have been preparing assessments of markets that would lose significant media coverage if either company were to cease publishing.

Postmedia publishes the National Post, and is the only publisher of daily broadsheets in many of Canada's largest cities, including Calgary, Edmonton, Vancouver and Ottawa. It also publishes the only English-language daily broadsheet in Montreal, in addition to dozens of community newspapers and tabloids.

“THE EROSION OF PRINT REVENUE HAS BEEN DRAMATIC. THE PICTURE IS UGLY AND IT WILL GET UGLIER.”

Faced with a 13.7 per cent decline in revenue, and a 21.3 per cent decline in print advertising revenue, Postmedia reported a \$99.4-million loss in the three months ending Aug. 31, significantly more than the \$54.1 million in the same period the previous year. Last month the company, which employs approximately 4,000 staff, announced it intends to cut hundreds of positions by reducing its salary costs by 20 per cent.

Torstar publishes Canada's largest daily circulation newspaper, the Toronto Star, alongside other broadsheets the Hamilton Spectator and the Waterloo Region Record, and more than 100 community papers.

This month Torstar reported an adjusted third-quarter loss that exceeded analyst expectations, as its operating revenue fell 12.6 per cent to \$162.1 million and its print advertising revenues fell 16.1 per cent. The company has laid off more than 350 editorial and production staff in 2016.

Officials from both Postmedia and Torstar have testified before the House of Commons Standing Committee on Heritage in recent months. In both cases, the newspaper companies urged Ottawa to consider policies that could assist their struggles as digital disruption continues to hammer their legacy businesses, and as they explore ways to monetize their content online.

"The erosion of print revenue has been dramatic," Postmedia CEO Paul Godfrey told the committee in May. "The picture is ugly and it will get uglier." Godfrey urged the government to ramp up federal spending on advertising in newspapers, and to provide tax incentives for companies that do the same.

John Honderich, chair of Torstar Corp., told the committee last month that "there is a crisis of declining good journalism across Canada and at this point we only see the situation getting worse."

Honderich criticized the publicly funded CBC for competing in the digital advertising market with competing media companies who don't benefit from its generous public subsidy, and suggested the government look at the British public broadcaster, which is not allowed to compete with its domestic competitors for ad dollars.

The Heritage committee hearings and the Department of Heritage's Canadian content consultations are part of a broader effort by the federal government to examine the state of the media in Canada. The Liberals have also contracted the independent Public Policy Forum to draft a report on the news industry that will include policy recommendations.

Financial Post
seancraig@postmedia.com



ADRIAN WYLD / THE CANADIAN PRESS

Some of Postmedia's newspapers are displayed in Ottawa on January 8, 2010. Quebecor

A0063700_60-001024

Ottawa considering future without newspaper giants

SEAN CRAIG

OTTAWA As the print media industry copes with mounting revenue declines, layoffs and quarterly losses, the Trudeau government is considering what the landscape would look like without the country's two largest newspaper companies.

Heritage Minister Mélanie Joly's office confirmed to the Financial Post that the Department of Canadian Heritage "regularly does industry-specific environmental scanning" that includes the hypothetical scenarios that Toronto-based Postmedia Network Canada Corp. and Torstar Corp. will cease operations.

"The way Canadians access content is changing with new platforms and technologies," said a spokesperson for Joly. "The shifts that are happening as a result are significant. One of the objectives of our Canadian content consultations is to assess how to best support the production of news information as well as local content that is credible and reliable."

Spokespeople for both Postmedia and Torstar declined to comment for this story.

The government is holding cross-country consultations with industry groups as part of a sweeping review of Canada's \$48-billion broadcasting, media and cultural

industries, the results of which could have tremendous impacts on the struggling bottom lines of Postmedia and Torstar.

Emails and documents obtained under the Access to Information Act show that bureaucrats at the Department of Heritage have been preparing assessments of markets that would lose significant media coverage if either company were to cease publishing.

Postmedia publishes the National Post, and is the only publisher of daily broadsheets in many of Canada's largest cities, including Calgary, Edmonton, Vancouver and Ottawa. It also publishes the only English-language daily broadsheet in Montreal, in addition to dozens of community newspapers and tabloids.

Faced with a 13.7 per cent decline in revenue, and a 21.3 per cent decline in print advertising revenue, Postmedia reported a \$99.4-million loss in the three months ending Aug. 31, significantly more than the \$54.1 million in the same period the previous year. Last month the company, which employs approximately 4,000 staff, announced it intends to cut hundreds of positions by reducing its salary costs by 20 per cent.

Torstar publishes Canada's largest daily circulation newspaper, the Toronto Star, alongside other broadsheets the Hamilton Spectator and the Waterloo Region Record, and



Postmedia is the only publisher of daily broadsheets in many of Canada's largest cities. ADRIAN WYLD/THE CANADIAN PRESS FILES

more than 100 community papers.

This month Torstar reported an adjusted third-quarter loss that exceeded analyst expectations, as its operating revenue fell 12.6 per cent to \$162.1 million and its print advertising revenues fell 16.1 per cent. The company has laid off more than 350 editorial and production staff in 2016.

Officials from both Postmedia and Torstar have testified before the House of Commons Standing Committee on Heritage in recent months. In both cases, the newspaper companies urged Ottawa to consider policies that could assist their struggles as digital disruption continues to hammer their legacy businesses, and as they explore ways to monetize their content online.

"The erosion of print revenue has been dramatic," Postmedia CEO Paul Godfrey told the committee in May. "The picture is ugly and it will get uglier." Godfrey urged the government to ramp up federal spend-

ing on advertising in newspapers, and to provide tax incentives for companies that do the same.

John Honderich, chair of Torstar Corp., told the committee last month that "there is a crisis of declining good journalism across Canada and at this point we only see the situation getting worse." Honderich criticized the publicly funded CBC for competing in the digital advertising market with competing media companies who don't benefit from its generous public subsidy.

The Heritage committee hearings and the Department of Heritage's Canadian content consultations are part of a broader effort by the federal government to examine the state of the media in Canada. The Liberals have also contracted the independent Public Policy Forum to draft a report on the news industry that will include policy recommendations.

Financial Post

DISRUPTION

With the right content and tools, journalism will find its models

RICHARD GINGRAS

Vice-president at Google and head of Google News. He testified before the House of Commons heritage committee on Nov. 15

Today, media dominate our lives. The open ecosystem of the Web has enabled many new voices – from news sites to job sites to Wikipedia, from a million blogs to a billion social posts. It has enabled traditional media (such as The Globe and Mail) to reach global audiences. And it has also brought challenges to businesses and media companies born in the pre-Internet era, which now must adjust their products and strategies to the new opportunities of this digital world.

Google has had the good fortune to develop popular products based on the open Web. Throughout the day, Google Search is used to seek the right answer to their queries in the Web's one-billion-website corpus of expression.

Google sends billions of users to news websites. Google's ad platforms are used by millions of publishers, large and small, to help drive revenue and build their businesses. Google is a company born of the Web and is fiercely dedicated to maintaining the Web's openness and richness.

Google and publishers share a common cause. We both value and depend on an open platform of expression and knowledge.

But the open Internet challenges us. It generates a cacophony of voices and a fragmentation of audiences. It challenges our understanding of the economics of information.

Let's take the example of a large city newspaper. In 1990, that two-to-five-pound bundle of newsprint was a richly compelling product with a strong and obvious value proposition. It had local and national news, it had a fashion section and a food section, a gardening section, a lifestyle section, an automotive section and a classifieds section

and on and on.

There were not a billion websites to compete with it.

But in 2016, that national news section, those gardening and food sections, are competing with a rich array of Web-based offerings in each and every category.

However, with more than 75,000 sources in Google News, local news remains a market differentiator.

The local section in Google News surfaces content from regional papers to hyper-local blogs that otherwise wouldn't appear and Google News includes a "Local Source" tag to showcase local coverage of major stories.

But what's the business model? In Halifax, there's the example of Local Xpress – a news site founded by the journalists of the Chronicle Herald who have been out on strike since January.

The site is dedicated to local news and in under a year, it's grown tenfold. It's achieved a peak of 300,000 page views per week, uses free collaborative tools such as Google Docs, and is monetizing and growing its news offering.

Born out of labour strife, the managing editor now describes Local Xpress as "one of the most future-forward enterprises in the Canadian media landscape."

Marketplace principles do not change in the digital world. But the editorial product that found success 40 years ago does not automatically translate to a compelling value proposition in today's market.

Mediapart, in Paris, offers an alternative model.

Founded by the former editor-in-chief of Le Monde, it's an investigative news site with 40 reporters and supported by 120,000 subscribers. And it's profitable. Consumers, it turns out, will pay for content they value.

Beyond unlocking new revenue streams, news organizations must also consider how they deliver content. Research shows

that 40 per cent of users abandon a site if it takes longer than three seconds to load. The Web today is not instantaneous and it needs to be. Advertising on the Web is too often not respectful of the user's experience and it needs to be.

It was these two issues that led Google and three dozen publishers and technology providers from around the world to develop a collaborative effort called the Accelerated Mobile Pages project.

On average, AMP pages load in less than a second and we've seen AMP adopted by Canadian news organizations (including The Globe and Mail) and 700,000 domains around the world. We're only a year in, but Canadian publishers are sharing data of increased audience loyalty and we're seeing strong indications of how AMP can increase revenue.

It is crucial that the Web be fast and compelling and that it doesn't unintentionally create opportunities for proprietary platforms to gain untoward leverage on a publisher's efforts to engage audiences and build brand loyalty. It is crucial to the success of news publishers. Our societies depend on it.

The digital revolution has changed how we communicate, how we express ourselves, how we learn about the world around us. Yes, there are challenges. But I am passionately optimistic about the future of news. There are so many new tools and capabilities to take advantage of. There is so much impressive digital work being done that one can easily conclude that we are in the early days of a renaissance in journalistic creativity. New news experiences must be created. New media types defined. New business models developed. All necessary to harvest new audiences who now consume news throughout the day.

As we move forward, Google is eager to continue to collaborate, to work together, to drive the innovation that is so important to building long-term success.

ANALYSIS: Is the Bell-MTS deal in trouble? Will Shaw be brought into the mix?

Greg O'Brien

Minister Bains wouldn't say, except perhaps between the lines

OTTAWA – It's been nearly seven months since Bell Canada announced an agreement to buy Manitoba Telecom Services for \$3.9 billion and still there has been no official word from the federal government on what it thinks of the deal.

The Competition Bureau is the primary regulator Bell has to satisfy with this purchase, but since the Bureau doesn't do public hearings the way the CRTC does, we really don't know what it is telling BCE officials about the deal, or the questions it has, but the six-plus months of silence from both the feds and the Bureau, predictably has some tongues wagging.

For what it's worth, when Telus purchased Public Mobile in 2013, it received Competition Bureau approval inside of a month. Rogers Communications rescue of Mobilicity from bankruptcy in 2015 received government approval inside of a week (although Rogers likely was given an unofficial nod prior to its official bid for the brand).

Those deals were much smaller in scope but they did have something in common with Bell-MTS: They took a wireless competitor out of the market.

However, even though Mobilicity and Public are now gone, Canadians in most regions of the country are left with a choice of at least four wireless providers. If the MTS deal does go through as-is, Manitobans will have a choice of just three. Bell did take some steps to mitigate the competitive concerns because their purchase calls for Telus to receive a third of MTS wireless subscribers and a third of MTS retail locations.

However, according to sources in Ottawa who asked not to be named, that will likely not be enough to satisfy the federal government. Officials have been telling some that the government wants to ensure Canadians everywhere have the maximum choice possible when it comes to wireless companies. ISED Minister Navdeep Bains approached the topic in his speech to the International Institute of Communications Canadian chapter conference yesterday when he said "Canadians across the country told us that vibrant telecommunications competition and choice are essential."

Then, in a media scrum right after his speech (pictured), we asked him point blank what he and the federal government thinks of the proposed transaction.

"If you look at our past track record... we clearly have shown our commitment to more competition which benefits consumers." – Navdeep Bains, ISED

"We're currently reviewing that and it would be premature for me to make a determination at this stage," he said, "but I think if you look at our past track record, clearly when it came to upholding the CRTC ruling with regards to having access for internet service providers to wholesale and fibre to the home, we clearly have shown our commitment to more competition which benefits consumers."

Also during the scrum, when asked about competition and spectrum, he expanded: "For us, we really believe in competition, choice, and availability of service and we've been very clear that more competition is good for the consumer so those kinds of dynamics will be determined in the coming months but clearly we want to see more competition."

Add to that the fact that MPs in the Friendly province are under pressure from their constituents to keep MTS, Manitoban, as well as the fact BCE buying MTS will leave just a single provincial wireline broadband and telecom provider for businesses – and the betting in Ottawa is that this deal will have to be altered to move forward.

The potential beneficiary? Shaw, of course. It is already a wireline broadband, local phone and TV competitor in Winnipeg and if Bell were able to put together a deal with Shaw where Shaw's wireless subsidiary, Wind, comes away with some spectrum, since Wind has none in Manitoba, perhaps some customers and retail locations, then Bell's MTS purchase would preserve the four-wireless-competitor principle and stand a much better chance at approval from the feds. Stay tuned.

TELECOM

Ottawa touts 'commitment to more competition'

EMILY JACKSON

OTTAWA • The Liberals appear to be carrying on their predecessors' push for more telecommunications competition in a bid to lower prices for consumers, but the government is careful to laud industry investments as it prepares to auction spectrum that will be critical to next-generation wireless networks.

The government is striving for "that fine balance again" of acknowledging industry investments while promoting competition when it unleashes the 600 MHz spectrum that it hopes will support 5G networks,

Navdeep Bains, minister of innovation, science and economic development, said at the International Institute of Communications conference Thursday.

Unlike the Conservatives, whose fourth-carrier policy promoted competitors to take on the Big Three, the Liberals haven't outlined a telecom policy. In a brief interview, Bains said the Liberals consider telecom policy in the larger context of the digital and innovation strategies.

"There's no longer the economy, it's the digital economy, and the telecommunications sector will play a critical role in that," Bains said.

Bains wouldn't answer whether wireless challengers such as Videotron and Wind Mobile, now owned by Shaw, would get preferential treatment over incumbents such as **Bell Canada** and **Rogers Communications Inc.** in the competition for airwaves.

"Those kind of dynamics will be determined in the coming months, but clearly we want to see competition," Bains told reporters after a keynote speech, where he thanked major telecoms for the billions they invested in broadband networks over the past year.

Nor would he comment on Bell's proposed acquisition of **Manitoba Tele-**

com Services Inc. — the \$3.9-billion deal that would reduce the number of carriers in Manitoba to three from four and that is muddling through the regulatory approval process.

But he pointed to Ottawa's approval of the CRTC's decision to open up wholesale access to incumbents' fibre-to-the-home networks as the Liberals' track record.

"We clearly have shown our commitment to more competition," he said.

As for threats that network owners won't invest in fibre-to-the-home connections if they have to provide wholesale access to the expensive service, Bains is confident there's still a strong

business case considering the skyrocketing demand for faster data and the impending deluge of devices connected to the Internet.

"I do believe that fibre-to-the-home is very essential for long-term success of the telecom sector," he said. "I think we found the right balance."

The government invested \$500 million in helping extend broadband to rural and remote communities as a signal it understands the digital divide and is willing to make investments to provide affordable, accessible Internet, Bains said.

As more people rely on the digital world and other countries pour money into network infrastructure, Canada needs to keep up investments so it can continue its success into the future, he said.

Financial Post
ejackson@postmedia.com

TECHNOLOGY

Affordable Internet a key priority, Ottawa says

Innovation Minister sheds light on federal government's telecom policy; says competition, network investment also top list

CHRISTINE DOBBY
TELECOM REPORTER

Affordable Internet prices, competition in the telecom sector and investment in networks are all priorities for the federal government, according to Innovation Minister Navdeep Bains.

The Liberal government has given few substantive hints about its telecom policy since taking power last year, but in a speech on Thursday Mr. Bains shed some new light on Ottawa's approach to the file.

He said he is concerned that in 2014, only 64 per cent of the lowest-income households had access to the Internet while 98 per cent of the highest-earning households were online.

"We must address the needs of Canadians who could have access to the Internet but can't afford it," Mr. Bains, the Minister of Innovation, Science and Economic Development, said during a keynote address to an annual conference held by the Canadian chapter of the International Institute of Communications in

Ottawa. "Some providers have already taken steps to make the Internet affordable for low-income Canadians. And I thank you for that. These efforts must be expanded across the country," he said, according to a copy of his prepared remarks, although he did not mention any steps the government plans to take.

Rogers Communications Inc. and Telus Corp. have both made low-cost Internet packages available to certain households.

Income-based programs can be difficult to administer for privacy reasons and typically require co-operation from public agencies. In Rogers's case, the offer is available to residents of public housing anywhere it offers cable service, while Telus recently introduced an offer for single-parent families in British Columbia receiving income or disability assistance.

Mr. Bains also praised the quality of networks in Canada's cities and noted that telecom companies invested more than \$13-billion last year, but he said those networks need to extend to

remote and rural networks too.

He referenced the government's pledge in its 2016 budget to spend \$500-million over five years on rural broadband expansion.

To date, the government has provided no details on exactly how that money will be spent, but Mr. Bains said on Thursday that by leveraging contributions from the private sector, the value of Ottawa's investment could be extended to up to \$800-million.

The affordability and accessibility of high-speed Internet access were central issues at a public hearing on basic telecom services that the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission conducted in April.

CRTC chairman Jean-Pierre Blais delivered a statement in the middle of the hearing expressing disappointment that Canada lacks a clear national strategy on broadband deployment. He said the commission's acting alone, without an integrated approach across governments of all levels, is "just throwing money at a

problem ... like pouring money into sand. It quickly dissipates, provides little real growth or measurable results, and is simply not sustainable."

The commission is weighing proposals to introduce new industry-supported funds to help pay for rural expansion as well as address affordability issues.

In an interview on Wednesday, Mr. Blais said the commission's ruling on the broadband hearing "will be coming out in a few months."

During his remarks on Thursday, Mr. Bains also touched on the government's approach to managing wireless spectrum, which is a key asset for companies building cellular networks as mobile-data use continues to grow at a rapid pace.

"Our regulatory framework and spectrum rules must have the right balance between competition and investment," he said, adding that the government is considering how to allocate spectrum in the 600-megahertz frequency band.

That valuable low-band spec-

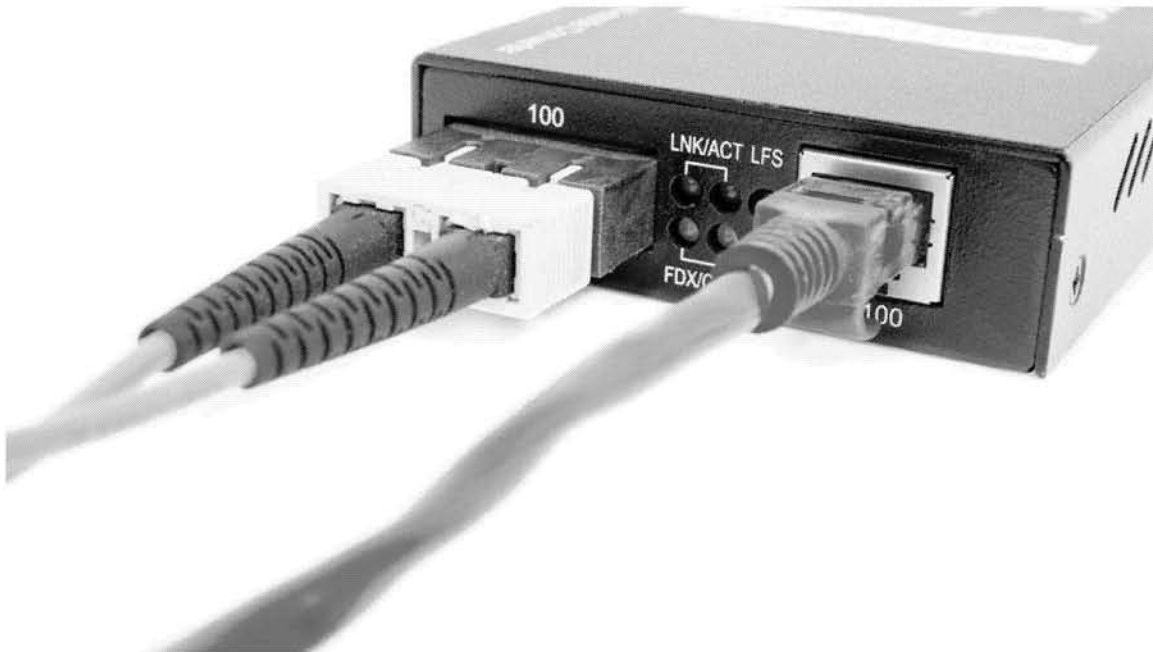
trum is the subject of a public auction currently under way in the United States. The process involves transferring licences from broadcasters to wireless carriers and Canada has said it will co-ordinate its approach with the United States.

In past public auctions, the Canadian government has included favourable terms for small carriers or new entrants to the market in order to encourage competition with the Big Three national carriers, which already have large holdings of airwaves.

Players such as Videotron Ltd. and Shaw Communications Inc., which now owns Wind Mobile, will be lobbying for similar favourable rules in the 600 MHz auction, which is not expected to take place in Canada until 2017 or later.

In reply to a question from the audience, Mr. Bains said that in its approach to spectrum management, the government wants to encourage investment in infrastructure but also wants to see benefits for consumers and "drive prices down."

Ottawa demande aux géants des télécoms de baisser leurs prix



Les services de télécommunications au Canada sont parmi les plus chers au monde. Photo Fotolia

Guillaume St-Pierre

Les entreprises de télécommunications doivent baisser leurs prix afin que tous les Canadiens puissent avoir accès à l'internet, a plaidé jeudi le ministre de l'innovation, Navdeep Bains.

«Nous devons donner à tous les Canadiens la possibilité de se mettre en ligne. Personne ne devrait être laissé derrière», a déclaré M. Bains devant les représentants de tous les géants des communications réunis à Ottawa dans le cadre de la conférence de la section canadienne de l'Institut international des communications.

Le ministre Bains a déploré qu'en 2014, seulement 64 % des ménages les plus pauvres étaient branchés à internet, contre 98 % pour les familles mieux nanties. Pourtant, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC) estime que plus de 96 % des ménages ont accès à internet haute vitesse.

«Nous devons répondre aux besoins des Canadiens qui ont accès à internet, mais qui ne peuvent pas se le permettre», a-t-il insisté, appelant les entreprises à faire leur «part».

«Nous ne voulons pas que les forfaits internet haute vitesse et de téléphones cellulaires deviennent hors de portée», a-t-il affirmé. Selon le ministre, l'accès à internet doit être considéré comme un «service essentiel».

PARMI LES PLUS CHERS SUR LA PLANÈTE

Les services de télécommunications au Canada sont parmi les plus chers au monde.

Selon un rapport publié annuellement par le CRTC, les Canadiens continuent de payer généralement beaucoup plus que les citoyens des autres pays développés.

Tout en félicitant les entreprises d'avoir investi 13 milliards \$ pour améliorer leur réseau dans les villes, M. Bains soutient que les régions rurales doivent elles aussi être mieux desservies.

Le ministre Bains a rappelé au passage l'engagement du gouvernement Trudeau d'investir 500 millions \$ pour améliorer les réseaux en régions éloignées, sans donner de détail sur la façon dont cet argent sera dépensé.

En plus d'exiger des «prix concurrentiels», le ministre Bains demande aux entreprises d'offrir des «services innovants, pour maintenir un haut niveau de satisfaction des consommateurs».

