

[Text]

Mr. Chairman, we have slides to touch on spectrum management, industry and research, but given your time constraints I might move directly over to 2.4, which is broadcasting, and draw your attention to some of the numbers in the broadcasting area.

This is also a crucial, very, very important industry for the country. Its numbers are not quite as impressive as the Telecom, with \$3.9 billion earned revenues and about 40,000 people employed in the industry. But you will see the penetration rate for broadcasting in Canada is very impressive, radio and television approaching almost saturation in the 99% and 98% range; indeed, with cable penetration now breaking the 70%.

Again, these are our 1989 numbers. One of the—

Mrs. Finestone: I said I would not do too much of this; however, I would flag that right after the penetration rate in the percentage of Canadian drama, we want to know what the audience listing rate is on the BBMs, please. Later on, not this minute. Thank you.

The Chairman: Look, I have controlled myself. I have five questions listed already.

Mrs. Finestone: Gee, you are terrific.

The Chairman: I am exercising great discipline. I'm afraid we're not going to get through this.

Mr. Cook (North Vancouver): Mr. Chairman, you are the last person to get to ask the questions.

The Chairman: I know that.

Mrs. Finestone: That's right, yes.

The Chairman: Continue, Mr. Hepburn, before I get into—

Mr. Hepburn: Thank you, Mr. Chairman. Some of the challenges in the broadcasting area... Of course, the market fragmentation has been noted recently and has been the subject of a pointed study by a task force who has recently reported; and the everlasting and eternal question of the development and distribution of more and better Canadian programming.

I move over next to the cultural industries. This is a term we use rather universally to embrace publishing, film and video, and sound recording. These are the three main components. One of the challenges there, of course, is always associated with the market share of foreign cultural products. You can see from publishing, film and sound recording there is a very major market share for foreign cultural products. Hence, one of the challenges for Canada is always to improve the access to Canadian cultural products in these industries.

Arts and heritage: In the arts and heritage area we again think primarily in terms of the performing arts and of the museums. We would mention again for you for reference, and I won't work through those, that there are a large

[Translation]

Monsieur le président, nous avons des diapositives à vous présenter sur la gestion du spectre, sur l'industrie des télécommunications et sur la recherche dans ce domaine. Comme vous manquez de temps, nous pourrions passer directement à la page 2.4 qui porte sur la radiodiffusion et je me permettrais, à cet égard, de vous citer quelques chiffres.

Le secteur de la radiodiffusion revêt également une très grande importance pour notre pays. Les chiffres qui s'y rapportent ne sont cependant pas aussi impressionnants que ceux du secteur des télécommunications mais ce secteur génère tout de même 3,9 milliards de dollars et emploie 40,000 personnes. Vous constaterez que le taux de pénétration de la radiodiffusion est très impressionnant au Canada. Ce taux est de 98 à 99 p. 100 pour la radio et la télévision et de 70 p. 100 pour le câble.

Il s'agit encore une fois des chiffres de 1989. L'un des...

Mme Finestone: J'ai promis d'être patiente, mais je voulais simplement signaler à notre témoin que nous aimerions également savoir quelle est la cote d'écoute pour les dramatiques canadiennes selon les sondages BBM. Vous pouvez répondre à cette question plus tard.

Le président: Écoutez. Je suis parvenu, moi, à me contrôler. J'ai déjà cinq questions à poser.

Mme Finestone: Vous êtes fantastique.

Le président: Je fais preuve d'une grande autodiscipline. Je crains que les fonctionnaires n'aient pas le temps de terminer leur exposé.

M. Cook (North Vancouver): Monsieur le président, vous savez que vous devez poser vos questions en dernier.

Le président: Je le sais bien.

Mme Finestone: C'est très juste.

Le président: Poursuivez, monsieur Hepburn, avant que je...

M. Hepburn: Je vous remercie, monsieur le président. J'allais vous parler des défis qui se présentent au ministère dans le domaine de la radiodiffusion. On a fait ressortir récemment qu'il y avait fragmentation du marché dans une étude très pertinente qui vient de paraître. La question qui se pose toujours c'est évidemment de savoir comment produire et distribuer toujours plus d'émissions canadiennes de qualité.

Passons maintenant aux industries culturelles. C'est un terme générique qui englobe édition, film et vidéo ainsi qu'enregistrement sonore. Ce sont les trois principales catégories dans ce secteur. Le défi qu'il faut relever, c'est évidemment d'établir un équilibre dans la répartition du marché entre produits étrangers et produits canadiens. Vous pouvez constater que les produits culturels étrangers occupent une place prépondérante dans le secteur de l'édition, du film et de l'enregistrement sonore. L'objectif est donc naturellement d'améliorer la part du marché qui revient aux produits culturels canadiens dans ces secteurs.

Arts et patrimoine: Les arts du spectacle et les musées constituent essentiellement ce secteur. Pour votre gouverne, qu'il me suffise de dire qu'il existe un grand nombre de compagnies artistiques au Canada ainsi qu'un grand nombre