

**PRÉSENTATION DU**



Syndicat canadien de  
la fonction publique 

**DEVANT LE COMITÉ SÉNATORIAL  
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS**

*DANS LE CADRE DE  
L'EXAMEN DES DÉFIS QUE DOIT RELEVER LA  
SOCIÉTÉ RADIO-CANADA EN MATIÈRE  
D'ÉVOLUTION DU MILIEU DE LA RADIODIFFUSION ET DES  
COMMUNICATIONS*

23 OCTOBRE 2014

QUÉBEC

Monsieur le Président, sénateurs et sénatrices, merci de nous recevoir.

1. Nous sommes devant vous aujourd'hui parce que vous nous avez invités à vous parler des défis que doit relever Radio-Canada sur le plan régional, dans le contexte de l'évolution du milieu des communications. Le SCFP représente environ 1800 personnes qui travaillent à Radio-Canada dans tout le Québec et à Moncton.
2. Pour entrer dans le vif du sujet, mentionnons d'abord que la *Loi sur la radiodiffusion* donne des obligations particulières au diffuseur public en ce qui concerne les régions. Radio-Canada doit offrir une programmation qui rend compte « ... de la diversité régionale du pays (...) tout en répondant aux besoins particuliers des régions<sup>1</sup>. » L'objectif de cette disposition est double : d'une part, faire en sorte que l'on parle des différentes régions dans tout le pays et, d'autre part, permettre aux gens qui habitent ces régions de voir leurs réalités transposées dans les médias.
3. Avec les compressions à répétition vécues par le diffuseur public depuis 2009 et les réductions de personnel qui en découlent, la réalisation de cette partie du mandat de Radio-Canada est menacée. **Le principal défi des stations régionales de la SRC est donc de continuer à offrir une programmation locale pertinente, de qualité et en quantité, malgré un contexte économique difficile.**
4. Depuis quelques années, la situation financière des stations de télévision généralistes est mauvaise partout au pays. Dans le secteur privé, la croissance des revenus publicitaires locaux est négative dans toutes les régions sauf en Ontario et au Québec.

---

<sup>1</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1)m)(ii).

## REVENUS PUBLICITAIRES LOCAUX – TÉLÉVISION TRADITIONNELLE PRIVÉE

2013 (en millions \$)	Revenus publicitaires locaux	Taux de croissance annuel composé (2009-2013)	Bénéfice ou perte avant intérêts et impôts (BAII)
Atlantique	23,09 \$	-1,30 %	-11,41 \$
Québec	87,67 \$	<b>3,50 %</b>	18,95 \$
Ontario	100,99 \$	<b>0,90 %</b>	-41,29 \$
Prairies	84,20 \$	-1,90 %	-17,26 \$
C.-B. + Territoires	55,28 \$	-1,60 %	-18,25 \$
Canada	351,23 \$	0,20 %	-69,27 \$
Canada sauf Québec	263,56 \$	<b>-2,70 %</b>	-88,22 \$

Source : CRTC, Télévision traditionnelle – Relevés statistiques et financiers, 2009-2013.

5. À Radio-Canada, les ventes de publicité ont été en croissance au cours des cinq dernières années. Toutefois, le lock-out dans la Ligue nationale de hockey a eu un impact à la baisse important sur les revenus publicitaires en 2013.

## REVENUS PUBLICITAIRES – TÉLÉVISION TRADITIONNELLE DE LA SRC

Revenus totaux (en millions \$)	2012 (1 <sup>er</sup> sept. 2011 au 31 août 2012)	Variation %	2013 (1 <sup>er</sup> sept. 2012 au 31 août 2013)	Variation %	Taux de croissance annuel composé (2009-2013)
Atlantique	7,53 \$	1,34	6,72 \$	-10,73	2,6 %
Québec	137,00 \$	2,04	137,87 \$	0,63	4,6 %
Ontario	206,44 \$	0,59	169,30	-17,99	2,4 %
Prairies	10,85 \$	4,44	8,75 \$	-19,31	-4,3 %
C.-B. + Territoires	10,88 \$	-11,72	8,48 \$	-22,03	-6,2 %
Canada	372,70 \$	0,83	331,12 \$	-11,15	2,8 %
Canada sauf Québec	235,69 \$	0,03	193,25 \$	-4,84	1,56 %

Source : CRTC, Télévision traditionnelle – Relevés statistiques et financiers, 2009-2013.