Télécommunications

Ottawa demande une baisse des prix

GUILLAUME ST-PIERRE
Agence QMI

Les entreprises de télécommunications doivent baisser leurs prix afin que tous les Canadiens puissent avoir accès à l'internet, a plaidé le ministre de l'Innovation, Navdeep Bains, hier.

«Nous devons donner à tous les Canadiens la possibilité de se mettre en ligne. Personne ne devrait être laissé derrière», a déclaré M. Bains devant les représentants de tous les géants des communications canadiens réunis à Ottawa dans le cadre de la conférence de la section canadienne de l'Institut international des communications.

Le ministre Bains a déploré qu'en 2014, seulement 64 % des ménages les plus pauvres étaient branchés à internet,

contre 98 % pour les familles mieux nanties. Pourtant, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC) estime que plus de 96 % des ménages ont accès à internet haute vitesse.

«Nous devons répondre aux besoins des Canadiens qui ont accès à internet, mais qui ne peuvent pas se le permettre», a-t-il insisté, appelant les entreprises à faire leur «part».

«Nous ne voulons pas que les forfaits internet haute vitesse et de téléphones cellulaires deviennent hors de portée», a-t-il affirmé. Selon le ministre, l'accès à internet doit être considéré comme un «service essentiel».

Les services de télécommunications au Canada sont parmi les plus chers au monde.

Rumours of Amazon video in Canada grow

Grand Tour host reveals that the service is coming to 'pretty well everywhere'

RAJU MUDHAR
TECH REPORTER

According to Jeremy Clarkson, Amazon Prime's video service is coming to Canada in December.

The former *Tbp Gear* host is starting promotion for his next series, *The Grand Tour*, and released a video and tweeted that the service is going global. The video starts with a fan complaining about how few markets Amazon's video service is in, and the show hosts say that it will soon be available in 200 countries.

In a followup tweet, he specifically mentioned Canada, writing: "So. People of Ireland, Canada, Australia and pretty well everywhere else. You will be able to watch the Grand Tour. Amazon has gone global."

Asked for clarification if that meant just that show, or the entire Netflix-like video service, which carries several TV shows and movies, including popular original series like *Transparent* and *The Man in the High Castle*, a spokesperson for the web retailing giant responded: "We are excited to announce that *The Grand Tour* will be able to be streamed from over 200 countries and territories around the world in December."

Amazon Prime's video service is currently available in the United States, United Kingdom, Japan, Germany and, according to media reports, just launched in Australia.



RANDY SHROPSHIRE/GETTY IMAGES FOR AMAZON PRIME VIDEO

A fake car crash in Hollywood promoted *The Grand Tour*, set to launch on Amazon Prime Video on Friday.

In Canada, Amazon Prime is available, but it basically constitutes an expedited two-day delivery service that costs \$79 a year. In the U.S, in addition to delivery that cost also includes the web retailer's video and music streaming services.

There has long been speculation that the service would expand internationally, although due to licensing and rights deals with other broadcasters, it would likely be similar to Netflix, in that the content library would vary depending on

the territory.

One issue here is that Canadian-based video streaming services have bought series from Amazon as part of their offerings. For example, Amazon's Emmy Award winning series *Transparent* was a Shomi exclusive, while Crave TV picked up *Bosch*.

But Clarkson was effusive on Twitter, confirming it to incredulous fans in replies asking him to clarify, and one user asked: "Does that mean Prime streaming will be available in Canada?"

"Yes. That's what I just said," he replied.

At this point, nothing is confirmed, and whether or not the launch of *The Grand Tour* means that the entire Prime video service is coming to Canada is unclear. *The Grand Tour's* first episode launches Friday in the territories Amazon Prime is already in.

The timing of the announcement comes barely two weeks before Rogers and Shaw pull the plug on Shomi on Nov. 30.

CRTC chairman Jean-Pierre Blais was critical of the owner's decision in a speech Wednesday, pointedly saying that to hear of the shuttering of Shomi came as a "shock."

"Far be it for me to criticize the decisions taken by seasoned businesspeople, but I can't help but be surprised when major players throw in the towel on a platform that is the future of content — just two years after it launched," he said.

"I have to wonder if they are too used to receiving rents from subscribers every month in a protected ecosystem, rather than rolling up their sleeves in order to build a business without regulatory intervention and protection."

With Shomi shutting down, Amazon lost a Canadian customer for some of its shows, but also now doesn't have to deal with another competitor.

When asked if Shomi's current offerings would find a new home on a conventional broadcaster, or if they would be available on Amazon's Prime here, a Rogers spokesperson said: "Conversations are ongoing with studios and distributors, but we have nothing to share at this time."

Since Shomi's shutdown, Bell Media's competitive service, Crave TV, has decided to double down on their offering, announcing that American network Showtime's new and returning series would debut on Crave TV in Canada, boosting the exclusive, first-run content on that service starting with *The Affair*, which launches on Sunday.

Amazon prêt à s'attaquer à Netflix à l'échelle mondiale



AFP, EMMANUEL DUNAND

Agence France-Presse
San Francisco

Amazon se prépare à porter son combat avec Netflix à l'échelle mondiale, avec une expansion massive de son service de vidéo en ligne en *streaming*, indiquait jeudi le *Wall Street Journal* en citant des sources proches du dossier.

Amazon Prime Video est jusqu'ici accessible seulement aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Autriche et au Japon. Le groupe a aussi promis un lancement «bientôt» en Inde, et le patron d'Amazon Studios, Jason Ropell, avait évoqué en mai à Cannes un lancement en France, sans préciser de date.

Le géant américain de la distribution en ligne s'apprêterait toutefois à étendre le service à environ 200 pays et territoires, d'après les sources du *Wall Street Journal*.

Cela le mettrait sur un pied d'égalité avec Netflix, qui revendique une présence dans plus de 190 pays depuis le lancement simultané de son service en janvier sur 130 nouveaux marchés.

Interrogée par l'AFP, une porte-parole d'Amazon a seulement confirmé l'arrivée dans plus de 200 pays en décembre de *The Grand Tour*, une série originale d'Amazon consacrée aux voitures. «Nous n'avons rien d'autre à annoncer», a-t-elle ajouté.

La diffusion mondiale de *The Grand Tour*, également mentionnée dans un message sur Twitter par le patron-fondateur d'Amazon, Jeff Bezos, est de nature à alimenter les spéculations sur un élargissement de la disponibilité d'Amazon Prime Video.

D'autant que le site de l'émission indique qu'elle sera proposée «exclusivement sur Amazon». Il ne précise pas toutefois les conditions dans lesquelles l'émission sera distribuée, et en particulier si cela aura bien lieu dans le cadre d'un lancement mondial du service de vidéo en streaming d'Amazon.

Émission à vendre

Rien n'empêcherait en théorie Amazon de se contenter de proposer l'émission à la vente dans ses boutiques en ligne.

Si le passage à l'échelle mondiale d'Amazon Prime Video se confirme, cela représentera l'attaque de plus grande ampleur lancée jusqu'ici contre Netflix, au moment même où les perspectives de croissance de ce dernier commencent à susciter quelques inquiétudes vu la concurrence croissante sur le marché.

Le producteur de *House of Cards*, *Orange is the New Black* et *Narcos* avait notamment accusé un trou d'air au deuxième trimestre où il n'avait enregistré que 1,68 million de nouveaux abonnés, bien moins qu'espéré par le marché. Il avait toutefois un peu rassuré avec à nouveau 3,57 millions d'utilisateurs gagnés au troisième trimestre (terminé à 86,74 millions), et la promesse de 5,20 millions au quatrième.

Amazon Prime Video est considéré comme l'un des principaux produits d'appel pour «Prime», le service par abonnement d'Amazon permettant de se faire livrer gratuitement les commandes passées sur les boutiques en ligne du groupe et d'accéder à un catalogue toujours plus étendu de contenus numériques (films et séries, livres, musique...).

Comme Netflix, Amazon a mis les bouchées doubles ces dernières années pour pouvoir proposer des programmes exclusifs sur son service en streaming. Il investit notamment beaucoup, et avec un certain succès, dans des productions originales: deux de ses séries, *Transparent* et *Mozart in the Jungle*, ont ainsi été récompensées aux Emmy Awards, récompenses suprêmes de la télévision américaine.

Amazon n'a jamais divulgué le nombre exact d'abonnés de Prime. Mais d'après la société de recherche CIRP, ils étaient 65 millions fin septembre rien qu'aux États-Unis, soit 38% de plus qu'un an plus tôt.

www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/techno/201611/17/01-5042567-amazon-pret-a-sattaquer-a-netflix-a-lechelle-mondiale.php?

SOCIAL MEDIA

MPs urge Facebook to curb false news to preserve politics

DANIEL LEBLANC OTTAWA

Liberal MPs are worried about the growing prevalence of fake news on the Internet, calling on Facebook to take steps to stop the phenomenon from infecting Canadian politics.

As use of social media spreads, misleading headlines and false news items are shared with increasing speed on electronic devices, as was seen around the time of the Nov. 8 U.S. election.

U.S. President Barack Obama said on Thursday the advent of fake news makes it increasingly hard to “discriminate between serious arguments and propaganda,” creating a problem in the U.S. political process.

Liberal MPs relayed similar concerns at a hearing of the Canadian Heritage committee of the House, pressing officials from Facebook Canada to find ways to stop fake items from spreading north.

“There are a lot of people worried right now,” Liberal MP Seamus O’Regan said. “By the time a

fabricated story about the Pope endorsing president-elect Donald Trump was proven bogus, it had been shared one million times.” In reference to the reach of Facebook, Mr. O’Regan added: “With great powers come great responsibilities.”

Liberal MP Hedy Fry, who is the chair of the committee, said the election of Mr. Trump and the Brexit referendum earlier this year in the British show that “people believe what they read.”

“This is at the heart of what many of us are concerned about,” she said. “How can a democracy be well served when the information isn’t verifiable?”

The head of public policy for Facebook Canada, Kevin Chan, said his firm had already taken steps to get rid of “click bait” headlines that attract viewers, but provide little content of value.

He acknowledged concerns that Facebook is becoming an “echo chamber” for its users and that its algorithm provides a single point of view on important

political matters.

However, Mr. Chan said the beauty of Facebook is that it aggregates and prioritizes news items that have been shared by a user’s friends, family members, colleagues and acquaintances, creating a broad selection of information.

“You will likely see much more diverse views expressed on Facebook than you would in the past, where you would have presumably interacted with five to 10 people a day, or consumed your content from one particular television station or one newspaper,” Mr. Chan said.

In answer to Ms. Fry’s question, Mr. Chan said: “I want you to know, and I want the parliamentary committee to know, that obviously Facebook takes very seriously our responsibilities.”

Mr. Chan said Facebook is taking steps to address concerns about fake news. While not providing details, he referred MPs to a recent statement by Facebook CEO Mark Zuckerberg, who said

the company will move cautiously to weed out hoaxes from its news feeds, while preserving opinion pieces.

“Only a very small amount is fake news and hoaxes. The hoaxes that do exist are not limited to one partisan view, or even to politics. Overall, this makes it extremely unlikely hoaxes changed the outcome of this election in one direction or the other,” Mr. Zuckerberg said.

The Canadian Heritage committee of the House is studying the future of local news in the country, which is affected by Facebook’s far-reaching influence over advertising budgets and readership trends.

Ken Waddell, who publishes three newspapers in southern Manitoba, told the committee he posts material to Facebook and uses the site to find out what’s going on in his community. However, Facebook also eats up much of the advertising dollars that used to go to publishers like him.

“It’s a little scary to us,” he said.

Facebook faces calls for greater transparency amid 'fake news' row

The social media company has angered advertisers after admitting it made errors in the way it measures ad activity



Facebook said that an internal inquiry found new problems with key measurement metrics. Photograph: Sergel Konkov/TASS

Mark Sweney and Jasper Jackson

Facebook is facing calls for greater transparency and oversight after admitting widespread errors in the way it measures advertising activity, as the social media company finds itself under increased pressure to clean up its act over a number of issues including distributing "fake news".

On Wednesday, Facebook, which had already angered advertisers when it admitted it made significant measurement errors around video ads in September, said that an internal inquiry found new problems with key measurement metrics.

Martin Sorrell, the chief executive of WPP, the world's biggest advertising group, said that the latest revelations were clear proof that marketers have been right to call for more independent oversight of Facebook metrics.

He said it was a "clear example that referee and player can't be same person and that marking your own homework doesn't work".

"Media owners, clients and agencies are all dissatisfied with established measurement methods. Now it seems the dam has finally burst at Facebook, although we need full-third party oversight."

The errors include over-reporting time spent reading Instant Articles, on which Facebook partners with publishers including newspapers to run stories and split ad revenue, and overstating how many people see a Facebook page a month by 55%.

Carolyn Everson, the vice-president of global marketing solutions at Facebook, said: "I think disclosing the bugs and calculation errors we found, some of which are real edge-cases, is a real indication of our commitment to transparency."

Publishers have also voiced their concerns about the miscalculations. Lynne Anderson, deputy chief executive of the News Media Association, which represents UK newspapers including the Guardian, said the latest revelations underlined the need for transparency from Facebook.

She said: "The admission of yet more Facebook metrics errors is of concern to the news media industry, at a time when publishers are themselves investing heavily to provide advertisers with ever more robust, independent audience data. It is critical that publishers are able to see with complete clarity where, when and how consumers are engaging with their content."

Sorrell, who has said that as Facebook has become hugely successful it has become "more difficult" to deal with, has almost doubled WPP's spend with Mark Zuckerberg's company from \$1bn in 2015 to \$1.7bn this year.

Facebook is attempting to placate advertisers by setting up a measurement council to hear the industry's views and examine the effectiveness of advertising.

Unilever, the world's second-largest advertiser, which spends €8bn a year on brands from Lynx and Sunsilk to Knorr, was quick to announce it was joining the council.

Keith Weed, Unilever's top marketer, has been vocal about the need for digital media to clean up its act based on the "three Vs" - viewability, verification and value. He has previously compared the lack of transparency to "having billboards underwater, a complete waste of our money.

"We welcome Facebook's move to create better standards in this fast-developing digital media industry, and these steps reinforce their commitment to this," he added. "[But] there is still much to be done."

Facebook also said that it was "exploring" bringing in more checks from third parties, such as Nielsen and ComScore to validate its reporting of metrics for advertisers.

www.theguardian.com/technology/2016/nov/17/facebook-transparency-fake-news-advertising

Viral Fake Election News Outperformed Real News On Facebook In Final Months Of The US Election

A BuzzFeed News analysis found that top fake election news stories generated more total engagement on Facebook than top election stories from 19 major news outlets combined.

Craig Silverman
BuzzFeed Founding Editor, Canada



BuzzFeed / Getty Images

In the final three months of the US presidential campaign, the top-performing fake election news stories on Facebook generated more engagement than the top stories from major news outlets such as the *New York Times*, *Washington Post*, *Huffington Post*, NBC News, and others, a BuzzFeed News analysis has found.

During these critical months of the campaign, 20 top-performing false election stories from hoax sites and hyperpartisan blogs generated 8,711,000 shares, reactions, and comments on Facebook.

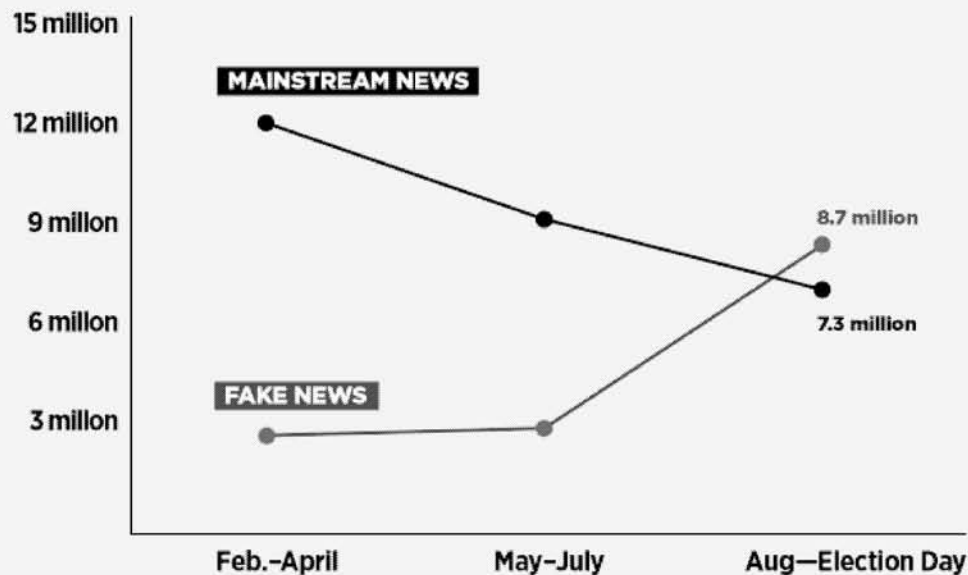
Within the same time period, the 20 best-performing election stories from 19 major news websites generated a total of 7,367,000 shares, reactions, and comments on Facebook. (This analysis focused on the top performing link posts for both groups of publishers, and not on total site engagement on Facebook. For details on how we identified and analyzed the content, see the bottom of this post. View our data [here](#).)

Up until those last three months of the campaign, the top election content from major outlets had easily outpaced that of fake election news on Facebook. Then, as the election drew closer, engagement for fake content on Facebook skyrocketed and surpassed that of the content from major news outlets.

"I'm troubled that Facebook is doing so little to combat fake news," said Brendan Nyhan, a professor of political science at Dartmouth College who researches political misinformation and fact-checking. "Even if they did not swing the election, the evidence is clear that bogus stories have incredible reach on the network. Facebook should be fighting misinformation, not amplifying it."

A Facebook spokesman told BuzzFeed News that the top stories don't reflect overall engagement on the platform.

Total Facebook Engagements for Top 20 Election Stories



ENGAGEMENT REFERS TO THE TOTAL NUMBER OF SHARES, REACTIONS, AND COMMENTS FOR A PIECE OF CONTENT ON FACEBOOK SOURCE: FACEBOOK DATA VIA BUZZSUMO

BuzzFeed News

"There is a long tail of stories on Facebook," the spokesman said. "It may seem like the top stories get a lot of traction, but they represent a tiny fraction of the total."

He also said that native video, live content, and image posts from major news outlets saw significant engagement on Facebook.

Of the 20 top-performing false election stories identified in the analysis, all but three were overtly pro-Donald Trump or anti-Hillary Clinton. Two of the biggest false hits were a story claiming Clinton sold weapons to ISIS and a hoax claiming the pope endorsed Trump, which the site removed after publication of this article. The only viral false stories during the final three months that were arguably against Trump's interests were a false quote from Mike Pence about Michelle Obama, a false report that Ireland was accepting American "refugees" fleeing Trump, and a hoax claiming RuPaul said he was groped by Trump.

This new data illustrates the power of fake election news on Facebook, and comes as the social network deals with criticism that it allowed false content to run rampant during the 2016 presidential campaign. CEO Mark Zuckerberg said recently it was "a pretty crazy idea" to suggest that fake news on Facebook helped sway the election. He later published a post saying, "We have already launched work enabling our community to flag hoaxes and fake news, and there is more we can do here."

This week BuzzFeed News reported that a group of Facebook employees have formed a task force to tackle the issue, with one saying that "fake news ran wild on our platform during the entire campaign season." The *Wall Street Journal* also reported that Google would begin barring fake news websites from its AdSense advertising program. Facebook soon followed suit.

These developments follow a study by BuzzFeed News that revealed hyperpartisan Facebook pages and their websites were publishing false or misleading content at an alarming rate — and generating significant Facebook engagement in the process. The same was true for the more than 100 US politics websites BuzzFeed News found being run out of the Former Yugoslav Republic of Macedonia.

This new analysis of election content found two false election stories from a Macedonian sites that made the top-10 list in terms of Facebook engagement in the final three months. *Conservative State* published a story that falsely quoted Hillary Clinton as saying, "I would like to see people like Donald Trump run for office; they're honest and can't be bought." The story generated over 481,000 engagements on Facebook. A second false story from a Macedonia site falsely claimed that Clinton was about to be indicted. It received 149,000 engagements on Facebook.

Top 5 Fake Election Stories by Facebook Engagement (three months before election)

**“Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump
for President, Releases Statement”
(960,000, *Ending the Fed*)**

**“WikiLeaks CONFIRMS Hillary Sold Weapons to ISIS...
Then Drops Another BOMBSHELL! Breaking News”
(789,000, *The Political Insider*)**

**“IT’S OVER: Hillary’s ISIS Email Just Leaked &
It’s Worse Than Anyone Could Have Imagined”
(754,000, *Ending the Fed*)**

**“Just Read the Law: Hillary Is Disqualified
From Holding Any Federal Office”
(701,000, *Ending the Fed*)**

**“FBI Agent Suspected In Hillary Email
Leaks Found Dead In Apparent Murder-
Suicide” (567,000, *Denver Guardian*)**

ENGAGEMENT REFERS TO THE TOTAL NUMBER OF SHARES, REACTIONS, AND COMMENTS
FOR A PIECE OF CONTENT ON FACEBOOK SOURCE: FACEBOOK DATA VIA BUZZSUMO

BuzzFeed News

Top 5 Mainstream Election Stories by Facebook Engagement (three months before election)

**“Trump’s History of Corruption Is Mind-Boggling.
So Why Is Clinton Supposedly the Corrupt One?”
(849,000, *Washington Post*)**

**“Stop Pretending You Don’t Know
Why People Hate Hillary Clinton”
(623,000, *Huffington Post*)**

**“Melania Trump’s Girl-on-Girl Photos
From Racy Shoot Revealed”
(531,000, *New York Post*)**

**“Ford Fact Checks Trump:
We Will Be Here Forever”
(407,000, *CNN*)**

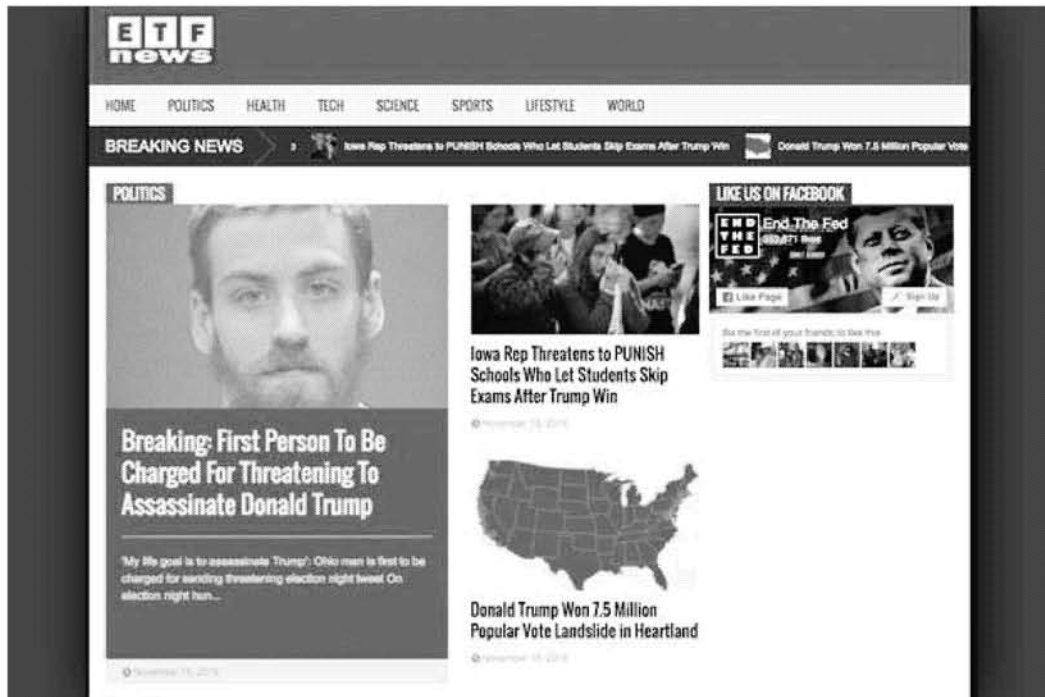
**“I Ran the C.I.A. Now
I’m Endorsing Hillary
Clinton” (373,000,
New York Times)**

ENGAGEMENT REFERS TO THE TOTAL NUMBER OF SHARES, REACTIONS, AND COMMENTS
FOR A PIECE OF CONTENT ON FACEBOOK SOURCE: FACEBOOK DATA VIA BUZZSUMO

BuzzFeed News

All the false news stories identified in BuzzFeed News' analysis came from either fake news websites that only publish hoaxes or from hyperpartisan websites that present themselves as publishing real news. The research turned up only one viral false election story from a hyperpartisan left-wing site. The story from *Winning Democrats* claimed Ireland was accepting anti-Trump "refugees" from the US. It received over 810,000 Facebook engagements, and was debunked by an Irish publication. (There was also one post from an LGBTQ site that used a false quote from Trump in its headline.)

The other false viral election stories from hyperpartisan sites came from right-wing publishers, according to the analysis.



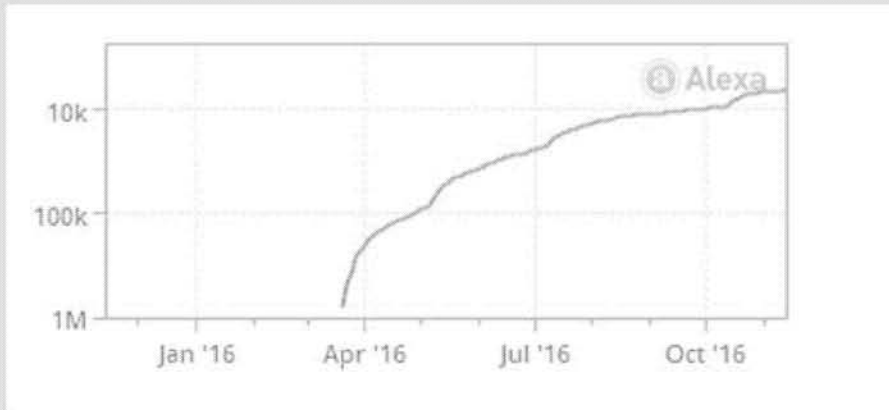
Ending the Fed

One example is the remarkably successful, utterly untrustworthy site *Ending the Fed*. It was responsible for four of the top 10 false election stories identified in the analysis: Pope Francis endorsing Donald Trump, Hillary Clinton selling weapons to ISIS, Hillary Clinton being disqualified from holding federal office, and the FBI director receiving millions from the Clinton Foundation. These four stories racked up a total of roughly 2,953,000 Facebook engagements in the three months leading up to Election Day.

Ending the Fed gained notoriety in August when Facebook promoted its story about Megyn Kelly being fired by Fox News as a top trending item. The strong engagement the site has seen on Facebook may help explain how one of its stories was featured in the Trending box. The site, which does not publicly list an owner or editor, did not respond to a request for comment from BuzzFeed News.

Like several other hyperpartisan right-wing sites that scored big Facebook hits this election season, *Ending the Fed* is a relatively new website. The domain endingthefed.com was only registered in March. Yet according to BuzzFeed News' analysis, its top election content received more Facebook engagement than stories from the *Washington Post* and *New York Times*. For example, the top four election stories from the *Post* generated roughly 2,774,000 Facebook engagements — nearly 180,000 fewer than *Ending the Fed*'s top four false posts.

A look at *Ending the Fed*'s traffic chart from Alexa also gives an indication of the massive growth it experienced as the election drew close:



Alexa / Via alexa.com

A similar spike occurred for *Conservative State*, a site that was only registered in September. It saw a remarkable traffic spike almost instantly:



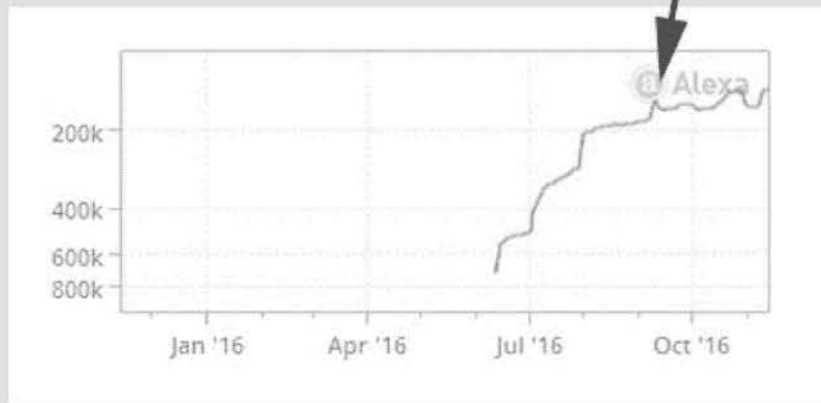
Alexa / Via alexa.com

Alexa estimates that nearly 30% of *Conservative State*'s traffic comes from Facebook, with 10% coming from Google.

Along with unreliable hyperpartisan blogs, fake news sites also received a big election traffic bump in line with their Facebook success. The *Burrard Street Journal* scored nearly 380,000 Facebook engagements for a fake story about Obama saying he will not leave office if Trump is elected. It was published in September, right around the time Alexa notched a noticeable uptick in its traffic:

That site was only registered in April of this year. Its publisher disputes the idea that its content is aimed at misleading readers. "The *BS Journal* is a satire news publication and makes absolutely no secret of that or any attempt to purposely mislead our readers," he told BuzzFeed News.

Large news sites also generated strong Facebook engagement for links to their election stories. But to truly find the biggest election hits from these 19 major sites, it's necessary to go back to early 2016.



Alexa / Via alexa.com

The three biggest election hits for these outlets came back in February, led by a contributor post on the *Huffington Post*'s blog about Donald Trump that received 2,200,000 engagements on Facebook. The top-performing election news story on Facebook for the 19 outlets analyzed was also published that month by CBS News. It generated an impressive 1.7 million shares, engagements, and comments on Facebook. Overall, a significant number of the top-performing posts on Facebook from major outlets were opinion pieces, rather than news stories.

The biggest mainstream hit in the three months prior to the election came from the *Washington Post* and had 876,000 engagements. Yet somehow *Ending the Fed* — a site launched just months earlier with no history on Facebook and likely a very small group of people running it — managed to get more engagement for a false story during that same period.

"People know there are concerned employees who are seeing something here which they consider a big problem," a Facebook manager told BuzzFeed News this week. "And it doesn't feel like the people making decisions are taking the concerns seriously."

How We Gathered the Data

BuzzFeed News used the content analysis tool BuzzSumo, which enables users to search for content by keyword, URL, time range, and social share counts. BuzzFeed News searched in BuzzSumo using keywords such as "Hillary Clinton" and "Donald Trump," as well as combinations such as "Trump and election" or "Clinton and emails" to see the top stories about these topics according to Facebook engagement. We also searched for known viral lies such as "Soros and voting machine."

In addition, created lists of the URLs of known fake news websites, of hyperpartisan sites on the right and on the left, and of the more than 100 pro-Trump sites run from Macedonia that were previously identified in BuzzFeed News reporting. We then looked for the top performing content on Facebook across all of these sites to find false stories about the election.

We conducted our searches in three-month segments beginning 9 months from election day. This broke down as February to April, May to July, and August to election day.

Even with the above approaches, it's entirely possible that we missed other big hits from fake news websites and hyperpartisan blogs.

To examine the performance of election content from mainstream sites, we created a list that included the websites of the *New York Times*, *Washington Post*, NBC News, *USA Today*, Politico, CNN, *Wall Street Journal*, CBS News, ABC News, *New York Daily News*, *New York Post*, BuzzFeed, *Los Angeles Times*, NPR, *The Guardian*, Vox, *Business Insider*, *Huffington Post*, and Fox News. We then searched for their top-performing election content in the same three-month segments as above.

It's important to note that Facebook engagement does not necessarily translate into traffic. This analysis was focused on how the best-performing fake news about the election compared with real news from major outlets on Facebook. It's entirely possible — and likely — that the mainstream sites received more traffic to their top-performing Facebook content than the fake news sites did. As the Facebook spokesman noted, large news sites overall see more engagement on Facebook than fake news sites.

Chasing millennials and profits, Univision restructures and lays off at least 200



Jorge Ramos (left), anchor for "Noticiero Univision" and host of the Sunday morning news talk show "Al Punto," talks to Isaac Lee, president of news for Univision, at Univision. (Alexia Fodere/FOR THE WASHINGTON POST)

Margaret Sullivan

The Spanish-language media giant Univision Communications will lay off almost 6 percent of its workforce — between 200 and 250 people — after it slipped into the red last quarter, the company announced Wednesday.

The layoffs, along with a planned restructuring, “are in response to difficult times, challenging times,” Isaac Lee, Univision’s digital, entertainment and news chief, told The Washington Post in his first public comments on the moves. “We need to position ourselves for the future.”

Univision had a third-quarter net loss of \$30.5 million on total revenue of \$735 million, down 8 percent.

As its traditional audience of Latino television watchers becomes older or cuts the cord, the company will also continue to chase what it sees as its savior: the English-language, digital, millennial audience.

Univision made a surprising move in that direction last summer when it paid \$135 million for the media companies associated with Gawker, the Manhattan-based media gossip site. Gawker was forced to file for bankruptcy as a result of a crippling \$140 million jury award in the Hulk Hogan sex tape suit. The suit was financed by billionaire investor Peter Thiel, in retribution for Gawker’s outing of him as gay in 2007.

After Univision’s purchase of the Gawker websites, including Deadspin, covering sports, and Gizmodo, about tech, Gawker itself was soon shuttered. Last month, Univision drew criticism for eliminating several articles from those sites that were involved in lawsuits.

Gizmodo Media Group will search for a new editor in chief to report to Raju Narisetti, formerly of the Wall Street Journal, The Post and News Corp., who was recently named chief executive of the group.

John Cook, who had been the top editor both at Gawker and the new Gizmodo group, will head a new 10-person investigative unit beginning Jan. 1.

"Gawker was a bunch of people with machine guns. I hope to have some snipers," Cook said in an interview Tuesday. The team will include outside hires as well as those already working for the Gizmodo group.

Katie Drummond, formerly of Bloomberg.com, has been named executive managing editor of Gizmodo Media Group, Lee said.

Lee said that those working for the Gawker-related sites would not be affected by the staff reductions.

"I'm not touching them," he said. "I don't have the right assessment today. It's been a short time, and they do a great job." Many of the layoffs will be at Fusion, a site aimed at multicultural millennials.

The majority of Fusion's editorial staff voted last week to unionize. The Wall Street Journal reported last month that, according to employees, executives had discouraged that development.

Lee said that those employees who had voted to join the Writers Guild of America union, and who were being laid off, would be given the same severance as other union employees within Gizmodo Media Group. He added that he has no objection to employees unionizing.

Lee said that the layoffs involve business-side and editorial employees throughout Univision.

As part of the restructuring, Fusion and the Root will join Gizmodo Media Group, the former Gawker sites: Deadspin, Jezebel, Gizmodo, Lifehacker, Kotaku and Jalopnik.

The Root, oriented toward African American culture, was formerly part of The Washington Post. Fusion's staff includes well-known journalists such as Felix Salmon, formerly of Reuters, and Alexis Madrigal, formerly of the Atlantic.

Univision is privately held. Its chairman is billionaire investor Haim Saban.

The TV news division is best known for anchors Jorge Ramos and Maria Elena Salinas. In a high-profile incident during the presidential campaign, Donald Trump had Ramos removed from a news conference last year after his persistent questions about immigration.

www.washingtonpost.com/lifestyle/style/chasing-millennials-and-profits-univision-restructures-and-lays-off-200/2016/11/16/90e14b60-ab49-11e6-a31b-4b6397e625d0_story.html

END OF THE ROAD —

FCC abides by GOP request, deletes everything from meeting agenda

FCC chair takes all rulemakings off agenda one day after GOP lawmakers' request.



FCC Chairman Tom Wheeler.

Jon Brodtkin

The Federal Communications Commission has deleted every major item from the agenda of its monthly meeting, apparently submitting to a request from Republicans to halt major rulemakings until Donald Trump is inaugurated as president.

Republicans from the House and Senate sent letters to FCC Chairman Tom Wheeler yesterday urging him to stand down in his final months as chairman. The GOP pointed out that the FCC halted major rulemakings eight years ago after the election of Barack Obama when prompted by a similar request by Democrats.

Wheeler's office hadn't said whether it will comply with the request, but today it announced the deletion of all items that were originally scheduled to be presented and voted on at tomorrow's meeting. The FCC said the items "remain on circulation," which means they can still be voted on, but a vote doesn't appear likely.

Before the change, the agenda included votes on price caps for "special access" business data services; Universal Service funding to expand mobile broadband networks; wireless roaming obligations; and requirements for audio description of TV programming for blind and visually impaired people. The only item not deleted from tomorrow's meeting is part of the "consent agenda," which means it is routine and wasn't going to be presented individually.

Of the major items, the business data services proposal had received the most attention. These are dedicated wireline circuits provided by traditional phone companies like AT&T and Verizon; the services supply bandwidth for cellular data networks, indirectly affecting the price consumers pay for wireless service. The business data services are also used by banks and retailers to connect ATM machines and credit card readers, by government and corporate users to connect branch offices and data centers, and to support public safety operations and health care facilities.

The now-deleted agenda item would have phased in price cap decreases of 11 percent over three years to account for "over a decade of efficiency gains" since the last price cap adjustment.

Wheeler's attempt to impose new set-top box rules that help consumers avoid paying cable box rental fees may also be doomed. Consumer advocacy group Public Knowledge sent a letter to Trump today urging him to side with consumers instead of "cable and Hollywood lobbyists" on the issue.

While Wheeler's set-top box rules weren't on tomorrow's agenda, the FCC could technically vote on them at any time. But the mass agenda deletion seems to be a strong signal that Wheeler's FCC is done making major rule changes.

Public Knowledge Senior VP Harold Feld was disappointed by the agenda deletion. "While respecting the tradition that the FCC should generally wait for the new administration before acting on any new initiatives, these items were essentially completed and ready to move," Feld said. "More importantly, the agenda items address real and pressing problems in the broadband marketplace. These problems do not simply go away due to an administration change."

Promoted Comments

- [jdale](#) Ars Tribunus Militum
-

[JUMP TO POST](#)

Quote:

Public Knowledge Senior VP Harold Feld was disappointed by the agenda deletion. "While respecting the tradition that the FCC should generally wait for the new administration before acting on any new initiatives, these items were essentially completed and ready to move," Feld said. "More importantly, the agenda items address real and pressing problems in the broadband marketplace. These problems do not simply go away due to an administration change."

The problems don't go away due to an administration change, but the solutions might.

6369 posts | registered 6/27/2011

<http://arstechnica.com/tech-policy/2016/11/fcc-surrenders-to-republicans-deletes-everything-from-meeting-agenda/>

When GOP last held control, funding for public broadcasting remained steady

Dru Sefton

The last time Republicans controlled both the White House and Congress, legislators still helped to ensure that public media funding continued — and grew.

Public broadcasters are wondering about that time and are also looking ahead, with Republican President-elect Donald Trump preparing to take office and both houses of Congress still GOP strongholds after the election.

“Do we know how Trump feels about CPB?” asks Benny Becker, a reporter/producer with WMMT-FM in Whitesburg, Ky. “Could it get defunded? What are the most likely and worst-case scenarios for public radio?” Becker submitted his question as part of our *Currently Curious* series.

Trump has said nothing that Current could find on the issue of whether he supports funding for public broadcasting. Current also attempted to reach Trump’s campaign several times before the election and received no response.

The first possible hurdle for CPB funding could come fairly soon. In the past, conservative legislators have pushed for short-term funding plans to give an incoming president the chance to propose a new budget created around Republican priorities.

“Our federal funding may be well be challenged in coming weeks and months, but we have important allies in the new administration,” Patrick Butler, president of America’s Public Television Stations, told Current. Butler cited incoming Vice President Michael Pence, who received the APTS Champion of Public Broadcasting award in 2014 for restoring state support to public stations in Indiana when he was governor.

Republican majorities in both houses of Congress have also supported public broadcasting over the past two years, Butler noted. “We know we have more hard work ahead, but we are confident about our prospects for continued bipartisan support for federal funding.”

NPR declined to comment on the outlook for public radio funding. At a meeting of the NPR Board Wednesday, newly re-elected Chair Roger LaMay, g.m. of WXPB in Philadelphia, alluded to a potentially more challenging funding atmosphere ahead. The threat “should heighten our resolve to grow business,” he said, and NPR’s board should “show strategic thoughtfulness and leadership.” The board was to hear in executive session later in the day from Mike Riksen, the network’s v.p. for policy and representation.

Perhaps looking at what happened the last time the GOP held the White House and Congress could provide clues. Tucker Ives, a digital producer at Connecticut Public Broadcasting, also submitted a *Currently Curious* question: “How was government funding of public media affected the last time Republicans controlled the White House and Congress?”

The last time both houses of Congress and the White House were in Republican hands was from 2003 through mid-January 2007 under President George W. Bush.

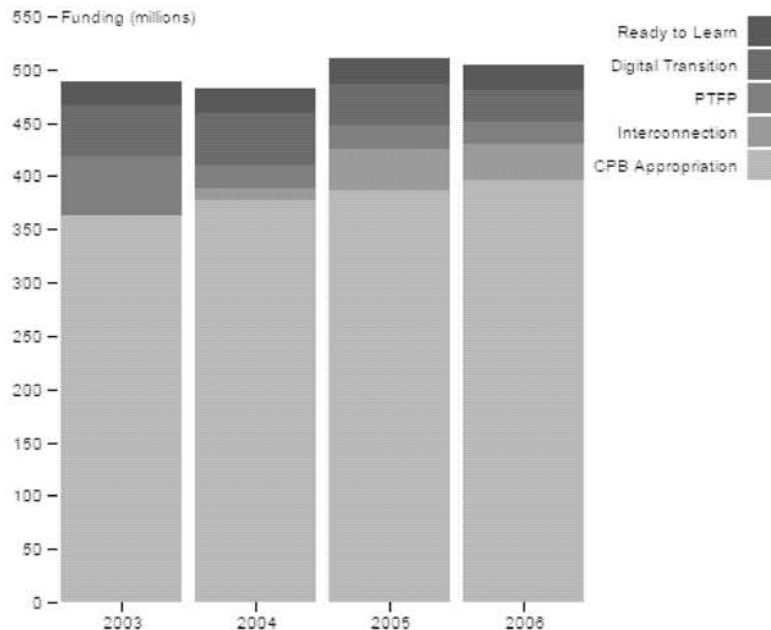
The CPB appropriation, which is the foundation of federal support, has been forward-funded by two years since 1976, intended to shield public broadcasting from political pressure over content. That means that money requested in, say, a president’s proposed budget for the 2003 fiscal year ends up providing public broadcasting’s support in FY05.

In 2003, Bush proposed \$365 million for CPB’s FY05 appropriation, and Congress provided \$362.8 million. But from 2004 through 2006, he zeroed out the CPB appropriation in his proposed budgets. Congress, however, countered Bush’s proposals and continued support, increasing CPB’s outlay by 5 percent during that time.

That wasn’t without a fight. In 2005 the GOP-led House Appropriations Committee proposed a 25 percent cut to the \$400 million CPB outlay. A *weeklong public outcry* erupted, and the House reversed the recommended cut in funding. All but six of the House’s 202 Democrats voted against the cut; 87 of 140 Republicans joined them. Republicans now hold 20 more seats in the House.

Federal funding for public broadcasting, 2003–06

CPB appropriations are the requested amount that year, for funding two years in advance. (Source: [CPB](#); Chart: Mike Janssen/Current)



Also in 2005, a *Postcards from Buster* episode about two families with lesbian parents ignited a funding controversy. New U.S. Secretary of Education Margaret Spellings sent a letter to PBS citing the agency's "strong and very serious concerns" about the episode and insisting that PBS refund Ready to Learn money used to make the program if the network distributed it. PBS dropped distribution of the show.



Buster with two families and their four gay moms.

(Image: WGBH/Cookie Jar Entertainment Inc.)

During the GOP years, money also flowed to public broadcasting for interconnection, the system's distribution architecture.

The Public Telecommunications Facility Program, which began to provide money for equipment in 2000, had a harder time under Republican control. The House tried to kill it off in its proposed 2003 budget; PTFP survived with \$55 million provided by the Senate, but by 2005 that had dropped 64 percent. PTFP faced similar challenges in subsequent years and finally shut down in 2011.

Stations also got cash to pay for the switch from analog to digital broadcasting during the years that Republicans ran Washington. "We positioned the digital TV conversion as an opportunity for public broadcasting to deploy new services," said John Lawson, then president of what is now APTS. Support decreased 38 percent between 2006 and 2009 as the switchover neared and work began to be completed.

Ready to Learn, a competitive grant program administered by the U.S. Department of Education, also provided funding to public television during GOP-controlled years. "The Bush Administration from day one was very supportive of Ready to Learn and helped us to increase those funds," Lawson said.

But that wasn't without its own battles on the Hill, including surviving being zeroed out by the House Appropriations Committee in 2005.

PROTECTION DES SOURCES

Une commission sous surveillance

De prime abord, la Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques repose sur des assises solides. La compétence et la rigueur du juge Jacques Chamberland ne font pas l'ombre d'un doute. Il sera bien entouré avec des commissaires tels que l'ancien directeur de la police de Québec Alexandre Matte, et une avocate spécialisée en droit des médias, Guylaine Bachand.

Une part de doute subsiste. La voix des journalistes, directement visés par la chasse aux sources à la Sûreté du Québec (SQ) et au Service de police de la Ville de Montréal (SPVM), est minoritaire. Le choix du personnel sera déterminant pour la crédibilité de la commission. Les représentants du monde des médias devront être mis à contribution pour colliger la preuve et orienter les travaux dans la bonne direction. Il ne faudrait surtout pas laisser le champ libre aux policiers, car dans cette histoire de chasse aux sources, ils font partie du problème. Il est difficile d'envisager qu'ils puissent faire partie de la solution.



BRIAN
MYLES

La commission ne doit pas servir de prétexte pour faire le procès du journalisme et de ses méthodes. Comme son nom l'indique, elle doit porter sur la protection des sources, ce qui revient à dire qu'elle mettra sur la sellette des policiers qui fouinent dans les téléphones intelligents des journalistes et des politiciens qui les auraient encouragés à le faire, directement ou indirectement.

Les relations de proximité entre le pouvoir politique et policier devront être au cœur du mandat de cette commission. À ce chapitre, il y aurait amplement matière à blâmer des fautifs... Mais dans un geste d'une trop grande prudence, les libéraux ont déjà décidé que la commission ne pourra pas formuler de blâmes. C'est un irritant majeur qui renforce l'impression d'impunité dont bénéficieraient les policiers louvoyants et leurs maîtres politiques.