6. La SRC doit donc appréhender des revenus commerciaux à la baisse pour les quatre prochaines années compte tenu du fait qu'elle ne touchera plus un sou de la publicité diffusée pendant l'émission *Hockey Night in Canada*. Par la suite, le diffuseur public devra ajouter 360 heures de programmation à sa grille pour remplacer le hockey, ce qui augmentera forcément ses dépenses de programmation.

7. Au printemps dernier, le PDG de Radio-Canada faisait l'analyse suivante :

« La télévision locale est particulièrement menacée à cause de l'élimination par le CRTC du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL). Dans de nombreux cas, il n'y a simplement pas de modèle économique viable pour la soutenir. Pour ces raisons, nous ne croyons pas que les radiodiffuseurs privés continueront à s'investir dans les régions, à l'exception peut-être des plus grandes villes canadiennes. Devrions-nous alors nous retirer avant eux ou devrions-nous être le dernier à s'intéresser aux nouvelles locales et à en diffuser<sup>2</sup>? »

8. Le SCFP croit que le diffuseur public national doit absolument poursuivre ses opérations en région. Radio-Canada a l'obligation légale d'offrir – à la radio et à la télévision; en français et en anglais – une programmation qui renseigne, éclaire et divertit, tout en répondant aux besoins des régions. La présence de la SRC d'un bout à l'autre du pays est d'autant plus nécessaire que les diffuseurs privés pourraient éventuellement délaisser ce marché.

9. La télévision privée n'est pas la seule touchée par la disparition du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale. Ce fonds rapportait plus de 40 millions de dollars par année à Radio-Canada qui l'a utilisé pour enrichir sa programmation en région. Ces améliorations sont remises en question par les difficultés budgétaires du diffuseur public. Malgré tout, dans son plan quinquennal 2015-2020, Radio-Canada dit vouloir « préserver sa présence

---

<sup>2</sup> Radio-Canada, *Notes d'allocution d'Hubert T. Lacroix, président-directeur général, CBC/Radio-Canada, au Cercle canadien de Montréal*, Montréal, 5 mai 2014.

géographique pour être encore plus locale<sup>3</sup>... » Nous voyons difficilement comment Radio-Canada pourrait y parvenir avec moins de personnel...

10. À Moncton, où je travaille comme monteur, notre syndicat représentait 54 employés permanents en 1998. Nous sommes maintenant environ 40 et nous croyons qu'il restera moins de 30 techniciens et artisans lors du déménagement prévu dans des locaux plus petits, au printemps prochain.
11. Moins de travailleurs dans les stations régionales signifie moins de journalistes et moins de caméramans sur le terrain. Cela veut dire moins de temps pour faire de la recherche, pour trouver des invités et pour faire des entrevues. Cela veut aussi dire offrir des nouvelles qui ont moins de profondeur parce que la même équipe doit alimenter la télé, la radio et le Web. Moins de travailleurs, c'est finalement moins d'émissions réalisées en région, moins de tournages à l'extérieur des studios, moins de contacts avec les communautés.
12. Il y a déjà des critiques à l'endroit de Radio-Canada en région. Les citoyens nous disent être déçus que nos reportages ne présentent plus toutes les facettes de la nouvelle. D'autres affirment qu'il n'y a pas assez d'information régionale dans nos bulletins – et ils ont raison! Sur une heure de nouvelles, moins de 30 minutes sont consacrées à l'information locale. Le reste vient d'ailleurs au pays, principalement du Québec.
13. Par ailleurs, le plan 2015-2020 prévoit un virage vers le numérique et la mobilité qui modifie les priorités du diffuseur public. Dans ce cadre, l'information à la télévision et à la radio régionale – le cœur des activités de Radio-Canada en région – verra ses ressources diminuer d'ici 2020. Cette stratégie nous inquiète au plus haut point. Elle va causer la disparition d'une expertise professionnelle qu'il sera impossible de rebâtir.