Puisque le décret officialisant la création de la commission n'a pas encore été publié, il est encore temps de modifier son mandat. D'une part, il faut ajouter la possibilité de blâmer des témoins qui auront fait preuve d'une conduite répréhensible. D'autre part, il faut remonter à 2008 (et non 2010 comme le veut le gouvernement) pour prendre la mesure des problèmes.

La surveillance des journalistes, dont Alain Gravel, a débuté en 2008, au moment même où s'est amorcé l'un des cycles les plus féconds en journalisme d'enquête au Québec. Un cycle qui coïncide avec les années les plus sombres du gouvernement Charest. Il est donc essentiel que les travaux portent sur la période 2008 à 2016, afin que l'on crève l'abcès sur l'existence, réelle ou imaginée, d'une police politique au Québec.

Wimbledon will continue to be broadcast on the BBC until at least 2024

- Broadcaster has signed new agreement with the All England Club
- Championships coverage longest partnership in sports broadcasting



Sue Barker has been a mainstay of the BBC's Wimbledon coverage since 1993.

Photograph: Guy Levy/BBC

Kevin Mitchell

Wimbledon will be on the BBC for at least another eight years, it was confirmed on Thursday. The All England Club and the BBC announced a four-year extension to their partnership, taking the deal up to 2024.

The partnership, which in 2017 celebrates 80 years of television and 90 years of radio, is the longest in sports broadcasting history.

In a statement the club said: "The new agreement guarantees that Wimbledon will remain free-to-air for UK fans for a further four years from the conclusion of the current contract in 2020, with the Championships broadcast across BBC One, BBC Two, BBC online channels and on BBC Radio 5 Live.

"In 2016, the BBC registered a peak audience of 13.3m for Andy Murray's second Wimbledon title on BBC One, while Murray's first title in 2013 was watched by a peak audience of 17.3m people across the UK."

The 2017 tournament will mark, "the longest partnership in sports broadcasting history, which will celebrate 80 years of television and 90 years of radio", the statement added.

"As part of the new agreement, the AELTC [All England Lawn Tennis Club] will take responsibility for the production of the host broadcast from 2018 as part of Wimbledon Broadcast Services, emphasising its commitment to providing a best-in-class service to its global media partners while the BBC continue to deliver a high-quality domestic service."

Philip Brook, chairman of the All England Club, said: "We greatly value the BBC's commitment to delivering large national audiences for The Championships across a multitude of high-quality platforms."

Tony Hall, the BBC director general, said: "Wimbledon is the pinnacle of the sport, and as such has a special place in the hearts of the nation. Our extended agreement ensures the Championships can continue to be enjoyed free-to-air by the widest possible audience."

Fwd: Highlights Friday May 20, 2016 / Vendredi 20 mai 2016

1 message

Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>
To: Helene Breau <helene.breau@cbc.ca>

Wed, Dec 7, 2016 at 10:36 AM

A-2016-00078

----- Forwarded message -----

From: **Roger Belanger** <roger.belanger@cbc.ca>
Date: Fri, May 20, 2016 at 9:06 AM
Subject: Highlights Friday May 20, 2016 / Vendredi 20 mai 2016
To: Roger Belanger <roger.belanger@cbc.ca>

Highlights Friday May 20, 2016 / Vendredi 20 mai 2016**The Wire Report, Thursday May 19, 2016****CBC News reps outline plans for increased funding at committee**

CBC/Radio-Canada's English news division is undertaking aggressive "re-engineering" of its newsrooms, CBC News editor-in-chief Jennifer McGuire told the House of Commons standing committee on Canadian Heritage, indicating the public broadcaster plans to stay on that same path.

Conservative MP Kevin Waugh noted that in its opening statement Thursday morning, the public broadcaster's panel talked about delivering more local services at a lower cost, and asked why they plan to do so given there was an increase in CBC funding in this year's federal budget.

McGuire responded that CBC is "re-engineering our newsrooms" to be multi-platform.

...Radio-Canada's news divisions also plan to reinvest in local regions that have seen cuts, in digital and mobile content and to support on-the-ground reporting, the committee heard.

There has been some uncertainty around what exactly the new funding means for the broadcaster, while its direction could also be affected by the Heritage department's wide-ranging review of Canadian content.

The Wire Report**www.cbc.ca, Thursday May 19, 2016****Minister of Justice can't explain why CBC was charged \$100K more than CTF for GTH documents**

GTH appears to have 'two standards' of access to information fees: expert

One of Canada's leading access to information experts says the Global Transportation Hub appears to have two standards when assessing freedom of information fees and he worries that may indicate the government is using high fees to keep public documents from public view.

...The GTH sent CBC a fee estimate of \$111,842.50 which the organization said would net 9,170 documents. That's in excess of \$100,000 more than CTF's estimate.

...Drapeau said he's left wondering "because CBC is the requestor, does it generate a higher estimate of costs?"

Geoff Leo, CBC News**montrealssimon.blogspot.ca, Wednesday May 18, 2016****What Is the CBC's Con Board Hiding?**

Well we know who they are, the members of the board of the Conservative Broadcasting Corporation.

Posted by Simon**www.thestar.com****Abuse in the workplace not restricted to celebrities****We must recognize sexual harassment is part of everyday lives and it's time to take action**

Last week, the New York Times published a report on the way Donald Trump treats women in his personal and professional life.

...Coming as it does on the heels of Kathryn Borel's statements about her treatment by Jian Ghomeshi when he was her boss at the CBC, this report is as unsurprising as it is unpleasant to read.

...A job at Q at the height of its popularity was extremely desirable, and the Trump report emphasizes the fact he frequently hired and promoted female executives in an industry typically dominated by men.

Emma Healey

Le Journal de Montréal

On a changé Les échangistes

Avez-vous vu Vanessa Pilon à l'émission Les Échangistes à Radio-Canada? Un passionnant témoignage sur la dictature de l'apparence et la façon de s'en affranchir.

...Ma foi, Les Échangistes sont en train de devenir aussi incontournables que Tout le monde en parle.

Sophie Durocher

plus.lapresse.ca

Mike Ward s'excuse sur Facebook

Hugo Pilon-Larose

Le Journal de Montréal

Liberté d'expression 101

Décidément, jamais la liberté d'expression n'a été autant invoquée. Après Dieudonné, le tandem Nantel/Ward et une brochette d'humoristes ont crié à la censure.

...Protection légitime

Radio-Canada, à l'instar de n'importe quelle autre enceinte, plateforme ou institution, a le droit de refuser d'être associée aux blagues nauséabondes de certains comiques. Que ce soit par crainte de poursuites, pour préserver son image ou pour satisfaire son public, la raison importe peu. Le fait est que chacun est en droit de se dissocier des propos tenus par l'autre, et ce, sans avoir à s'en excuser. Ce n'est pas de la censure, c'est de l'autoprotection et c'est tout à fait légitime!

Nathalie Elgrably-Levy

ici.radio-canada.ca, **jeudi 19 mai 2016**

Valérie Sirois joint l'équipe d'ICI Estrie

L'animatrice de radio à la station Rouge Fm de Sherbrooke depuis 2011, Valérie Sirois a annoncé, jeudi, qu'elle quittait son micro pour rejoindre l'équipe ICI Radio-Canada Estrie à titre de chroniqueuse météo. Elle remplacera Steve Roy qui a annoncé son départ pour relever de nouveaux défis.

ici.radio-canada.ca

info-culture.biz, **jeudi 19 mai 2016**

Radio-Canada fait équipe avec Le Quartier des spectacles

Radio-Canada est heureuse de s'associer au Partenariat du Quartier des spectacles en proposant des activités culturelles et citoyennes aux Jardins Gamelin, un espace estival aménagé sur la place Émilie-Gamelin.

En collaboration avec Québec Cinéma, Radio-Canada continue de faire rayonner le cinéma d'ici et propose trois projections gratuites de films québécois en plein air dont elle est partenaire.

info-culture.biz

Le Journal de Montréal

Le «boss», maintenant, c'est Aldo Giampaolo

Le pouvoir absolu de René Angélil sur la carrière de Céline Dion et la compagnie Production Feeling a maintenant changé de mains.

...Lors de l'entrevue de Julie Snyder à Tout le monde en parle, le 8 mai, ses propos ambigus sur le choix de Marie-Claude Barrette pour une entrevue avec Céline ont pu laisser croire à la plupart des Québécois qu'il s'agissait d'une vengeance de Québecor.

Guy Fournier

Le Journal de Montréal

1 320 000 auditeurs pour Céline Dion

Quelque 1 320 000 personnes ont regardé l'entrevue de Marie-Claude Barrette avec Céline Dion mercredi soir à TVA. Intitulée Céline maintenant, l'émission a permis au réseau de récolter une part de marché de 41 % entre 21 h et 21 h 38. Une pointe de 1 620 000 téléspectateurs a également été atteinte durant la diffusion, selon les données préliminaires de Numéris.

Marc-André Lemieux

tbivision.com, **Thursday May 19, 2016**

Viewpoint: Canada – the battle continues

At the end of last year I penned an opinion piece for TBI about the drastic changes that were about to be implemented in the Canadian broadcasting industry and offered some thoughts as to the way forward.

Five months down the line there is even more to say, both positive and negative, but there are no real resolutions as yet and to a large extent, the industry is treading water.

Stewart Clarke

www.cbc.ca, **Thursday May 19, 2016**

Morley Safer, 60 Minutes journalist, dead at 84

Toronto-born newsman worked at CBC prior to joining CBS in 1964

Morley Safer, the legendary, Toronto-born reporter who covered such landmark stories as the construction of the Berlin Wall and the Vietnam War, has died at the age of 84 at his home in Manhattan, according to CBS News. Safer, who at one time worked for CBC News, recently retired from CBS due to poor health. On May 15, he tweeted that his time at CBS had been a "wonderful run."

CBC News

www.marketingmag.ca, Thursday May 19, 2016

CANADIAN NETWORKS PONDER WHICH NEW U.S. SHOWS TO ACQUIRE

The scoop on what's come out of the U.S. upfronts so far

Where will Canada's most-watched TV shows come from next fall? From America, of course. ABC, CBS, Fox and NBC, along with The CW, have all just held their lavish "upfronts" in New York. That's where they present the new shows they hope will become hits, leading to billions of dollars in advertising revenues. Watching closely: advertisers and Canadian show buyers.

Bill Brioux for Canadian Press

Financial Post

Who's afraid of a little Internet competition?

Could it be we finally have too much competition in Canadian residential telecom services, and that all this competition is actually harming Canadian consumers? That would seem to be the conclusion drawn in a recent study, "The State of Competition in Canada's Telecommunications Industry," by the Montreal Economic Institute.

George Burger

ipolitics.ca, Thursday May 19, 2016

Government to award contract to study newspaper industry

The Department of Canadian Heritage intends to award Canada's Public Policy Forum with a contract to conduct a study on the country's beleaguered newspaper industry.

According to a tender on the government's buy and sell website, Canadian Heritage "has a requirement to obtain expert advice and public policy information related to the current situation of the Canadian newspaper industry," and the purpose of this Advance Contract Award Notice (ACAN) is to signal the government's intention to award a contract for these services to Canada's Public Policy Forum.

Janice Dickson

Le Devoir

Avis de nomination

Le directeur du Devoir, Brian Myles, est heureux d'annoncer la nomination de deux nouveaux administrateurs au conseil du Devoir Inc.: Michèle Fortin et Alain Saulnier.

Ils seront des représentants au conseil des actionnaires de l'Imprimerie populaire Ltée.

Le Devoir

www.theguardian.com, Thursday May 19, 2016

Is it really the BBC's role to publish free recipes for harissa spiced lamb?

It didn't take a strike. It didn't take a march, or placards, or even a referendum on the future of the BBC to get those recipes back.

...In April the main BBC website attracted about 2bn page views, which is about a third of the total audience for UK online news. But does it really need public money to commission and publish "the cute animal quiz" and "the world's deadliest animals"? And show us how to swap spaghetti for "courgetti"? Isn't the BBC meant to be about, you know, broadcasting?

Christina Patterson

www.theguardian.com

BBC audience study shows Scottish viewers are most critical of all

Has Scotland fallen out of love with the BBC? Its views have now been officially measured in a UK-wide study, and the answer appears to be yes: Scottish audiences have a problem – a bigger problem than any other part of the UK.

..."We recognise that there's a deficit in programming in Scotland; there's no doubt about that," said Ian Small, BBC Scotland's head of communications. "It's not all down to a referendum affect. We've been able to chart for some time that there's a performance deficit around representation and portrayal."

Severin Carrell

Roger Bélanger

Corporate Communications

Communications institutionnelles

613-288-6240

roger.belanger@cbc.ca



20-05-2016-am.pdf
4184K

TODAY IN THE MEDIA
AUJOURD'HUI DANS LES MÉDIAS

1

Vendredi 20 mai 2016
Friday May 20, 2016

CBC News reps outline plans for increased funding at committee

The Wire Report

OTTAWA — **CBC/Radio-Canada's** English news division is undertaking aggressive "re-engineering" of its newsrooms, CBC News editor-in-chief Jennifer McGuire told the House of Commons standing committee on Canadian Heritage, indicating the public broadcaster plans to stay on that same path.

Conservative MP Kevin Waugh noted that in its opening statement Thursday morning, the public broadcaster's panel talked about delivering more local services at a lower cost, and asked why they plan to do so given there was an increase in CBC funding in this year's federal budget.

McGuire responded that CBC is "re-engineering our newsrooms" to be multi-platform.

She said that in the past, "you would have had separate newsrooms for local, for radio, for television, and separate assignment processes. What we have been doing quite aggressively, probably more aggressively than most, is integrating our services, so having a single multi-platform assignment process and pulling out any duplication in coverage" and ensuring content is shared between the different platforms in an effective way.

"We have to make some adjustments, but I think changing the way we work is key to our ability to compete in this kind of digital age," she added.

McGuire said the increased funding will be put towards news and local programming.

"On the English side the local services have been transforming to digital first, but we also at the same time took almost 10 per cent of the budget out, so we have some reinvestment to do to ensure sustainability and then, obviously, growth," she said.

A portion of the new funds will be spent on a station in London, Ont. Investments outside news will include "investment in the television schedule, in our digital capabilities in terms of fixing some of the technology pieces and other programming initiatives," she added.

Radio-Canada's news divisions also plan to reinvest in local regions that have seen cuts, in digital and mobile content and to support on-the-ground reporting, the committee heard.

There has been some uncertainty around what exactly the new funding means for the broadcaster, while its direction could also be affected by the Heritage department's wide-ranging review of Canadian content.

www.thewirereport.ca/briefs/2016/05/19/cbc-news-reps-outline-plans-for-increased-funding-at-committee/30895

UPDATED | Minister of Justice can't explain why CBC was charged \$100K more than CTF for GTH documents

GTH appears to have 'two standards' of access to information fees: expert

Geoff Leo, CBC News

30 hours free x \$15.00/half hour	\$8,460.00
9170 pages x \$0.25	(\$900.00)
Access request	\$2,292.50
multiple computer accounts.	\$111,842.50

Access to Information Act
and retrieval of
applicable.

The Global Transportation Hub told CBC it would cost \$111,842.50 for access to about 9,000 documents related to the GTH land deal.

One of Canada's leading access to information experts says the Global Transportation Hub appears to have two standards when assessing freedom of information fees and he worries that may indicate the government is using high fees to keep public documents from public view.

Michel Drapeau, an Ottawa lawyer and professor, has compared access requests submitted to the GTH by CBC and the Canadian Taxpayers Federation (CTF). Both organizations are seeking documents related to the Global Transportation Hub land deal.



Michel Drapeau, a lawyer and professor with expertise in access to information law said it appears the GTH may be using two standards when assessing fees for freedom of information requests. (ICI Radio-Canada)

Drapeau said the CTF's request was "very broad", asking for all land deal documents back to 2010, including emails, memos, contracts, correspondence and anything else.

The GTH estimated the request would net 10,000 pages and cost \$7,240; a fee Drapeau said was reasonable given the scope of the request.

By contrast he said the GTH's estimate to CBC was excessive and, in fact, the largest fee request he's seen in his decades of filing and teaching about access requests.

The GTH sent CBC a fee estimate of \$111,842.50 which the organization said would net 9,170 documents. That's in excess of \$100,000 more than CTF's estimate.

GTH ACCESS FEES

	Request	Data range	Estimated documents	Fee estimate
CBC	15 targeted requests	2012 to present	9,170	\$111,842.00
CTF	All documents	2010 to present	10,000	\$7,240



The Minister of Justice said he can't explain why the GTH wanted to charge CBC \$100,000 more than the CTF for access to information requests about the GTH land deal.

CBC's requests 'more restrained' than CTF's

Drapeau said the difference in fees is even more surprising given that CBC's requests for documents are "more focused, more disciplined more restrained in terms of scope" than the request from the CTF. CBC filed a series of 15 requests asking for specific documents or a series of documents from a specified date range.

Drapeau said when comparing the two responses, it appears as though the GTH has "two standards, two scales, two concepts as to how they come about the charge being asked for."

In his view, he said it's as though the government is saying "let's make it as outrageous as we can in order to discourage anybody from proceeding with it."

Drapeau said he's left wondering "because CBC is the requestor, does it generate a higher estimate of costs?"

CTF also puzzled by the gap

The gap also has the CTF scratching its head.



Todd MacKay with the Canadian Taxpayers Federation said by comparison to what CBC was charged, his fee estimate for GTH land deal documents was a deal.

Todd MacKay, the CTF's prairie director, said when he first received the \$7,240 estimate he was shocked and annoyed.

But in an interview, he told CBC "now that I've seen the fee that you guys got it's putting it in a somewhat different perspective."

"We got a deal," MacKay said.

Government defends fees

Minister of Justice Gordon Wyant said he can't explain the difference between the CTF and the CBC estimates, but he promised to look into the matter and find an explanation.

In Question Period on Wednesday, the Leader of the Opposition, Trent Wotherspoon took the government to task for the fees it is charging for CBC's freedom of information requests, saying "this outrageous stonewalling is absolutely unacceptable."

This outrageous stonewalling is absolutely unacceptable.

- Trent Wotherspoon, Leader of the Opposition

"Are you telling me that the Premier of Saskatchewan is actually defending those outrageous fees that are nothing more than a coverup of that government's scandal?" asked Wotherspoon.

Wyant said "the fees that were quoted were consistent with the fee schedule that's been in place in this province for over 20 years."

He said the CBC's requests were very broad and fulfilling them would be a costly endeavour.



Saskatchewan's Minister of Justice, Gordon Wyant defends the \$180,000 fee estimate the GTH gave to CBC for access to GTH land deal documents.

"The amount of the fee is indicative of the size of the request," Wyant explained. "It's certainly not to imply that the request was frivolous or vexatious. Just simply to reflect the amount of time that's going to be required to review those documents, to receive them and to vet them for the personal information that needs to be redacted."

He said it's reasonable for governments to charge for access requests and Saskatchewan's fees are consistent with those of other provinces.

"When you have to spend money to recover files that are stored by third-party providers, have to redact them, that takes a lot of time of officials within those various ministries," Wyant said.

Government 'shooting itself in the foot': professor

Sean Holman, a journalism professor from Mount Royal University in Calgary has also reviewed CBC and CTF's requests.

He said the massive fees and the government's lack of willingness to negotiate is sending a negative message to the public.



Sean Holman, a professor of journalism at Mount Royal University in Calgary, said typically governments would negotiate with journalists in an effort to assist in reducing fees. (www.infoandprivacy.ca)

"It's shooting itself in the foot. It's kicking itself in its own mouth," he said, referring to the Saskatchewan government. "It's doing all these things to reinforce to the public the fact that it does not want this information out."

He said ultimately these are public documents and the government has an obligation to be as transparent with them as possible.

CBC is appealing the \$111,842.50 estimate from the GTH and a the \$69,645 estimate for similar documents from the Ministry of Highways to Saskatchewan's Information and Privacy Commissioner.

www.cbc.ca/news/canada/saskatchewan/minister-justice-cbc-charged-gth-documents-access-1.3588639

What Is the CBC's Con Board Hiding?

Posted by Simon



Well we know who they are, the members of the board of the Conservative Broadcasting Corporation.

And we know that one of them, Brian Mitchell, just left to run for President of the Harper Party.

"I think the party needs me," Mitchell said. "The party needs my experience and my help and my loyalty."

But what we don't know is what the Harper Party's other loyal servants have been up to since the election.

Or why the minutes and other documents of the Con board's meetings are suddenly a secret.

Since August 20 2015, the CBC has not published any agendas, minutes or documents prepared for its board of directors, which it normally does as part of its policy of proactive disclosure. Between January and August 2015, documents for seven meetings were published.

Even as the board prepares to sell off all kinds of buildings all over the country, including Radio Canada's Montreal headquarters.

In February, the broadcaster put Maison Radio-Canada — valued at \$104 million by the City of Montreal — up for sale. According to documents issued by brokers Avison Young and Brookfield Financial earlier this year, the CBC wants to divest 100 per cent of its interest in the René-Lévesque Boulevard East site.

Which could cripple the national broadcaster's ability to produce its own programming.

And it can only make you wonder why they cooperated so enthusiastically when Stephen Harper was slowly strangling the CBC?



When thousands of mostly young workers were thrown into the street, while they never raised a voice in protest.

So I think this question from the NDP's Heritage Critic Pierre Nantel is a good one.

Nantel asked Canadian Heritage Minister Mélanie Joly if the lack of public disclosure concerned her, given that many of the appointees on the CBC's board were selected by the previous government of Stephen Harper: "Six months after the Liberals' election, the CBC board is still stacked with Conservatives making decisions in total secrecy. Does the Minister think it is acceptable for our public broadcaster to work this way?"

And while Mélanie Joly's answer was reassuring.

Joly told the house she is following the issue closely and considers appointments to the CBC/Radio-Canada board of directors to be a priority. She said the Liberal government intends to announce an appointments process in the coming weeks.

I think we need to keep up the pressure on the government to make sure that happens sooner rather than later.

And demand that this matter get **urgent attention**.

Stephen Harper did poison the well.

Harper has ensured his hostile agenda will live on by appointing some Board members to serve until 2020, the year after the next election.

He tried to make sure that his plans to slowly destroy the CBC would continue even if he was defeated...

And this is the only way we are going to fix that **problem**.

The Liberal government cannot simply dismiss members of CBC's Board, including Hubert Lacroix, CBC's President because their appointments are made "during good behavior." To do so would further undermine CBC's independence and set a bad precedent, though it is clear that the CBC needs new leadership.

Abuse in the workplace not restricted to celebrities

We must recognize sexual harassment is part of everyday lives and it's time to take action



Donald Trump, seen at a Miss Universe event in 2006, has been accused of unsettling workplace conduct toward women. These revelations, as well as those of Jian Ghomeshi at the CBC, are in reality a part of many people's day-to-day lives, writes Emma Healey. Ignoring this fact is what allows such behaviour to proliferate. (GETTY IMAGES)

Emma Healey

Last week, the *New York Times* published a report on the way Donald Trump treats women in his personal and professional life. More than 50 women were interviewed, from ex-girlfriends to executives at his construction company, and the portrait that emerged was both chilling and complex: Trump is not (just) a cartoonishly out-of-control misogynist, but a skilled manipulator who relies heavily on the work of women even as he objectifies and abuses them.

Coming as it does on the heels of Kathryn Borel's statements about her treatment by Jian Ghomeshi when he was her boss at the CBC, this report is as unsurprising as it is unpleasant to read.

But it's also educational; if you have ever found yourself wondering how these men get away with such flagrant and consistent abuses of power in their workplaces, with other people watching, this report provides an answer.

It is a trope of capitalism that your job shouldn't always make you happy. But in industries that run on a self-perpetuating mythos of scarcity and competition for jobs, this idea gives abusers a mess of blurred boundaries within which they can freely manipulate vulnerable employees who have everything to lose.

When you're desperate for money or experience or exposure, there are a myriad of indignities and abuses of power you can – and have to – teach yourself to live with.

A job at Q at the height of its popularity was extremely desirable, and the Trump report emphasizes the fact he frequently hired and promoted female executives in an industry typically dominated by men. It is in environments where employees internalize the idea that they are just lucky to be there,

and where there's a strong financial and emotional incentive to ignore the truth of your own experiences, that abusers thrive.

There's a moment in the Trump report, when he's asked about his tendency to hire women, which feels icily familiar to anyone who's ever found themselves on the losing end of this dynamic: "It would just seem," he says, "that there was something that they want to really prove."

He's right, of course; that something is what lets him entrust his company to women while knowing he can sexualize, denigrate and verbally abuse them with impunity. In a cultural climate where women who assert themselves risk being branded difficult or shrill or entitled, being good at your job can mean learning to absorb abuse without complaint – either because you don't want to make trouble, or because you discover, as Borel did at the CBC, that there is more infrastructure in place to support your abuser than there is to protect you from him.

Of course, this kind of manipulation isn't always sexual or gendered in nature, but prevailing cultural attitudes about sexual assault mean women are conditioned to doubt the truth of their experiences.

One of the most heartbreaking parts of Borel's statement came when she explained that "the relentless message to me from my celebrity boss and the national institution we worked for were that his whims were more important than my humanity or my dignity. [...] It became very difficult for me to trust what I was feeling."

It is easy to be horrified by Ghomeshi's behaviour; it's unsurprising that Trump is as vile in his treatment of women as he is in every other aspect of his life. And it is easy to see these incidents as outsized, as outliers. But it is crucial that we see these stories for what they are: not as isolated incidents but as the most publicized examples of a much broader cultural issue.

Acting like these issues aren't a part of many people's day-to-day lives is what allows them to proliferate. If we learn anything from these stories it should be that abuse of power in the workplace is pernicious, pervasive and incredibly difficult to fight back against. But it also reminds us how crucial it is to examine the power we have in our own lives, and to use it for good.

If you are a man, if you are white, if you are heterosexual or cissexual or able-bodied, and if you are disheartened by the Ghomeshi verdict or horrified by Trump's behaviour, it's not enough just to be angry.

Use that feeling and the privileges you have in your own workplace for good. Pay attention to the way people around you – especially those without the same privileges – are being treated, ask questions, and speak up. It's the only way these stories will change.

Emma Healey is a Toronto-based writer.

www.thestar.com/opinion/commentary/2016/05/20/abuse-in-the-workplace-not-restricted-to-celebrities.html



The Trudeau government can and should abolish the Board through an amendment to the Broadcasting Act, replacing it with a new governance structure whose members are appointed based on merit and independent from the government. The new CBC leaders should also be given the power to hire and, if necessary, fire the President.

Change the Broadcasting Act.

And fire every member of that Con board...



For almost ten years they and others presided over the slow destruction of the CBC.

Now it's time for them to pay for that.

And for us to take back our CBC....

<http://montrealsimon.blogspot.ca/2016/05/what-is-cbcs-con-board-hiding.html#more>

SOPHIE

DUROCHER

sophie.durocher@quebecormedia.com



On a changé Les échangistes

Avez-vous vu Vanessa Pilon à l'émission *Les Échangistes* à Radio-Canada? Un passionnant témoignage sur la dictature de l'apparence et la façon de s'en affranchir.

Avez-vous vu Mike Ward, Nathalie Petrowski et François Morency aux *Échangistes*? Une sérieuse discussion sur les limites de la liberté d'expression.

Avez-vous vu Gregory Charles aux *Échangistes*? Une entrevue pleine d'humanité et de frissons, au sujet de sa mère qui souffre d'Alzheimer et de la difficulté de voir ses parents périlcliter.

Avez-vous entendu Patrick Bruel raconter la fois où il a laissé un tournoi de poker à Vegas pour venir chanter devant 80 000 personnes sur les plaines d'Abraham? Et avez-vous entendu la sortie vitriolique de Serge Denoncourt sur la télé?

Ma foi, *Les Échangistes* sont en train de devenir aussi incontournable que *Tout le monde en parle*.

DES ÉCHANGES CORSÉS

Cette émission, qui sombrait dans la superficialité cacophonique, est en train de devenir un vrai forum de discussions allumées entre gens qui s'écoutent parler! Alléluia!

Comme quoi les critiques, parfois, portent fruit et permettent de réajuster le tir.

Eric Salvail, le producteur des *Échangistes*, a très mal pris le texte que j'avais écrit sur son émission (c'est un euphémisme). Je ne suis pas la seule à avoir écrit que les chroniqueurs posaient des questions nounounes et que Pénélope semblait perdue dans cette mare d'insignifiance.

Mais j'imagine qu'à force de se faire dire qu'il n'y avait pas de place à Radio-

Canada pour un talk-show où on parle de trous dans les bas, d'obsession pour le gazon et de couleur de rouge à lèvres, quelqu'un quelque part a allumé.

Orr a fait le grand ménage parmi les chroniqueurs qui étaient les plus déconnectés; les chroniqueurs restants posent des questions pertinentes; on a laissé plus de place à l'excellente Pénélope sans l'interrompre à tout bout de champ; et surtout, on sent une vraie qualité d'écoute.

Tout ça pour dire que quand une émission de télévision ou un spectacle se fait critiquer, il y a deux attitudes possibles: bouder dans ton coin en te disant que les critiques sont des ratés sympathiques ou te regarder dans le miroir et te demander s'il n'y a pas une petite, petite, petite part de vérité dans ce qui est dit.

Les artistes ou artisans, au lieu de monter sur leurs grands chevaux comme des vierges offensées chaque fois qu'ils se font égratigner, devraient peut-être se rappeler qu'ils ne créent pas en vase clos. Ils nous proposent ou nous offrent des «produits» culturels. Et c'est à nous de leur dire si ça passe ou ça casse.

Les échangistes, ça cassait. Et maintenant, ça passe. Alors, bravo et chapeau!

TOUT ÇA POUR ÇA

Dans son entrevue lundi aux *Échangistes*, Mike Ward en a lâché



Comme quoi les critiques, parfois, portent fruit et permettent de réajuster le tir

une bonne: «Des galas, y'en a trop, on se le cachera pas. On gagne notre vie en faisant notre rêve de jeunesse. On gagne de gros salaires. Pis à la fin de l'année, on se donne des trophées. Moi, être dans le public, je serais comme "Heille, f.k you!" ».

Oui, je vous le confirme Mike, on était très nombreux à se sentir exactement comme ça dimanche soir en regardant les humoristes-martyrs et leur tempête dans un verre d'eau.



PHOTO ANDRÉ PICHETTE, ARCHIVES LA PRESSE

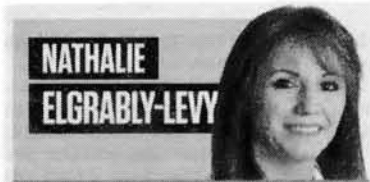
Mike Ward s'excuse sur Facebook

Mike Ward vit une semaine des plus mouvementée. Celui qui a gagné dimanche dernier l'Olivier de l'année s'est excusé sur Facebook, hier, auprès des animateurs de *La soirée est (encore) jeune* et de Martin Matte. Plus tôt cette semaine, il avait vécu une montée de colère sur le plateau de l'émission *Les échangeistes* à Radio-Canada. « J'ai eu une semaine remplie d'émotions, je commence à peine à m'en remettre. Trop d'amour, trop de haine. Les deux en même temps, ça m'a cassé », a expliqué Ward.

— Hugo Pilon-Larose, *La Presse*

 **CONSULTEZ**
la page Facebook de Mike Ward

http://plus.lapresse.ca/screens/14af8a0b-b40c-45e2-a9b4-2b048ec71f24%7C_0.html



**NATHALIE
ELGRABLY-LEVY**

Professeur d'économie HEC Montréal

Liberté d'expression 101

Décidément, jamais la liberté d'expression n'a été autant invoquée. Après Dieudonné, le tandem Nantel/Ward et une brochette d'humoristes ont crié à la censure.

Pouvoir exprimer librement sa pensée par la parole, à travers des écrits ou au moyen de l'art, est un droit incontestable. À cet égard, le Canada et le Québec font figure d'exemples. La liberté d'expression s'y porte très bien! Le problème, toutefois, c'est que trop de bien-pensants comprennent peu le concept de liberté.

AUCUNE OBLIGATION


La liberté d'expression garantit le droit d'exprimer son opinion sans être inquiété. Mais elle ne garantit pas l'accès à une plateforme, quelle qu'elle soit. Messieurs Nantel et Ward peuvent écrire et diffuser par leurs propres moyens tous leurs sketches, aussi faisandés soient-ils. En revanche, rien ne leur donne le droit de passer à la télé. Rien n'oblige Radio-Canada à leur fournir les moyens d'être vus par des centaines de milliers de Québécois. Et rien ne leur assure une apparition au Gala Les Olivier.

Ce que certains semblent oublier, c'est que la liberté d'expression des humoristes s'arrête là où débute la liberté d'association (et de non-association) des diffuseurs.

PROTECTION LÉGITIME

Radio-Canada, à l'instar de n'importe quelle autre enceinte, plateforme ou institution, a le droit de refuser d'être associée aux blagues nauséabondes de certains comiques. Que ce soit par crainte de poursuites, pour préserver son image ou pour satisfaire son public, la raison importe peu. Le fait est que chacun est en droit de se dissocier des propos tenus par l'autre, et ce, sans avoir à s'en excuser. Ce n'est pas de la censure, c'est de l'autoprotection et c'est tout à fait légitime!

Aujourd'hui, exprimer sa pensée ne suffit plus. Certains humoristes veulent également forcer leur présence en utilisant des véhicules qui appartiennent à d'autres. Ils devraient comprendre qu'ils peuvent dire ce qu'ils veulent, mais qu'ils ne peuvent obliger personne à les endosser!

 [@nathalie.elgrably](https://twitter.com/nathalie.elgrably)
[@quebecormedia.com](mailto:nathalie.elgrably@quebecormedia.com)

Valérie Sirois joint l'équipe d'ICI Estrie



L'animatrice de radio à la station Rouge Fm de Sherbrooke depuis 2011, Valérie Sirois a annoncé, jeudi, qu'elle quittait son micro pour rejoindre l'équipe ICI Radio-Canada Estrie à titre de chroniqueuse météo. Elle remplacera Steve Roy qui a annoncé son départ pour relever de nouveaux défis.

Valérie Sirois aura comme mandat de donner les prévisions météo sur toutes les plateformes d'ICI Estrie : au Téléjournal Estrie, En direct Estrie, à Écoutez l'Estrie ainsi que sur la page Facebook d'ICI Estrie. « Je suis vraiment fébrile de commencer ce nouveau défi avec la belle équipe de Radio-Canada. J'apporte avec moi ma folie et mon humour » a-t-elle dit.

« C'est avec fierté que j'accueille Valérie au sein de notre équipe. Son professionnalisme, sa personnalité rassembleuse, sa présence dynamique sur les réseaux sociaux et son amour pour notre région seront d'excellents atouts pour poursuivre notre virage numérique et continuer de faire de nos émissions des rendez-vous incontournables pour les Estriens », affirme le chef des Services français à Radio-Canada Estrie, Stéphane Laberge.

Valérie Sirois entrera en poste lors de la rentrée d'automne. D'ici là, elle conservera son micro à l'émission matinale de Rouge FM.

De son côté, Steve Roy continuera d'annoncer le temps qu'il fera, et ce, jusqu'au 16 juin prochain. Cet été, il présentera deux spectacles à Coaticook : La Virée d'Al Capone et La Cité des géants. « Ça a été un plaisir et un honneur de travailler chaque jour avec cette dynamique équipe. Ça ne m'a jamais pesé de faire la météo pour cette superbe région. »

<http://ici.radio-canada.ca/regions/estrie/2016/05/19/005-valerie-sirois-joint-radio-canada-estrie-depart-steve-roy.shtml>

Radio-Canada fait équipe avec Le Quartier des spectacles



Quartier de spectacles- Jardins Gamelin!

Radio-Canada est heureuse de s'associer au Partenariat du Quartier des spectacles en proposant des activités culturelles et citoyennes aux Jardins Gamelin, un espace estival aménagé sur la place Émilie-Gamelin.

CINÉMA D'ICI AUX JARDINS

En collaboration avec Québec Cinéma, Radio-Canada continue de faire rayonner le cinéma d'ici et propose trois projections gratuites de films québécois en plein air dont elle est partenaire.

Trois samedis soir à retenir :

- 18 juin : La passion d'Augustine de Léa Pool, mettant en vedette Céline Bonnier et couronné meilleur film au dernier Gala du cinéma québécois.
- 30 juillet : Guibord s'en va-t'en guerre de Philippe Falardeau, mettant en vedette Patrick Huard.
- 27 août : Paul à Québec de François Bouvier, inspiré par l'univers des bandes dessinées de Michel Rabagliati.

Les projections débiteront au coucher du soleil vers 21 h. Seul, en famille ou entre amis, apportez chaises pliantes ou couvertures et laissez-vous transporter par votre cinéma!

LES CONCERTS RÉVÉLATIONS RADIO-CANADA 2016-2017

Radio-Canada offre au grand public deux concerts gratuits de près d'une heure des Révélations Radio-Canada 2016-2017 sur la scène des Jardins Gamelin.

L'auteure-compositrice-interprète Laurence Nerbonne, Révélation Radio-Canada chanson, qui s'est illustrée au sein du groupe Hôtel Morphée (actif de 2009 à 2014) avant d'entamer une carrière solo, proposera sa pop teintée d'électro le vendredi 5 août à 19 h.

ILAM, Révélation Radio-Canada musique du monde, fera découvrir au public un mélange de reggae aux inclinaisons de blues et d'afro-folk métissé à des accents pop et rock, le vendredi 26 août à 19 h.

Une belle occasion de découvrir de nouveaux talents si ce n'est pas déjà fait!

UNE AMBIANCE MUSICALE SIGNÉE ICI MUSIQUE

Jusqu'au 2 octobre, les webradios d'ICI Musique vous accompagneront tous les jours aux Jardins Gamelin. Vous pouvez avoir dès aujourd'hui un aperçu des musiques offertes en explorant les webradios disponibles sur ICIMusique.ca.

http://info-culture.biz/2016/05/19/radio-canada-fait-equipe-avec-le-quartier-des-spectacles/#.Vz7yB_krLRY

GUY FOURNIER

guy.fournier@quebecormedia.com



Le « boss », maintenant, c'est Aldo Giampaolo

Le pouvoir absolu de René Angélil sur la carrière de Céline Dion et la compagnie Production Feeling a maintenant changé de mains. Les événements des derniers jours concernant les entrevues de la chanteuse aux États-Unis, en France et au Québec sont désormais la preuve hors de tout doute qu'Aldo Giampaolo, qu'Angélil est venu chercher chez QMI en juillet 2013, est devenu le grand patron des Productions Feeling et, partant, le mentor incontesté de Céline.

Lors de l'entrevue de Julie Snyder à *Tout le monde en parle*, le 8 mai, ses propos ambigus sur le choix de Marie-Claude Barrette pour une entrevue avec Céline ont pu laisser croire à la plupart des Québécois qu'il s'agissait d'une vengeance de Québecor. Même d'une vengeance de son actionnaire de contrôle, Pierre Karl Péladeau, d'acertes négociations de divorce étant alors en cours entre lui et Julie Snyder.

Le Groupe TVA a pourtant déclaré deux fois plutôt qu'une qu'il n'y était pour rien dans cette décision. C'est aussi mal connaître Pierre Karl Péladeau de lui prêter, malgré les circonstances adverses auxquelles il est confronté, une attitude aussi vindicative.

Le chroniqueur Richard Therrien du *Soleil* a révélé mercredi que Julie Snyder « n'a pas été écartée au profit de Marie-Claude Barrette pour faire l'entrevue de Céline Dion ». Et hier, ma consœur Sophie Durocher a ajouté que le choix de l'animatrice avait bel et bien été fait par l'équipe de Céline Dion, citant une source qui disait que si celui-ci « avait voulu que ce soit Julie qui fasse l'entrevue, Julie l'aurait faite ».

DÉCISION SIGNÉE GIAMPAOLO...

C'est Aldo Giampaolo qui a pris l'initiative de ce changement majeur dans la promotion de Céline, pour des raisons que Sophie Durocher a très bien expliquées. Mais il a fallu toute l'intelligence et la diplomatie de Giampaolo pour obtenir l'aval de Céline et faire de cette volte-face une décision conjointe. D'autant plus que Julie et Céline ont des liens très particuliers, celle-ci étant la marraine de Romy, la fille aînée de Julie et PKP.

Giampaolo, qui peut voir les choses plus objectivement, avait constaté qu'en entrevue avec Céline, Julie a toujours pris beaucoup de place. Julie – c'est l'une de ses forces – est loin de s'effacer devant un invité. Elle lui vole même la vedette. La grande familiarité qui existe entre Céline et Julie a souvent fait passer leurs entrevues pour une conversation presque anodine entre copines. Conversations qui furent souvent épuisantes et fort coûteuses, compte tenu du fait que Julie, insécure et perfectionniste, ne voit jamais l'heure de mettre fin à un enregistrement.

C'est sympathique et c'est amusant, ce genre de conversation à bâtons rompus entre deux copines qui semblent s'entendre comme

larrons en foire, mais tout dépend des besoins qu'on a et qu'on souhaite combler.

Céline voulant donner un nouveau souffle à sa carrière, elle avait besoin d'une entrevue où on lui laisserait toute la place. Une entrevue où l'animatrice serait effacée et conserverait avec elle une saine distance, empêchant cet important moment de télévision de sombrer dans le mélodrame et une pluie de larmes.

... MAIS PARTAGÉE PAR CÉLINE

Je ne crois pas que Céline ait pris seule plusieurs décisions de carrière. Si Angélil les a prises presque toutes, c'est toujours après en avoir discuté avec Céline et s'être bien entendu avec elle sur les raisons qui les motivaient. Giampaolo a côtoyé le couple, de près ou de loin, pendant 23 ans. Depuis deux ans, il les voyait presque quotidiennement. Il connaît donc très bien la façon d'aborder Céline et sait quels arguments peuvent l'ébranler et emporter son adhésion.

Si Angélil avait vécu, ce n'est probablement pas la décision qu'on aurait prise. René était d'une fidélité hors du commun à ses proches et ses amis et il considérait Julie Snyder comme un véritable « génie » de la télévision.

Pour mieux faire avaler la pilule par Julie et ses aficionados, on a laissé courir le bruit que Céline, dans cet élan de renouveau, changerait aussi d'intervieweur en France, même si Michel Drucker a le grand mérite de l'avoir fait connaître là-bas. Même si elle lui doit encore plus qu'elle ne devra jamais à Julie Snyder.

UN HEUREUX HASARD

Le hasard fait souvent bien les choses. À l'heure actuelle, Drucker n'est pas au mieux avec Delphine Ernotte, la nouvelle pdg de France Télévisions. *Vivement dimanche*, l'émission qu'il anime depuis 18 ans, sera coupée de moitié la saison prochaine. Elle pourrait même être abandonnée.

Il n'a donc jamais été question de Michel Drucker pour cet entretien de Céline. France 2, un diffuseur public, n'aurait jamais accepté une entrevue aussi substantielle en dehors des cadres d'une émission de variétés. Comme M6 s'était déjà engagée dans la promotion du 15^e album français de Céline en diffusant une grande soirée Céline Dion, la chaîne était tout indiquée pour décrocher l'exclusivité d'une entrevue avec elle. L'entrevue avec le journaliste Stéphane Rotenberg sera

diffusée le 24 mai à 20 h 55, heure de Paris. Elle sera suivie d'une autre émission spéciale où on entendra les 30 tubes de Céline, préférés des Français.

TOUT LE MONDE EN PARLE

À son passage à *Tout le monde en parle*, Julie Snyder s'est dite médusée de n'avoir pas été choisie pour l'importante entrevue avec Céline. Elle a dû l'être encore davantage en apprenant que la décision avait été prise par Giampaolo et sa vedette. Pourtant, si quelqu'un connaît le pouvoir que peut exercer une vedette sur les médias, c'est bien Julie. Ce pouvoir, elle l'a utilisé très habilement auprès de Guy A. Lepage.

Fort de l'appui de Paul Wilson, l'un des experts de la société de relations publiques National, n'a-t-elle pas réussi à obtenir l'approbation du montage final de son entrevue à *Tout le monde en parle*, en plus d'en avoir dicté, sans l'ombre d'un doute, la plupart des paramètres. Alors que son divorce avec Pierre Karl Péladeau était en pleine médiation, Julie avait besoin de paraître au mieux devant l'opinion publique.

Très conscients qu'une entrevue avec Julie allait devenir leur plus beau succès d'écoute de la saison, Guy A. Lepage et son équipe ont conclu que l'affaire valait bien quelques « accommodements » qu'on n'accorde pas aux autres. Aucun diffuseur ne reste sourd à l'appel des cotes

d'écoute, fût-il notre diffuseur public!



Céline Dion et Aldo Giampaolo.

PHOTO D'ARCHIVES

Télévision

1 320 000 auditeurs pour Céline Dion

MARC-ANDRÉ
LEMIEUX
Le Journal de Montréal

Quelque 1 320 000 personnes ont regardé l'entrevue de Marie-Claude Barrette avec Céline Dion mercredi soir à TVA. Intitulée *Céline maintenant*, l'émission a permis au réseau de récolter une part de marché de 41 % entre 21 h et 21 h 38. Une pointe de 1 620 000 téléspectateurs a également été atteinte durant la diffusion, selon les données préliminaires de Numéris.

COTES D'ÉCOUTE SUPÉRIEURES

Bien qu'appréciables, les cotes d'écoute de *Céline maintenant* sont loin des sommets atteints par d'autres émissions spéciales consacrées à Céline Dion et présentées à TVA au cours des dernières années. En octobre 2010, *Des nouvelles de Céline*, un tête-à-tête d'une heure entre la chanteuse, alors enceinte de jumeaux, et Julie Snyder, avait rallié plus de 2 millions de téléspectateurs.

Les deux derniers grands variétés dédiés à l'interprète ont aussi attiré des auditoires beaucoup plus larges. En novembre 2013, *Le banquier spécial Céline* avait obtenu les faveurs de 2 168 000 amateurs, alors qu'un an plus tôt, l'émission *Céline Dion... Sans attendre* avait rassemblé 2 386 000 curieux.

Céline maintenant marquait la première entrevue de Céline Dion depuis la mort de René Angélil, en janvier dernier. Sans surprise, la présentation du rendez-vous a fait chuter les cotes d'écoute des *Echangistes* à Radio-Canada. Le talk-show de Pénélope McQuade a enregistré ses plus faibles cotes d'écoute depuis ses débuts le mois dernier, soit 288 000 téléspectateurs.

Viewpoint: Canada – the battle continues

Stewart Clarke

At the end of last year I penned an opinion piece for TBI about the drastic changes that were about to be implemented in the Canadian broadcasting industry and offered some thoughts as to the way forward.

Five months down the line there is even more to say, both positive and negative, but there are no real resolutions as yet and to a large extent, the industry is treading water.

2016 has proved the slowest ever start to a commissioning year and there is a pervasive uncertainty amongst broadcasters and producers that, along with lingering legislative constraints, continues to stifle risk-taking and innovation.