---

<sup>3</sup> CBC/Radio-Canada, *Un espace pour nous tous*, plan quinquennal 2015-2020, juin 2014, p.2.

14. **Le diffuseur public a donc un autre défi à relever. Il doit préserver ses acquis dans les régions, malgré la transformation en cours.** Les syndicats SCFP de Radio-Canada sont conscients de la nécessité d'innover sur de nouvelles plateformes. Il faut cependant éviter que ce virage numérique soit fait trop rapidement, de la mauvaise façon ou pour les mauvaises raisons.
15. Par exemple, puisque les Canadiens sont friands de programmation audiovisuelle sur Internet, il est illogique à notre avis que Radio-Canada se départisse de ses studios de télévision en région. Ceux-ci pourraient lui permettre de tourner différents produits audiovisuels à saveur régionale, que ce soit pour la télévision, Internet ou une tablette.
16. Le SCFP s'oppose également à la demande faite par Radio-Canada au CRTC de cesser d'utiliser ses émetteurs numériques pour la télévision. Radio-Canada est un diffuseur public, financé par des fonds publics, et à ce titre, il doit offrir ses signaux gratuitement au plus grand nombre, via les ondes publiques.
17. Accepter la fermeture des émetteurs de Radio-Canada priverait 15 %<sup>4</sup> des contribuables d'un accès au seul diffuseur offrant une perspective nationale des événements canadiens et internationaux. Les francophones hors Québec qui ne sont pas câblés perdraient quant à eux l'accès à la seule station de télévision s'exprimant dans leur langue maternelle sur des sujets locaux.
18. L'ampleur du virage numérique planifié par Radio-Canada et, surtout, la vitesse à laquelle on souhaite l'entreprendre nous semblent avant tout motivées par les économies envisagées. Des économies qui restent à démontrer, car pour l'instant, la consommation de télévision ou de radio sur Internet a tendance à s'ajouter à l'écoute sur les appareils conventionnels, et non à la remplacer.

---

<sup>4</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications*, Première partie, Ottawa, 14 septembre 2014, p. 124.

## CONSOMMATION MÉDIATIQUE HEBDOMADAIRE DES CANADIENS

Heures par semaine	Télévision	Internet <i>sur différents appareils</i>	Radio	Journaux	Magazines
2001	25,5	5,2	21,4	2,7	1,3
2013	<b>28,9</b>	<b>28,9</b>	17,8	3,2	0,6

Source : IAB Canada, 2013 : Unearthing Internet Time, IAB Canada, décembre 2013.

19. Il serait dommage que Radio-Canada perde son expertise en région pour avoir voulu se moderniser trop rapidement afin d'équilibrer son budget. Le plan mis de l'avant par la SRC pour 2015-2020 devrait non seulement être rentable économiquement, mais aussi culturellement et socialement. Les régions devraient également y trouver leur compte, puisque Radio-Canada a pour mission de répondre à leurs besoins, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*.
20. Quel que soit le média utilisé pour transmettre sa programmation, le diffuseur public a une mission à remplir et il doit être financé adéquatement pour y arriver. Radio-Canada ne peut constamment sacrifier ses employés pour équilibrer son budget sans porter atteinte à sa mission en région. La SRC a besoin de stabilité budgétaire. Le gouvernement doit assumer ses responsabilités à cet égard.

Présenté par :

Nathalie Blais, conseillère à la recherche  
SCFP

Adrien Caissie, président local – Moncton  
Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français  
de Radio-Canada, SCFP 5757

Isabelle Doyon, présidente  
Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s  
de Radio-Canada, SCFP 675