2016 has proved the slowest ever start to a commissioning year

The 700 job losses at Bell Media last year and those more recently from the Corus and Shaw merger have forced people to step into new roles as well as manage more channels. And naturally, these people are still finding their feet and coming to terms with an increased workload.

My worry is that nobody is really taking care of business and this in itself could result in further cutbacks. Smaller producers also have a concern that these cuts benefit the larger production companies; commissioners would, for example, rather spend much less time – and probably money – with one big producer making a raft of programmes than with different producers for every show.

Practically speaking, these larger producers will inevitably be taking on some of the broadcasters' workload and this could be very appealing. A few smaller producers have already closed this year, or have been taken over, and more are expected to follow.

One of the major changes implemented by the CRTC's (Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission) review last year was the unbundling of channels. This came into effect on 1 March 2016 and now broadcasters have to offer 'skinny', pared down packages and added pick-and-play deals to give viewers more cost-effective options.

As predicted, with money ceasing to flow to some of the smaller, less-watched channels, we are starting to see casualties. Canal Argent, a financial/business channel, has folded for example, with attendant job losses, and I estimate that we could lose up to 10 more channels within the next 12 months.

In theory, broadcasters have a little more commissioning flexibility... there is no such flexibility granted to producers if they wish to receive vital tax credits

Canada's TV advertising revenues have also been flat for nearly five years so channel owners are now desperately looking for shows that will sell subscriptions; invariably content with big name celebrities that will generate good PR. In theory, broadcasters have a little more commissioning flexibility this year as, following the CRTC recommendations, individual channels can now move

outside their original genre restrictions. However, there is no such flexibility granted to producers if they wish to receive vital tax credits.

The criteria for tax credits was established more than two decades ago and while it once was a cushion that helped protect and grow the Canadian production industry, this cushion is now smothering us and slowly draining the life out of the industry.

One of my own productions provides a good example. *True Sex Confessions*, a show featuring everyday people discussing their love lives, initially qualified for funding as a documentary series. During production government factotums screened it and criticised it for being 'too entertaining' and we were asked to greatly increase the level of factual information and statistics to put this show back in the right box. Needless to say we were not happy, but significantly, neither was our broadcaster or ultimately the viewer.

Working to such contrived criteria is the antithesis of making the best shows possible and how can this benefit the industry going forward? This level of intervention will produce mediocre content that becomes less and less watched as unregulated new providers such as Netflix grow. And we certainly won't be competitive on the international stage.

But, I hear you say, great Canadian scripted content such as *Falling Skies*, *The Tudors*, or new comedy *Schitt's Creek* are travelling well. And indeed they are, as there is no government intervention in scripted content; no crazy, limiting criteria to meet and no need to be overtly Canadian.

We are still very much in the pain before gain period but there are big two chinks of light in the proverbial tunnel

If unscripted programming was allowed to follow suit, but still had some level of financial support, our industry would be forced to sharpen up and make programmes that viewers really wanted to watch, both at home and overseas. Viewers don't really care where great content comes from, they just want to be entertained and informed, and I strongly believe that they are the best people to advise us on what they want to see, not blinkered politicians and civil servants.

We are still very much in the pain before gain period but there are big two chinks of light in the proverbial tunnel since I last wrote.

I stated that an industry association, where producers and broadcasters came together to drive the agenda, would be welcome. Unofficially, different groups are now starting to work together. It's currently more of a think tank, but I'm very much hoping this will become formalised down the line. The other major positive is the April announcement from new heritage minister Mélanie Joly.

Mélanie Joly is expected to shake up our Broadcasting Act, which has been rigidly in place since 1991

She is expected to shake up our Broadcasting Act, which has been rigidly in place since 1991, when no one could foresee the impact of digital technologies or Netflix, and next year the government will also be preparing a new cultural export strategy.

A major consultation process is about to start and creators and consumers of cultural content will be at its core. This will be a lengthy process I'm sure, but as long as freedom and flexibility – for both consumers and creators – get enshrined in any new legislation and a commercial imperative is balanced with the cultural one, Canada could start producing, transmitting and exporting the compelling content of which it is more than capable.

There's still an awful lot to figure out and we don't really know where we are going yet – but, as long as viewers' needs are at the heart of any changes and Canadian content creators can be unshackled and take the lead, there is definitely hope.

Watch this space.

Sophie Ferron is President of Canada-based independent producer Media Ranch

<http://tbivision.com/features/2016/05/viewpoint-canada-battle-continues/596362/>

Morley Safer, 60 Minutes journalist, dead at 84

Toronto-born newsman worked at CBC prior to joining CBS in 1964

CBC News



Morley Safer, 60 Minutes journalist, dead at 84 4:28

Morley Safer, the legendary, Toronto-born reporter who covered such landmark stories as the construction of the Berlin Wall and the Vietnam War, has died at the age of 84 at his home in Manhattan, according to CBS News.

Safer, who at one time worked for CBC News, **recently retired** from CBS due to poor health. On May 15, he tweeted that his time at CBS had been a "wonderful run."

- **Morley Safer, giant of broadcast journalism, retiring from 60 Minutes**
- **LISTEN: Morley Safer: a reporter with Canadian roots**

His career spanned over 50 years and he reported from practically every continent.

Safer once claimed "there is no such thing as the common man; if there were, there would be no need for journalists."

He was one of the best-known journalists in the United States, and was famous for his decades at the CBS show *60 Minutes*. The program aired a tribute to Safer on Sunday after he announced his retirement last week.

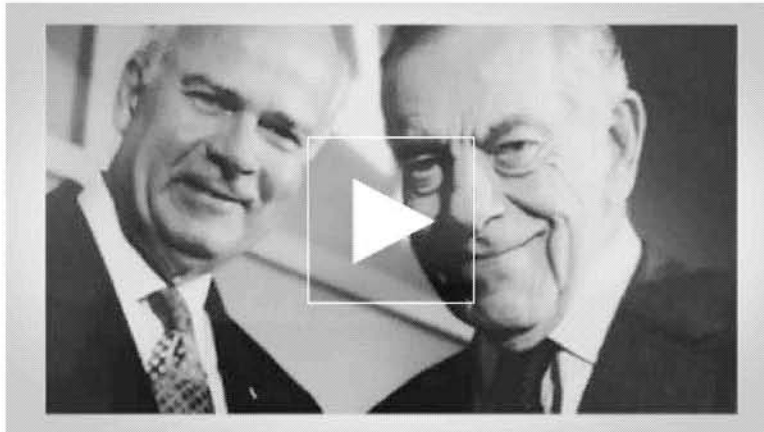


Morley Safer, the legendary reporter who covered many of the biggest events of the 20th century and at one time worked for CBC News, has died at the age of 84, according to CBS News. Here he is at the 40th anniversary of CBS's 60 Minutes in 2008. (John Paul Filo/CBS/AP)

Born in Toronto in 1931, Safer began his journalism career as a reporter for the Sentinel-Review in Woodstock, Ont., and later joined the Free Press in nearby London, Ont.

He eventually moved to Oxford, England, on a Commonwealth Press Union grant and worked for the U.K.'s Mail and Times. He then moved on to work for Reuters in 1955 in London before returning to his hometown of Toronto to work for CBC News. He returned to Europe to work as a foreign correspondent for CBC, where he stayed until 1960.

He later joined CBS as a correspondent, covering some of the biggest news stories in Europe and around the world.



Peter Mansbridge on Morley Safer 3:38

CBS chairman and CEO Leslie Moonves called Safer "one of CBS's and journalism's greatest treasures."

"Morley was one of the most important journalists in any medium, ever," he said. "He broke ground in war reporting and made a name that will forever be synonymous with *60 Minutes*. He was also a gentleman, a scholar, a great raconteur."

Reputation for journalistic integrity

CBS said he changed war reporting forever when his 1965 report showed American soldiers burning the huts of Vietnamese villagers. The piece, which was controversial at the time, has been cited as one of the 20th century's best pieces of American journalism. It aired on the *CBS Evening News with Walter Cronkite*.



Morley Safer on Avro Arrow plant closure 8:47

For that story, Safer had been invited to join a group of Marines on what a lieutenant described as a search-and-destroy mission in the tiny villages that made up Cam Ne.

But what he encountered there, and captured on film, was the spectacle of American soldiers employing their Zippo lighters to burn the thatched-roof, mud-plastered huts to the ground, despite having encountered no resistance from village residents.

Safer's story ignited a firestorm.



Morley Safer
@SaferCBS

Follow

It's been a wonderful run, and I want to thank the millions of people who have been loyal to our @60Minutes broadcast. Thank you!

7:54 PM - 15 May 2016

Then-president Lyndon B. Johnson gave then-CBS president Frank Stanton a tongue-lashing and suggested that Safer had "Communist ties" and had staged the entire story. Safer feared for his safety in the company of angry U.S. soldiers.

"The Cam Ne story was broadcast over and over again in the United States and overseas. It was seized upon by Hanoi as a propaganda tool and by scoundrels of the left and right, in the Pentagon and on campuses," Safer wrote in his 1990 memoir, *Flashbacks: On Returning to Vietnam*.

'Morley was one of the most important journalists in any medium, ever.'

- Leslie Moonves, CBS chairman and CEO

He gained a reputation for journalistic integrity, and won many awards throughout his career. He won 12 Emmy Awards, three George Foster Peabody Awards and two Alfred I. Dupont-Columbia University Awards. He also won a Lifetime Achievement Emmy and was named a Chevalier dans l'Ordre des Arts et des Lettres by the French government.



Morley Safer: 1985 Midday Interview 5:19

Safer held dual Canadian and American citizenship. In 1998, he told Maclean's magazine he felt "stateless," adding that he believed this status was an advantage.

"I bring a different perspective and I have no vested interests," he said.

He is survived by his wife, the former Jane Fearer, and his daughter, Sarah.



Morley Safer honoured in Toronto 2:46

Fellow journalists honour Safer

'BEST OF THE BEST'

VICTORIA AHEARN
AND LAUREN LA ROSE

TORONTO • Morley Safer became entrenched in the U.S. but never lost his Canadian sensibility, said fellow journalists in honouring the "remarkable career" of the Toronto-born 60 Minutes correspondent who died Thursday. He was 84.

It was a special quality that gave him an edge while reporting on major news events including the Vietnam War, which launched his career to another level, said former PBS journalist Robert MacNeil, who grew up in Halifax and knew Safer.

"He had that little bit of ironic distance that Canadians have about the United States," said MacNeil, during an interview from New York.

"He was the best of the best."

CTV chief correspondent and W5 host Lloyd Robertson called him a "legend" for his intrepid reporting in Vietnam.

"I think he probably was the one who — more than any other reporter on the scene at the time — was responsible for making the story what it became: which was a huge news story for the last half of the decade."

Safer began his career at several news organizations in Canada and England — including the CBC — before being hired by Reuters in its London bureau.

He also reported for nine years out of the CBC's London bureau before he was hired by CBS News, where he would work for the rest of his career.

The winner of 12 Emmy Awards and three Peabody awards, Safer was the third correspondent hired for 60 Minutes, after Mike Wallace and Harry Reasoner.

For CBS News, Safer influenced public opinion against the Vietnam War with his report on Cam Ne, a Vietnamese village burned to the ground by U.S. Marines. For 60 Minutes, which he joined in 1970, he skewered modern art, chronicled a tango craze in Finland, visited a home in Milan for aging opera singers and helped free a wrongly convicted man from a life sentence behind bars.

"Morley has a great eye for stories, both the hard-edged and the soft-hearted, and certainly the offbeat," Don Hewitt, the founder of 60 Minutes, wrote in his 2001 memoir.

Dapper in patterned shirts and colourful ties, Safer carried the cosmopolitan air of the roving foreign correspondent he once was. Well into the word-processing age he insisted on composing his stories on a manual Royal typewriter, which he said produced copy "that has some relationship to my humanity," according to a USA Today profile in 2000.

"Morley can cover war in Beirut in a navy blazer, white slacks and a pocket square and report it as if he were reporting on a cocktail party or a croquet match," said Steve Kroft, one of his many colleagues over his four decades on the show, according to USA Today.

The Canadian Press, with files from The Washington Post

Newsman was a 60 Minutes mainstay

Toronto-born correspondent, who retired last week after more than 60 years, excelled at in-depth investigations and lighter fare

ROBERT D. MCFADDEN

Morley Safer, a CBS television correspondent who brought the horrors of the Vietnam War into North American living rooms in the 1960s and worked for the network's news magazine *60 Minutes* for nearly 50 years, died Thursday in New York. He was 84.

CBS announced his death, saying he had been in declining health.

Mr. Safer was one of television's most celebrated journalists, a durable reporter familiar to millions on *60 Minutes*, the Sunday night staple. By the time CBS announced his retirement on May 11, Mr. Safer had broadcast 919 *60 Minutes* reports, profiling international heroes and villains, exposing scams and corruption, giving voice to whistle-blowers and chronicling the trends of an ever-changing world.

Mr. Safer joined the program, created by Don Hewitt, in 1970, two years after its inception, and eventually outlasted the tenures of his colleagues Mike Wallace, Dan Rather, Harry Reasoner, Ed Bradley and Andy Rooney, becoming the senior star of a new repertory of reporters on what has endured for decades as the most popular and profitable news program on television.

But to an earlier generation of Americans, and to many colleagues and competitors, he was regarded as the best television journalist of the Vietnam era, an adventurer whose vivid reports exposed the nation to the hard realities of what the writer Michael J. Arlen, in the title of his 1969 book, called *The Living Room War*.



From left, Morley Safer with 60 Minutes colleagues Dan Rather, Mike Wallace and Don Hewitt on Nov. 6, 1975. Mr. Safer, a mainstay of 60 Minutes for nearly 50 years, died on May 19. CBS PHOTO ARCHIVE/THE NEW YORK TIMES

With David Halberstam of *The New York Times*, Stanley Karnow of *The Washington Post* and a few other print reporters, Mr. Safer shunned the censored, euphemistic Saigon press briefings they called the "5 o'clock follies" and got out with the troops. Mr. Safer and his Vietnamese cameraman, Ha Thuc Can, gave Americans powerful close-ups of firefights and search-and-destroy missions filmed hours before air time. The news team's helicopter was shot down once, but they were unhurt and undeterred.

In August, 1965, Mr. Safer covered an attack on the hamlet of Cam Ne in the Central Highlands, which intelligence had identified as a Viet Cong sanctuary, though it had been abandoned by the enemy before the Americans moved in. Mr. Safer's account depicted Marines, facing no resistance, firing rockets and machine guns into the hamlet; torching its thatched huts with flame throwers, grenades and cigarette lighters as old men and women begged them to stop; then destroying rice stores as the villagers were led away sobbing.

"This is what the war in Vietnam is all about," he reported. "The Viet Cong were long gone. The action wounded three women, killed one baby, wounded one Marine and netted four old men as prisoners. Today's operation is the frustration of Vietnam in miniature. To a Vietnamese peasant whose home means a lifetime of backbreaking labour, it will take more than presidential promises to convince him that we are on his side."

Broadcast on the *CBS Evening News* with Walter Cronkite and widely disseminated, the report and its images stunned Americans and were among the most famous television portraits of the war.

They provoked an angry outburst from President Lyndon B. Johnson, who excoriated Frank Stanton, the president of CBS, in a midnight phone call and ordered Mr. Safer investigated as a possible communist. He was cleared.

For three weeks in 1967, Mr. Safer toured China, then in the throes of Mao Zedong's cultural revolution, posing as a Canadian tourist (he was born in Toronto) because Western reporters were banned. Then, as CBS London bureau chief, he covered a war in the Middle East, the Soviet invasion of Czechoslovakia, strife in Northern Ireland and civil war in Nigeria, where he was expelled for reporting thefts from relief supplies intended for Biafran refugees.

In 1970, he swapped the foreign



Mr. Safer soaks his feet while on assignment in South Vietnam in 1965.

ALEX BRAUER/ASSOCIATED PRESS

correspondent's fatigues of the dapper suits and silk handkerchiefs of *60 Minutes*, American TV's first news and entertainment hybrid with a magazine format, and was soon contributing celebrity interviews and stylish essays to complement the investigative exposés of Mr. Wallace, the veteran CBS inquisitor, who died in April, 2012.

Over the next four decades, Mr. Safer profiled writers, politicians, opera stars, homeless people and the unemployed, and produced features on shoddy building practices, strip mining, victims of bureaucracy, waterfront crime, Swiss bank accounts, heart attack treatments, problems of sleeplessness, cultural nabobs and other subjects, many suggested by staffers and viewers.

In contrast to the often abrasive Mr. Wallace, Mr. Safer produced witty pieces on the lighter side of life: the game of croquet, Tupperware parties, children's beauty pageants, experiments to communicate with apes and oil-rich Abu Dhabi, capital of the United Arab Emirates, "a place," as he put it, "with free housing, free furniture, free colour television, free electricity, free telephones, no property taxes, no sales taxes - no taxes, period."

His serious journalism included a 1983 investigative report in which he cited new evidence that helped free Lenell Geter, a black engineer wrongly convicted of an armed robbery and sentenced to life in prison in Texas. Mr. Safer's report was not the first on the

case, but it drew national attention that led to its official reconsideration.

In the studio or reporting on the road - he often travelled more than 300,000 kilometres a year for *60 Minutes* - Mr. Safer was an affable interviewer, asking questions the man in the street might if he had the chance. He was well aware of television's power to exploit emotions and was typically moderate, if persistent, in his commentaries.

Still, Mr. Safer sometimes raised hackles, as when he questioned the basic premise of abstract art in a 1993 report, calling much of it "worthless junk" destined for "the trash heap of art history." The art world recoiled, but Mr. Safer, who described himself as a "Sunday painter," stood his ground.

Suave, casual, impeccably tailored, with a long, craggy face, receding grey hair and a wide, easy smile, Mr. Safer was something of a Renaissance man. He baked pies and cakes (but swore he did not eat them), played *pétanque* (a French version of bocce), pounded out scripts on a manual typewriter long after computers became ubiquitous, and painted watercolours of the interiors of countless hotel and motel rooms he had occupied.

In 1980, he even had an art show at a SoHo gallery.

Morley Safer was born in Toronto on Nov. 8, 1931, the son of Max and Anna Cohn Safer. His father owned an upholstery shop. He studied at the University of West-

ern Ontario, was a reporter for two small newspapers in Ontario and worked for Reuters in London before joining the CBC in 1955. He cited the writing of Ernest Hemingway as one of the early influences that led him to become a foreign correspondent.

For the next three years, he covered conflicts in the Middle East and Cyprus and the Algerian revolution for CBC. In 1958, he produced and appeared on *CBC News Magazine*. Sent to CBC's London bureau in 1961, he covered major events in Europe, the Middle East and Africa in the early 1960s.

Mr. Safer was hired to work at the CBS London bureau in 1964 without even applying for the job, according to the network. When one of Mr. Safer's CBC colleagues sent a demo tape to CBS seeking work, the news executives spotted Mr. Safer in a roundtable segment and offered him the position instead. The following year, Mr. Safer went to Vietnam and soon began filing reports that changed the way many people perceived the war.

In 1968, he married Jane Fearer, an anthropologist and author, who survives him. He is also survived by their daughter, Sarah Safer; a brother and sister; and three grandchildren. He had homes in Manhattan and Chester, Conn.

In 1989, Mr. Safer went back to Vietnam for a *60 Minutes* report and interviewed people whose lives had been touched by the war. He also wrote a bestseller, *Flashbacks: On Returning to Vietnam* (1990), with a chapter on Pham Xuan An, a *Time* magazine war correspondent who had secretly spied for Hanoi. Mr. Safer held no grudges. "He has done his best to follow his conscience," he wrote.

Mr. Safer won many awards, including Emmys, Peabodys and the George Polk Award for career achievement. In recent years, he had worked part time for *60 Minutes*. Still, his 2009 profile of the legendary *Vogue* editor Anna Wintour, who rarely gave interviews, was the talk of the fashion world.

When he retired, CBS broadcast an hour-long special, *Morley Safer: A Reporter's Life*, in which he revealed that he had not really liked being on television.

"It makes me uneasy," he said. "It is not natural to be talking to a piece of machinery. But the money is very good."

New York Times News Service
with files from Globe staff

To submit an I Remember:
obit@globeandmail.com

Send us a memory of someone we have recently profiled on the *Obituaries* page. Please include I Remember in the subject field.

APPRECIATION

Now I know how it felt when the last dodo died. Morley Safer was the last of his species – the chain-smoking, war-hardened journalist who had seen it all, but couldn't wait to see more.

He was the last of the 60 Minutes correspondents who covered the Vietnam War, but Morley did more than cover it.

He owned that story, breaking some of the most important stories of the era, including the war crimes at Cam Ne committed by U.S. Marines in 1965.

By the time I knew him, Morley had moved past his war correspondent days. He dressed like an English dandy, smoked like a French philosopher, but still had the voice of a refined Canadian, articulating his beautiful words in a sound booth as he poked his hand at the double-paned soundproof glass to emphasize his points.

When I started as a producer at 60 Minutes in 1999, I was assigned to work with Morley, and was led into his office, where I found him behind his desk, sitting beside his trademark Royal manual typewriter, which I assumed was a prop or some memento of his early days. I soon found out differently, when I delivered a draft script to him, laid out neatly on a sheet printed off a computer, and Morley grabbed a blank piece of paper, curled it into his typewriter and started plunking away with his own version of the narration.

That Royal was like a magic machine that transformed cogent ideas into poetry. Even when he was reporting from the battlefields of Vietnam, he had a way with words, and by the time he was working for America's premier news magazine, his voice was unleashed. Unlike so many well-trained reporters, Morley was not economical with his words, but somehow, every word he spoke had meaning.

While his early career was focused on hard news and war, Morley grew into a thoughtful elder statesman of television broadcasting, reporting on ideas as often as corruption. He approached stories everywhere like a "foreign correspondent," even those in his own backyard.

When we investigated the Pentagon or the FBI, he came to the stories with a certain dispassion that some of his colleagues, including his good friend and bitter rival Mike Wallace, did not have.

Perhaps that was because Morley was an outsider, a Canadian hiding in the American crowd. He once told Maclean's magazine that he feels stateless.

"I am not American, whatever that is. I cannot say 'we' in the collective national sense." That outsider's sense, he said, helps him because "I bring a different perspective, and I have no vested interests."

Last week, Morley retired from 60 Minutes, and may have set the record for the shortest, saddest retirement in journalism history.

But he lived what seemed like a well-rounded life: baking, painting, driving fancy cars, playing *pétanque*, all of this interspersed between reporting trips all over the world.

Any chapter of his career would be enviable to any young reporter today.

His half-century of stellar reporting made him a vestige of a bygone era – and an icon with a career that would be nearly impossible to emulate.

Peter Klein, a former 60 Minutes producer, is director of the Global Reporting Centre at the University of British Columbia.



CANADIAN NETWORKS PONDER WHICH NEW U.S. SHOWS TO ACQUIRE

The scoop on what's come out of the U.S. upfronts so far

Bill Brioux for Canadian Press

Where will Canada's most-watched TV shows come from next fall? From America, of course.

ABC, CBS, Fox and NBC, along with The CW, have all just held their lavish "upfronts" in New York. That's where they present the new shows they hope will become hits, leading to billions of dollars in advertising revenues. Watching closely: advertisers and Canadian show buyers.

Viewers have just said goodbye to cancelled shows, including "Nashville," "Castle," "Agent Carter," "CSI: Cyber," The Muppets "Grandfathered" and "Grinder."

They'll soon say hello to familiar faces in new shows.

Kiefer Sutherland will return in the ABC White House drama "Designated Survivor." Former "Friends" star Matt LeBlanc heads the family comedy "Man with a Plan." Kevin James will play a retired policeman in "Kevin Can Wait" and Michael Weatherly leaves "NCIS" for the Dr. Phil McGraw inspired law drama "Bull."

The trend toward remakes and movie makeovers is stronger than ever this year. Look for a new version of "MacGyver" as well as reboots of decades-old film franchises "Lethal Weapon" and "The Exorcist" (featuring Geena Davis).

Why do networks keep trotting out familiar faces and old ideas? In a word, money. Networks don't have to put as much marketing muscle behind brands people know. Plus, they already own the rights.

"When you have an IP (intellectual Property) like 'MacGyver,' you want to put it on the air," explained CBS programming boss **Glenn Geller**. It's a line which sums up — as critic Alan Sepinwall noted — "this entire development season philosophy."

Audiences, however, aren't always clamouring for seen-it-before. Do people even remember that ABC tried to bring back "Uncle Buck" last fall, or NBC's "Heroes"? Viewers

avoided “Rush Hour” this spring. The reboot of “The X-Files” still hasn’t led to more episodes, although Fox says they could still be “out there.”

As the Americans announce their fall lineups, Canadian network executives are lining up to buy them. (Except for CBC, which just announced a new slate of homegrown series including “Caught” starring “Republic of Doyle” lead Allan Hawco as well as the return of “X Company” and “The Romeo Section.”)

This week, Canadian private-network executives are in Hollywood screening rooms checking out pilot episodes. Their job is to bring back the next big hit or two. It will cost Bell/CTV, Corus/Global and Rogers/City a total of as much as US\$700 million to place their bets.

Spending all that money at a casino might be a safer investment. Some top-rated American shows — such as Fox’s “Empire,” the biggest U.S. broadcast hit in years — simply do not connect with Canadian audiences.

Canadian network buyers can also get blindsided by last-minute scheduling changes. Global thought they had the next big winner last season with “Supergirl.” After less-than-super ratings, CBS passed on renewal. The CW — half owned by CBS — picked it up for fall where it will join comic-book kin “Arrow” and “The Flash.” (This is also good news for Vancouver, the show’s new production base.)

This is kryptonite, however, for **Global**. They lose all those CBS “Supergirl” viewers they were counting on in Canada due to simulcast substitution (where the American cross-border affiliate feed is replaced by the Canadian network feed, thus boosting viewing numbers and ad revenues).

It was already bad enough that Global has to replace “The Good Wife” and try to adjust their schedule now that CBS has relocated “NCIS: Los Angeles” and “Madam Secretary.

Is it finally enough to make a Canadian private network rethink this imported-shows business model and start creating and owning their own fare in the fall? Don’t bet on it.

This year, there is one show where the odds are in the buyer’s favour: the relaunch of “Star Trek.” CBS has made all the right moves, hiring the creative team behind the original as well as “Star Trek: The Next Generation” to mount the new sci-fi adventure.

CBS will premiere it next January, and then use it to anchor the new streaming service CBS All Access. This means that the Canadian network that buys it can count on a big opening, a guaranteed full season’s worth of episodes and the freedom to schedule it whenever they want.

The kicker: it is being shot in Toronto. As Captain Picard would say, “engage.”

www.marketingmag.ca/media/canadian-networks-ponder-which-new-u-s-shows-to-acquire-174883

Who's afraid of a little Internet competition?

GEORGE BURGER

Could it be we finally have too much competition in Canadian residential telecom services, and that all this competition is actually harming Canadian consumers? That would seem to be the conclusion drawn in a recent study, *The State of Competition in Canada's Telecommunications Industry*, by the Montreal Economic Institute.

It's an odd conclusion for the MEI, which purports to extol the virtues of free markets. And yet, it seems to be arguing, among other things, that eliminating independent Internet service providers (ISPs) like VMedia, which offer more choice and better prices for Internet and TV services, will help consumers. This despite the fact that our monthly bills from the incumbent players for Internet and TV far outstrip the rate of inflation, even as their profits continue to grow.

The MEI's release of its annual study happened while the federal cabinet was, at the time, considering a petition by Bell asking the government to reverse a recent CRTC decision that gave ISPs access to Bell's new fibre-to-the-home (FTTH) facilities. Thankfully, Bell's appeal was denied, with Minister of Innovation, Science and Economic Development Navdeep Bains citing the importance of striking the right balance for "competitive choice." Since the MEI report was nevertheless given so much undeserved prominence by the mainstream media, some context, not to mention some incontrovertible facts, are in order.

For a decade, Canadian policy has been to mandate

that smaller ISPs get to access the incumbents' cable and fibre networks, at a fair cost — including a healthy profit for the network owners — in order to ensure competition and fair prices for consumers. In extending that policy to FTTH, the CRTC decision will allow Canadians to have choice, and more competitive prices, in the supply of fibre Internet services as well. Without it, Canadians wanting the fastest connection speeds would be left to suffer duopoly or even monopoly pricing.

While the MEI purports to be a free-market-oriented

developed countries.

The report itself is light on academic rigour or research, but one need not be an expert in the area to spot a number of howlers. It dismisses the importance of ISPs, writing that we offer services "that are only differentiated (from that of telcos) to some extent by price, branding and marketing strategies." Why would the report gloss over "price" as if it were an irrelevancy, when it is the very issue of prices that justifies the policy that has resulted in the ISP alternative?

The authors go on to praise the virtues of the in-

ternet market, keeping bills from rising into the ether.

Compare that small impact to the bonanza Bell enjoys tearing great chunks of market share away from the cable companies, as it expands its FTTH solution, enabling Bell to deliver fibre TV to the home along with Internet and telephone.

Bell recently became Canada's largest TV provider. In its most recent annual report it boasted its TV base grew by 17 per cent in 2015, all taken from cable incumbents, whose market share fell to 57 per cent, the lowest ever. With numbers like that as evidence, who believes that Bell would prefer to curtail its infrastructure investment rather than renting a small piece of it, at a profit, to a few ISPs? In fact, when a similar decision in 2010 allowed ISPs access to Bell's higher-speed network, the same argument was made about disincentivizing investment. In the end, Bell's capital expenditure rose from less than \$3 billion in 2010 to almost \$3.7 billion in 2015.

It's difficult to understand why the MEI, being independent and market-oriented, would want to restrict competition that helps consumers.

The telecoms do have a lot of power and influence that ISPs like mine do not. That's not to say the MEI has been unduly influenced by Bell or others like it. But at least if it made its donors public, which it currently chooses not to do, these arguments would merit greater credibility.

Financial Post

George Burger is co-founder of VMedia Inc., an independent Internet and TV service provider.

OUR ISP GROUP IS JUST A PESKY ANNOYANCE TO THE INCUMBENTS.

think tank, its solutions for telecom policy do not offer any tangible benefits to Canadians. They only advance the interests of telcos like Bell.

Indeed, the authors, Martin Masse and Paul Beaudry, have almost exclusively published articles in the *Financial Post* arguing against competition in Canada's telecom market, with headlines like "The feds' wireless hang-up: does Canada really need more players in its telecom market?" and "Federal government should drop its seven-year crusade to force competition in telecom." Their studies have included precious few surveys of a public increasingly choked by rising prices for Canadian telecom bundles, which, according to the OECD, are among the highest of the world's de-

veloped countries. In fact, Canada ranks 13th, just ahead of infrastructure powerhouses like Hungary, Slovakia and Portugal. High-fives all around.

But the central thesis of their argument is one without any empirical foundation whatsoever. The argument is that if ISPs have access to FTTH, Bell will have no incentive to keep building out its network.

Let's keep things in perspective. With barely 10 per cent market share for all ISPs combined, our group is a pesky annoyance to the incumbents, which at best — an important best for consumers — introduces some pricing discipline to the In-

Government to award contract to study newspaper industry



Janice Dickson

The Department of Canadian Heritage intends to award Canada's Public Policy Forum with a contract to conduct a study on the country's beleaguered newspaper industry.

According to a tender on the government's buy and sell website, Canadian Heritage "has a requirement to obtain expert advice and public policy information related to the current situation of the Canadian newspaper industry," and the purpose of this Advance Contract Award Notice (ACAN) is to signal the government's intention to award a contract for these services to Canada's Public Policy Forum.

The PPF recently appointed longtime journalist Edward Greenspon, former Globe and Mail editor-in-chief, as its new president.

As newspapers worldwide have experienced closings and cutbacks as a result of Internet competition, cratered print advertising and evolving news consumption habits, the debate in Canada has shifted to the question of whether the federal government should intervene to save the industry.

Canada's Public Policy Forum is a non-government and independent organization aimed improving the quality of government in Canada through dialogue among leaders from all sectors of Canadian society, according to its website.

Before awarding the contract, though, the government will give other suppliers the chance to demonstrate that they could satisfy the requirements set out in the notice.

Other suppliers can submit a statement of capabilities during the 15 calendar day posting period.

As stated in the notice, if other potential suppliers submit a statement of capabilities during the 15 calendar day posting period that meet the requirements set out in the ACAN, the government will proceed to a full tendering process on either the government's electronic tendering service or through traditional means, in order to award the contract.

"If no other supplier submits, on or before the closing date, a statement of capabilities meeting the requirements set out in the ACAN, a contract will be awarded to the pre-selected supplier," states the notice.

Email
KSUPPAL7@GMAIL.COM
C1292761

Wireless World Solutions at Unit 201, 13545 64th Ave, Surrey BC, requires a Computer help desk representative - Systems to start ASAP. Full-time; Permanent; Duties includes resolving technical issues, on-site repairs, diagnose and resolve network issues etc. Min. 1 Yr. Exp. with Bachelors - IT. Email Resume: retailjobs@mywirelessworld.ca
C1294723

Cook F/T \$14/hr, Perm
Prepare and cook complete Chinese meal or individual dishes.
Skill Requirements:
• 3-5 years Chinese cooking
• Education: Grade 10
Dental & Extended Medical Insurance
Panda Davidson Restaurant
100 Internal Rd.
Davidson, SK S0G 1A0. 306-567-1888
Email: yueshegw@hotmail.com
C1294836

REQUIRED: Early Childhood Educator
@ York Montessori
Private School, Markham.
F/T permanent RECE certified. Min. 1 year experience, medical clearance, vulnerable Police Clearance and high English skills CLB 9. **Salary - \$21.9/hr.**
Send resumes to:
ymps@live.com
C1292779

Required SHINGLER
with 2-3 years or work Experience in Commercial, Industrial & Residential sector. F/T Permanent, \$30.00/HR at Pearson Roofing Corporation 13746 Humber Station Rd, Bolton, ON, L7E 0Y4, call at 416 876 2232 or Email at pearsonroof@yahoo.com
C1292782

Wiring Harness Assembly Tech IPC 620-Class III certified Permanent position, \$14.25 per hour Aerospace 2yrs experience essential. 8am to 4:30pm, Work at GSNetworks 115-15 Capella Ct, Ottawa On K2E 7X1. Send resume to gsninfo@gsnetworks.ca
C1296425

LANDSCAPE FOREMAN
Construction GTA outdoors, Exp min 5 Y, edu HS grad, \$20/h X 40h/wk perm: info@greenspace-landscaping.com
416-371-3227
C1292758

Egyptian Artisan Baker
needed, Perm/ FT Wage \$14 to \$16/hr. Duties: Prepare authentic Egyptian Bread, Pastries, Sweets & Desserts. Must have 5+ yrs exp. **Ancient Pita** 7370 Woodbine Ave. Unit 20 Markham, ON L3R 1A5. Email resume: ancientpita@rogers.com
C1295878

Millwrights needed for upcoming projects. Please send your resume to **Barbara@vezerpic.com** or fax to (707) 436-8084
C1291578

Now Hiring! UP to \$300 CASH Daily
for Landscaping
PropertyStarsJobs.com
C1297848



124 ACRES SW ALBERTA PORCUPINE HILLS PRIME LOCATION PRIME OPPORTUNITY \$1,650,000.00 CINDY SINNOTT 1-855-627-1935 Century 21 Footprints Real Estate Pincher Creek
C1294104



EMMA LAKE, SK Lake-front large home. Unobstructed views. Private huge lot with A/G pool, golf putting green, beach gazebo, fish off private dock. Web site for details. <http://www.ovix.com/caproperty/KDycjwpd-Millstream-Rd-326-Emma-Lake-SK-50J-ONO>
C1292898

Calgary House for Sale or Trade
3 bdrm, 2 1/2 bath. Bonus room. Double garage. In Silverado Plans area. Will sell or trade for a house, a lot or what have you in Edmonton area. Call 587-228-5117
C1361470

GREAT DEAL
Hawer, on Main street, two-story retail store, 108sqd per floor, main floor kitchen, second floor used for sale or lease, potential only.
Alan Cheng, Times Square Real Estate Services Inc. Brokerage
416-830-6800

Muskoka - Government Estate Sale
1.2 acre zoned for 45 suite condos, or 24 townhouse units or commercial.
Fully serviced, ready for site plan approval. Must be sold to settle family estate. \$315,000
Romeo Frazier: 416-963-1177
<http://www.muskokabeach.com/>

Automotive
DONATE TO KIDNEY CAR
Tax Receipt (min. \$300)
Free Tow Within 48 hrs.
Benefits Kidney Foundation of Canada.
Call 1-866-788-2277
www.kidneycar.ca
Are you a night owl?
nationalpost.com/placead
C510907

Need business expansion, personal or consolidation loan? Get up to \$4.5M. Rates from 2.2% APR. Bad credit or bankruptcy ok.
Call: 250-216-1316
C1294104

Driving.ca

Personals

ASTROLOGER & PSYCHIC

Master: RAJARAM
SOLVES PROBLEMS: JOB, HEALTH, DEPRESSION, MONEY, KIDS, FAMILY, HUSBAND-WIFE, LOVE, COURT, JEALOUSY.
SAT - SUN FREE READING
Solves All Problems in 24 Hours
Removes Black Magic, Jadoo, Voodoo, Witchcraft, Bad Energy & Gives 101% Full Protection
416-716-1269
5010 Steeles Ave. E. Etobicoke, ON M9V 5C6
Near UTHAYA (SPLING & STEELES)

WORLD FAMOUS ASTROLOGER
GUARANTEE, 100% SATISFACTION
MASTER: JAIDEV GURU

Solves PROBLEMS: Love, Marriage, Husband-Wife, Relationship, Health, Love, Depression, Teenage issues, Divorce, Personal, Enemy, Jealousy, Children, Etc.
Removes Black Magic, Jadoo, Voodoo, Obeya, Witchcraft, Evil Spirits & Gives 101% Protection
647-669-1729
1672 Jane St. Toronto M9N 2S2
Opposit NO FRILLS, Downstairs
Prince Travel (JANE & LAWRENCE)

7110 Airport Rd., Unit #2, Mississauga (Malton) L4T2G8, Next CHAT HUT, Above Maharani Jewellers (AIRPORT & DERRY)

Mr RASHID
African International Spiritual Healer & Medium

Many years of Experience in Love & Relationship, specialist and I can help you in all problems quickly & gives Protection. Areas include Love, Exams, Success, Bad Luck, Court cases, Business, Family matters, Sexual problems & many more. I will succeed in all Unfinished work.

100% Satisfaction
Pay after Results 416-662-5236

ECLIPSE OF THE CATHOLIC CHURCH

watch: Third Secret of Fatima
* ASTONISHING !! *
www.vaticancatholic.com
want more? watch:
Magicians Prove a Spiritual World Exists
Amazing Evidence for God

C2 Mo 2016

FEATURING

P.K. Subbar
PROFESSIONAL HO

Martha Stev
FOUNDER & CCO, M

Dr. David St
BROADCASTER, AUT

Joanna Peñ
GLOBAL CHIEF CRE

Suroosh Al
CO-FOUNDER, VICE

Dr. Beth Alt
LECTURER ON INNO

Elizabeth Pl
SENIOR PRODUCER

+ DAY PAS
INFO AT C2

IMAGED BY **SID LEE** FOUNDER **CIRC**

SPECIAL THANKS
Canada Québec M

Avis de nomination

Le directeur du *Devoir*, Brian Myles, est heureux d'annoncer la nomination de deux nouveaux administrateurs au conseil du Devoir Inc. : Michèle Fortin et Alain Saulnier. Ils seront des représentants au conseil des actionnaires de l'Imprimerie populaire Ltée.

Michèle Fortin



Mme Fortin a mené une carrière de près de 40 ans dans la fonction publique québécoise et canadienne et l'industrie des médias. Elle a occupé notamment le poste de sous-ministre adjointe à la Recherche, à la Science et à la Technologie, de 1979 à 1986.

De 1989 à 1992, elle a joué un rôle de premier plan dans le sauvetage et la réorganisation de Téléfilm Canada. De 1992 à 2002, elle a été au service de la télévision française de Radio-Canada, d'abord comme directrice de la programmation, et ensuite comme vice-présidente.

Ses principales réalisations comprennent le lancement de la chaîne d'information en continu RDI, le développement et la création de la chaîne culturelle ARTV et des investissements majeurs dans un nouveau Centre de l'information et un site Internet.

Après un bref retour dans la fonction publique à titre de sous-ministre associée au ministère du Développement durable, de 2003 à 2005, elle a assumé la poste de p.d.-g. de Télé-Québec, de 2005 à 2015. Elle a procédé à une réorganisation majeure des ressources du diffuseur public et à la création d'émissions jeunesse fort prisées telles que *Génial*, *Tactik* et *1,2,3... Géant*.

Mme Fortin est connue pour son implication constante dans la démocratisation et l'avancement de l'éducation. Elle a reçu de nombreuses distinctions, dont celles de Chevalier des arts et des lettres de la République française et membre de l'Ordre du Canada.

Alain Saulnier



M. Saulnier est journaliste depuis plus de trente ans. Il a consacré une grande partie de sa carrière à militer pour un journalisme de qualité au Québec, tant au sein des entreprises de presse qu'au sein des organisations professionnelles de journalistes.

Sous sa présidence, en 1996, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) a adopté son premier guide de déontologie des journalistes au Québec, un document qui sert toujours de référence.

Après avoir été journaliste et réalisateur pour plusieurs émissions d'information à la télévision, Alain Saulnier a dirigé le service d'information radio de Radio-Canada à compter de 1999, puis l'ensemble des services français d'information de 2006 à 2012 lorsque les services radio et télé ont été intégrés sous une même direction. Comme directeur général, il a proposé au service de l'information de Radio-Canada une vision misant résolument sur le journalisme d'enquête, ce qui a contribué à lever le voile sur les scandales dans l'industrie de la construction au Québec, sur la corruption, sur le financement occulte des partis politiques et d'autres sujets importants.

Depuis septembre 2012, Alain Saulnier enseigne le journalisme à l'Université de Montréal. En novembre 2014, il a publié *ICI ÉTAIT Radio-Canada* (éditions Boréal), un livre qui a eu un impact important sur l'avenir du diffuseur public.

Alain Saulnier est un expert reconnu et un commentateur en journalisme dans plusieurs émissions et publications au Québec.

LE DEVOIR

LIBRE DE PENSER

Is it really the BBC's role to publish free recipes for harissa spiced lamb?

You can love the national broadcaster, yet see that its commercial strategy is doing the nation a disservice



'The BBC isn't there to publish recipes you can find in other places.' Mary Berry with her cardamom dove cake on the BBC programme Mary Berry's Easter Feast. Photograph: Craig Harman/BBC/Shine TV

Christina Patterson

It didn't take a strike. It didn't take a march, or placards, or even a referendum on the future of the BBC to get those recipes back. What it took was a lot of journalists, and a lot of cooks, and a lot of outraged people signing a petition, to say that they couldn't live without "easy spaghetti bolognese" and "microwave spaghetti bolognese" and the Helmsley sisters' spaghetti bolognese, which doesn't even use spaghetti. What it needed for the BBC to back down on a big decision this week was for people to insist that instant access to 14 recipes for spaghetti bolognese was a human right.

Junior doctors must be jealous. It has taken them months to fight what they have seen as a threat to the most cherished national institution: months of bitterness and cancelled operations. The nation was sympathetic. Of course the nation was sympathetic. But what you really need to rally the troops in the face of political threats is to hang a sword of Damocles over 46 recipes for risotto and 74 for chocolate mousse.

When the BBC announced on Tuesday that it would move 11,000 recipes from its website, it knew exactly what it was doing. The announcement was a response to a government white paper on the future of the BBC. The paper, written by culture secretary John Whittingdale, who has recently been in the news for reasons not connected with his interest in public service broadcasting, said that it wanted the BBC to "create new and innovative content which breaks boundaries and sets new standards through its creativity, ambition and innovation". It did not mention Nigel Slater's toad in the hole or the Hairy Bikers' spotted dick.

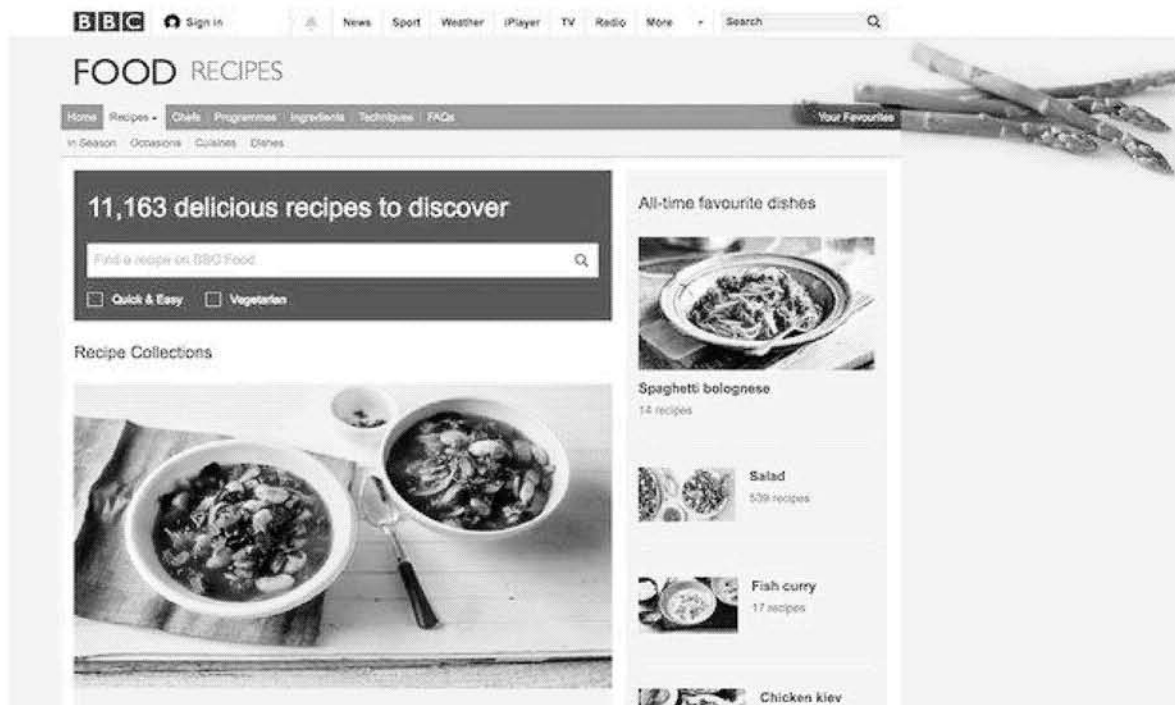
The BBC did not respond by announcing that it would cut Bargain Hunt or 19 seasons of Homes Under the Hammer. It said it would "integrate Newsbeat output", close the BBC's travel website, and close BBC Food. The recipes, said the report on its website, would now not be searchable unless you knew their URL. If the government wanted cuts, it implied, it would get them: salami-sliced, spiralised or julienned. It would hit it us in the stomach.

And it worked. It didn't matter whether we actually cooked with the recipes, or just clicked through them as we dialled Deliveroo. Hands off our harissa spiced lamb! If it was not exactly Tahrir Square, it was the middle-class British equivalent. What do we want? A national recipe service, free at the point of use. When do we want it? Now and for ever. Never mind that we all have a billion recipes at our fingertips. We've already paid for them, and they're ours.

Well, yes, we have already paid for them, or at least those viewers of the BBC website who actually pay a licence fee have paid for them, which is 1,000 fewer of us each month. And yes, they are lovely recipes, or

at least I imagine they're lovely. For me, reading recipes is a bit like reading about someone's trek up Kilimanjaro, but then I'm the woman who once served meatballs made with minced plastic. I hadn't realised there was a guard on the food processor that you were meant to take off.

The nation spoke, the BBC listened and announced that the nation's precious archive would be moved to BBC Good Food and saved. Power to the people! And a firm message to BBC-bashing Tory politicians. You mess with our Eton mess at your peril.



'The BBC isn't there to produce lifestyle content you can find in other newspapers or magazines.' Photograph: BBC Food

The question none of the protesters seems to have asked is exactly why the world's biggest broadcaster has spent hundreds of millions on a website that sometimes looks like a forced marriage between BuzzFeed and Woman's Own. Last year, BBC online cost about £200m. Ralph Rivera, the director of BBC Digital, was, according to the BBC website, paid £307,000, which is what he has earned since 2010. The year before, the "future media and technology director" Erik Huggers was paid £330,000, with a total package of £407,000.

Well, OK, these are big jobs. In April the main BBC website attracted about 2bn page views, which is about a third of the total audience for UK online news. But does it *really* need public money to commission and publish "the cute animal quiz" and "the world's deadliest animals"? And show us how to swap spaghetti for "courgetti"? Isn't the BBC meant to be about, you know, broadcasting?

While the BBC's website has been using British licence fees to build a global audience, local and regional newspapers have been dying. Between 2005 and 2011, 242 such papers closed, 46 since 2012. There are, as the recent closure of the Independent made all too clear, pressures on all newspapers. They are pressures to do with advertising and of course the internet, but one of them is BBC online.

The average salary of a newspaper journalist is £22,250. On local papers, it's usually much lower. The starting salary for a steel worker at Port Talbot is £30,000. When Tata announced that it would be closing the plant, the nation said the government must rescue them. When newspapers close, nobody suggests the government should bail them out, even though it's a British tax that has played a part in their death.

I love the BBC. I will happily stump up my £145.50 a year, just for Radio 4 and the odd Wolf Hall. When I finally forced myself to watch the final of The Great British Bake Off, I was furious that I'd never watched it before. I don't think I've baked a cake since I was at school, but Bake Off isn't about cakes. It's about hope, and graft, and grit, and joy. It's about how you pick yourself up when your Victoria sponge sinks.

Bake Off works because it's great TV. It works because it is, to take the word Whittingdale used in his white paper, "distinctive". It is, in other words, different to, and better than, other programmes you might think were like it. This is what the BBC is for. It isn't there to publish recipes you can find in other places. It isn't there to produce "lifestyle content" you can find in other newspapers or magazines. And it certainly isn't there to crush commercial "rivals" with public cash.

The BBC has kept its royal charter, at least for another 11 years. If it wants to keep it after that, it will need a recipe that will make it stand out from the rest.

BBC audience study shows Scottish viewers are most critical of all

Major surveys of BBC audiences across the UK for the charter review found users in Scotland are consistently the most unhappy, raising challenging questions for corporation executives.



BBC Reporting Scotland presenter Jackie Bird prepares for the lunch time bulletin BBC Scotland's headquarters at Pacific Quay, Glasgow, Scotland. Photograph: Murdo MacLeod for the Guardian

Severin Carrell Scotland editor

Has Scotland fallen out of love with the BBC? Its views have now been officially measured in a UK-wide study, and the answer appears to be yes: Scottish audiences have a problem – a bigger problem than any other part of the UK.

In a study published by the UK government alongside last week's white paper on the BBC's future, based on two mass surveys of around 2100 people, it found Scotland's viewers were consistently the most critical and least supportive of any demographic group, whether by place of residence, age, or social group.

"We recognise that there's a deficit in programming in Scotland; there's no doubt about that," said Ian Small, BBC Scotland's head of communications. "It's not all down to a referendum affect. We've been able to chart for some time that there's a performance deficit around representation and portrayal."

On general favourability towards the BBC, Scots gave it a 5.8 score, the lowest of any UK demographic (it was 6.4 in England); only 48% of Scots supported the BBC's expansion and its current licence fee – a low figure only beaten by households without the internet; only 37% of Scots felt the licence fee offered good value – the worst of any nation; and 58% felt "the BBC shows too many repeats."

Asked to agree or disagree with the statement "the BBC makes lots of programmes that are more daring or innovative than those made by other broadcasters", 43% of Scots disagreed compared to 33% in England (in Wales 46% disagreed). On the statement that "the BBC makes lots of TV programmes that no other broadcaster would make", Scotland's viewers had a negative -7, rating compared to +15 approval in England.

Although these figures mirror greater dissatisfaction than average in northern England too, this is familiar to BBC executives: as part of the charter review process, the BBC Audience Council for Scotland told the BBC Trust in January that ever since devolution in 1999:

“ There has been a failure to address some long-standing issues around news provision and representation in network programming, raising questions about how accountable the BBC is to its licence payers in Scotland. Other key issues have arisen concerning perceptions of BBC impartiality and, more recently, far-reaching proposals for the BBC’s content supply system which are likely to have implications for audiences in the nations.

Broadcasting professionals and BBC staff point to the impact of repeated spending cuts – heaviest on news and current affairs, a weak creative response to Scotland’s increased autonomy and the toxicity amongst yes voters around its news output during the independence referendum - culminating in a mass picket of its Glasgow headquarters, as sources of the cooling.

As part of the UK government’s charter renewal process, the BBC is now offering a suite of changes, in part bundled up with matching pledges for Wales and Northern Ireland, which include:

- Ensuring 17% of its programming came from Scotland, Wales and Northern Ireland, and set clear rules on the “portrayal” of devolved nations, in its response to the UK government’s BBC white paper.
- A TV commissioning editor for each devolved nation and a comedy commissioning editor based at BBC Scotland, as well as new partnership with local TV production companies.
- Dedicated national “channels” on the BBC’s online sports pages and its home page, alongside the iPlayer home page.
- A BBC ‘Writers Room’ in the nations, and a new partnership with Creative Scotland to match a deal with Northern Ireland Screen, which helped produce shows like *Line of Duty* and *The Fall*.
- Strengthen Scotland as a “centre for excellence for factual production”

Its governance will also be overhauled, to increase Scotland’s influence, and there is the as yet unresolved question of whether there will be a “Scottish Six” peaktime national news programme for BBC1 Scotland. It made several pilot programmes earlier this year, to test which format would work. A decision is expected after the EU referendum on 23 June.



Scottish independence campaigners protested outside the BBC’s headquarters in Glasgow four days before the referendum. Photograph: Michael McGurk/REX

Yet it is far from clear whether this will be enough. The discontent has been consistently flagged up by Scottish National party ministers in Edinburgh, by activist groups and independent production companies, and it is now become a political issue in London.

John Whittingdale, the UK culture secretary pressing ahead with the governance and funding reforms to the BBC, is said by Scottish government sources to be listening closely; he is seen as more receptive to the case for marked improvements than BBC executives.

The Department of Culture, Media and Sport report which published the audience data, which included in-depth focus groups held in Glasgow and other UK towns and cities, last Thursday repeatedly cited up Scotland's negative responses:

“ Overall, the public were quite positive towards the BBC, with an average favourability rating of 6.4 out of 10. However, views varied from significantly higher scores among professional and managerial households to lower ratings among social grade DE and those living in Scotland.

Most people saw the BBC positively in its mission to inform, educate and entertain, with about three quarters saying it was doing very or fairly well in these respects. Again, those from AB social grades were more positive and people from DE households (and Scotland) were more negative.

The DCMS survey did not probe deeply into what drove that discontent, and the numbers in the Scottish sample are relatively small, at 183 people from the two UK-wide surveys of around 2100, excluding the additional focus group. That focus group work in Glasgow did offer the BBC some satisfaction. Ian Small estimates that around 90% of the comments recorded from there were positive, and some spontaneous in their praise.

One is quoted saying: “No one can beat the BBC Question Time – I love it on a Thursday night.” (By coincidence, Question Time is produced from BBC Scotland's Glasgow HQ, as part of the corporation's “lift and shift” strategy to spread UK network shows around the UK). Another said: “If you've ever watched one of those Attenborough programmes in HD, you feel like you're there.” Another described the BBC as “the people's channel”.

Yet, the criticisms which underpin the poor opinion poll findings were there too. The report quoted one Gaelic-speaking focus group member stating:

“ I think as a whole they should be covering everything that is British, not just English, and that's Scottish and Irish ... there seems to be a bit of an imbalance really, it seems as though British is seen as English rather than England Scotland Ireland and Wales.

These responses illuminate tensions with Scotland's TV industry about the future role and powers of BBC Scotland, and continuing irritation within the industry and BBC Scotland itself about the BBC's response to these concerns.

John Archer, chair of the industry body Independent Producers Scotland, described BBC Scotland as simply the “branch office of an empire, subject to the imperial rule of the centre in London” in evidence to MSPs a few days before BBC director general Tony Hall gave evidence to Holyrood's culture committee in January.

There had been, said one National Union of Journalist source at BBC Scotland, “years of neglect of Scottish services and audiences.

“ The management solely measure success by what you can get the network to commission. There's barely a thought given to Scottish audiences. Drama, for instance, is lucky to get one new programme made here every year to two years. London decides what goes on, and for years now the BBC Scotland senior management have been happy to keep their heads down and take what they're given. That's why the audience feel as they do. They're not stupid.

And on this, the audience research suggests Scottish ministers are in tune with public sentiment. They are deeply irritated by the BBC's offers last week and want spending on solely Scottish content to increase to £100m, up from the £35m it is estimated to currently spend.

Fiona Hyslop, reappointed as Scottish culture secretary by Nicola Sturgeon on Wednesday, is underwhelmed by the BBC's offer to create a notional “channel” for Scotland on the iPlayer, by putting Scottish digital content in a single home page.

She points to Sir Tony Hall's evidence to Holyrood's culture committee in January, where he spoke of an "online channel" for Scotland as he repeatedly acknowledged the BBC has underserved Scottish audiences. The Guardian picked up on that too as implying it meant a dedicated channel. BBC officials insist the director general misspoke, and actually meant the iPlayer option.

Hyslop is pressing ahead with Scottish government demands for a dedicated Freeview channel for Scotland, as an ancillary to the "Scottish Six", by directly lobbying the BBC and UK culture secretary John Whittingdale. The white paper did not go far enough, she said last week:

“ *The BBC must evolve to better represent the people of Scotland; improve its commissioning practices to support our world-class creative industries; and adopt appropriate governance and accountability structures, including a unitary board with representation from Scotland.*

The Gaelic language TV service BBC Alba is meanwhile annoyed there was no commitment to increase BBC programming to match the 10 hours the BBC provides the Welsh language channel S4C, up from the 4.5 hours in original Gaelic programming the BBC currently provides.

Other producers, however, insist Hyslop's and Archer's complaints disregard far wider, more positive impacts on Scotland from the BBC's spending, which has seen the number of "network hours" made in Scotland increase from 323 a decade ago to 944 in 2014-15.


With criticism focusing on where the £320m raised from Scottish licence fee payers gets spent, the BBC insists that £190m of that stays in Scotland. The remainder funds the huge range of UK-level channels and services, and international coverage, which all Scots audiences enjoy. One senior executive said before Hall's evidence:

“ *We're using local companies, we're doing our editing here. I'm employing Scottish producers, assistant producers and journalists. Doesn't that benefit the Scottish economy? It's bizarre. It just doesn't make sense. The amount, the value of productions made here for the network is so much higher than that.*

Yet David Strachan of Tern TV, a regular contributor to BBC Scotland programming, said the DCMS findings could not be "dismissed as the extremist wing of the SNP..."

“ *BBC Scotland has a small, and diminishing, budget to make programmes about Scotland for Scotland in order to ameliorate the predominance of the south east [England] on the BBC.*
The BBC is considering how to get representation right, now that it has clearly been established that complaints can't be dismissed as politically motivated. There was all-party consensus behind the Scottish government's representations on charter review. The BBC's challenge is partly to persuade Scottish audiences that it has, at last, a wider view of what British means. But it also needs gently to persuade its well served south east audiences that they should let go of their cultural dominance.

www.theguardian.com/uk-news/scotland-blog/2016/may/20/bbc-audience-study-shows-scottish-viewers-are-most-critical-of-all

CBC  Radio-Canada

Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>

Confidential: Upcoming Heritage Committee Study

1 message

Shaun Poulter <shaun.poulter@cbc.ca>

Tue, Feb 16, 2016 at 11:56 AM

To: Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>, Marco Dube <marco.dube@radio-canada.ca>

Cc: Stephanie Duquette <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, Liliane Le <liliane.le@cbc.ca>

05/12/2016

CBC Radio-Canada Mail - Re: URGENT : Heritage Committee Event Video

CBC  Radio-Canada

Liliane Le <liliane.le@cbc.ca>

Re: URGENT : Heritage Committee Event Video

1 message

MONTREAL TRADUCTION <montreal.traduction@radio-canada.ca>
To: Liliane Le <liliane.le@cbc.ca>

16 May 2016 at 16:15

Bonjour Liliane,

Il faudrait la vidéo.

Katherine

Katherine Rochette
pour Nicole Pigeon
Adjointe de secteur/Departmental Assistant
Services linguistiques/Linguistic Services
Communications d'entreprise/Enterprise Communications
CBC/Radio-Canada
(514) 597-7666

2016-05-16 16:04 GMT-04:00 Liliane Le <liliane.le@cbc.ca>:

allo katherine,

encore une fois, je suis navrée pour le RUSH.

donc je viens de parler avec les services anglais, si on peut avoir faire traduire les textes dans la colonne audio pour demain midi - Ils pourront faire les sous-titres à temps pour la comparution jeudi matin.

merci - et je vous envoie le discours de Jen McGuire dès que je le recois - au plus tard demain matin.

Liliane

On 16 May 2016 at 15:54, Liliane Le <liliane.le@cbc.ca> wrote:

----- Forwarded message -----

From: **SARAH WILSON** <sarah.wilson@cbc.ca>

Date: 16 May 2016 at 15:30

Subject: Re: URGENT : Heritage Committee Event Video

To: Liliane Le <liliane.le@cbc.ca>

Cc: Amanda Pyle <amanda.pyle@cbc.ca>, MAYA KANE <maya.kane@cbc.ca>, Oanh Kasperski <oanh.kasperski@cbc.ca>

Hi Liliane,

Here is the full transcription of the Heritage video for the House of Commons translators.
I will be putting the video into your Google drive in the next hour or so.

Thanks very much,
Sarah

On Mon, May 16, 2016 at 1:55 PM, Liliane Le <liliane.le@cbc.ca> wrote:

<https://mail.google.com/mail/ca/u/0/?ui=2&ik=85eb0e93ff&view=pt&cat=GR%2042nd%20Parliament%2FHofC%2FCHPC&search=cat&th=154bb3636f99d208...> 1/3

A0063688_73-000073

A0063836_1-001096

05/12/2016

CBC Radio-Canada Mail - Re: URGENT : Heritage Committee Event Video

Hi Sarah,

As discussed, if we cannot get by wed end of day the CBC video with French subtitles, I would need at the full transcript so I can give it to the House of commons Interpreter so they can do live on Thurs am.

So that yo know, Radio-Canada's video has been subtitled in English.

I am from my end ensure that all of the remarks are translated In the other official language.

Thanks,
Liliane

On 16 May 2016 at 13:43, SARAH WILSON <sarah.wilson@cbc.ca> wrote:

Hi Liliane,

Need a bit of clarification. This is the first we've heard this requirement.

English subtitled?

French translated?

Thank you,
Sarah

On Mon, May 16, 2016 at 1:21 PM, Amanda Pyle <amanda.pyle@cbc.ca> wrote:

Hi:

I just got off the phone with Liliane. Not sure if Gino passed this on or not but the video needs to be subtitled.

Thanks
Amanda

Sarah Wilson
Senior Communications Officer
CBC News & Current Affairs
Communications, Marketing & Brand
Ph: 416-205-6398 Cell: 647-534-4190
sarah.wilson@cbc.ca Office: 3A200-O

CBC  Radio-Canada

Liliane Lê
Première chef, Relations gouvernementales
Senior Manager, Government Relations
CBC/Radio-Canada
T: +1.613.288.6272
C: +1.613.299.5254
Liliane.Le@cbc.ca



18/01/2017

CBC Radio-Canada Mail - CHPC - STUDY ON THE MEDIA AND LOCAL COMMUNITIES

CBC/Radio-Canada
T: +1.613.288.6272
C: +1.613.299.5254
Liliane.Le@cbc.ca



4 attachments

 **2015-02-23 CHPCEV04-F.PDF**
209K

 **2016-02-23 CHPCEV04-E.PDF**
196K

 **2016-02-25 CHPCEV05-E.PDF**
201K

 **2016-02-25 CHPCEV05-F.PDF**
213K

CHPC - STUDY ON THE MEDIA AND LOCAL COMMUNITIES

1 message

Liliane Le <liliane.le@cbc.ca>

8 March 2016 at 17:29

To: Hubert T Lacroix <ht.lacroix@cbc.ca>, Stephanie Duquette <stephanie.duquette@radio-canada.ca>, Alex Johnston <alex.johnston@cbc.ca>, Marco Dube <marco.dube@radio-canada.ca>, Heather Conway <heather.conway@cbc.ca>, Louis Lalonde <louis.lalonde@radio-canada.ca>, Jennifer McGuire <jennifer.mcguire@cbc.ca>, Gino Apponi <gino.apponi@cbc.ca>, Emmanuelle LAMARRE-CLICHE <elcliche@radio-canada.ca>, Michel Cormier <michel.cormier@radio-canada.ca>, Martine Menard <martine.menard@cbc.ca>, Shaun Poulter <shaun.poulter@cbc.ca>, Alexandra Fortier <alexandra.fortier@radio-canada.ca>, Bev Kirshenblatt <bev.kirshenblatt@cbc.ca>, Patricia Pleszczynska <patricia.pleszczynska@radio-canada.ca>, Andrew Cochran <andrew.cochran@cbc.ca>

This morning, members of the Committee meet with representatives from OLMC (community radio and papers), as well as from the APTN and CMG. Given the meeting was limited to 2 hours; witnesses were split into two panels.

The majority of the witnesses' presentations revolved around the decrease in ad revenues, in particular from the federal government (ad placements). OLMC reps were advocating for a dedicated fund to support the operational costs of local papers and community radios. It was even suggested by the QCNA that 1% of the new funding promised to CBC/Radio-Canada be directed towards such a fund. Finally, the FCFA thinks that the government should tie part of CBC/Radio-Canada's new funding to local programming in OLMC.

Federal funding and ad revenues

- Mr. Samson: Where are you at with the complaint against the federal government and the changes to its ad placement policy?
- Mr. Waugh: Shouldn't the provinces use local media to advertise as well? Is it only the federal government's responsibility to place ads in local media?
- Mr. Maguire: How much funding from PCH goes to your operational costs? What is your readership? Where is your funding coming from? Do you get any operation related costs support from the provinces?
- Mr. Vandal: How much money (for operating costs and ad placements) do you receive from the federal government? Can you tell us more about CRTC's changes to the LIPF?
- Mr. Nantel: Would it be helpful for this committee to hear from advertisers as well? Especially for remote areas there are fewer advertisers and internet ads don't seem to be working.

Media concentration

- Mr. Samson: What is the impact of media concentration in your communities?
- Mr. Nantel: Is the situation the same for ENG papers as it is for the FR local papers in OLMC? Is it true that there are no full time reporters (public and privates) covering the SK legislative Assembly?
- Mr. Breton: Is it true that over 15K news related jobs will be lost by 2020?
- Ms. Dabrusin: With the increase of media concentration, is gender equity at risk? Do you (to CMG) have the number of women in leadership roles?

Digital and Broadband

- Mr. Waugh: La Presse only prints a weekend edition, and focuses its resources on delivering content via the web/apps. Local papers cannot ignore the internet; can local papers do the same? (A: you still need resources to pay for reporters and staff)
- Mr. O'Regan: What is the main challenge for the APTN to reach northern/remote communities? (A: lack of broadband, many communities rely on satellite)

COMMITTEE MEMBERS

- Chair: Hon Hedy Fry (LIB Vancouver Centre)
- Vice-Chair: Lary Maguire (CON Brandon–Souris) for the Chair
- Vice-Chair: Pierre Nantel (NDP Longueuil–Saint-Hubert)
- Pierre Breton (LIB Shefford)
- Julie Dabrusin (LIB Toronto–Danforth)
- Seamus O'Regan (LIB St. John's South–Mount Pearl)
- Darrell Samson (LIB Sackville–Preston–Chezzetcook)
- Dan Vandal (LIB Saint Boniface–Saint Vital)
- Peter Van Loan (CON York–Simcoe)
- Kevin Waugh (CON Saskatoon–Grasswood)

Also present:

- Randy Boissonault, Parliamentary Secretary to Minister Canadian Heritage (Edmonton Centre)
- Stéphane Lauzon Parliamentary Secretary to the Minister of Sport and Persons with Disabilities (Argenteuil–La Petite-Nation)

WITNESSES

8:45 a.m. to 9:45 a.m.

Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA)

- Sylviane Lanthier, Chair
- Serge Quinty, Director of Communications

Association de la presse francophone (APF)

- Francis Sonier, President
- Jean-Patrice Meunier, Executive Director and Director of Legal Affairs

Alliance des radios communautaires du Canada (ARC)

- François Côté, Secretary General
- Simon Forgues, Development and Communications Officer

9:45 a.m. to 10:45 a.m.

Quebec Community Newspapers Association (QCNA)

- Richard Tardif, Executive Director

Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

- Jean La Rose, Chief Executive Officer

Canadian Media Guild (CMG)

- Carmel Smyth, President of the Canadian Media Guild
- Jeanne d'Arc Umurungi, Communications Director

Also attached are the transcripts (FR and ENG) for the first two mtgs.

Bonne soirée!

—

Liliane Lè
Chef, Relations gouvernementales
Manager, Government Relations

16/01/2017

CBC Radio-Canada Mail - Re: URGENT : Heritage Committee Event Video

—
Sarah Wilson
Senior Communications Officer
CBC News & Current Affairs
Communications, Marketing & Brand
Ph: 416-205-6398 Cell: 647-534-4190
sarah.wilson@cbc.ca Office: 3A200-O

CBC  Radio-Canada

—
Liliane Lê
Première chef, Relations gouvernementales
Senior Manager, Government Relations
CBC/Radio-Canada
T: +1.613.288.6272
C: +1.613.299.5254
Liliane.Le@cbc.ca



—
Liliane Lê
Première chef, Relations gouvernementales
Senior Manager, Government Relations
CBC/Radio-Canada
T: +1.613.288.6272
C: +1.613.299.5254
Liliane.Le@cbc.ca

