

PRÉSENTATION DU



**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*

5 NOVEMBRE 2014

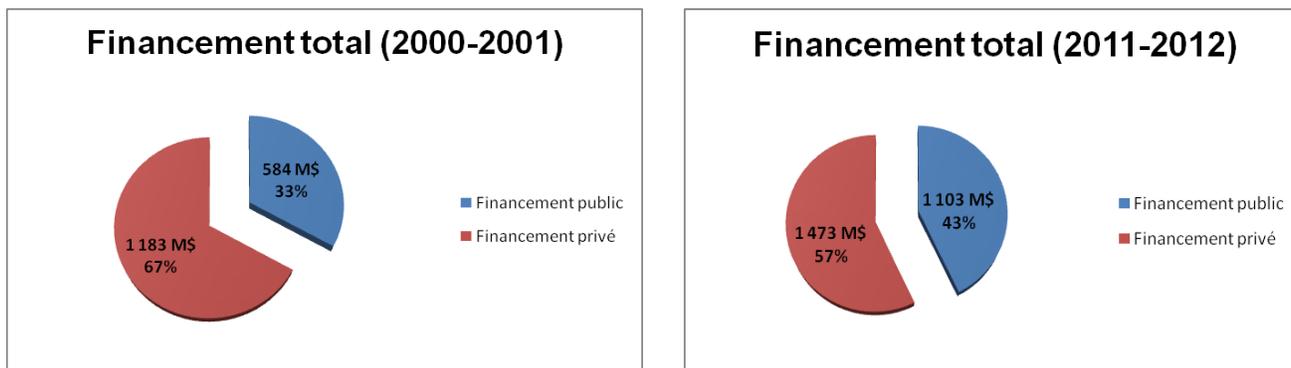
MONTRÉAL

Monsieur le Président, sénateurs et sénatrices, merci de nous recevoir dans le cadre de votre étude sur les défis de la Société Radio-Canada.

1. Mon nom est Nathalie Blais. Je suis conseillère au Service de la recherche du Syndicat canadien de la fonction publique. Avec moi pour cette présentation, Madame Isabelle Doyon, présidente du Syndicat des employé(e)s de bureau et professionnel(le)s de Radio-Canada et Monsieur Michel Labrie, vice-président national du Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada. Ces deux syndicats représentent quelque 1700 employés de la SRC, dans tout le Québec et à Moncton. Certains d'entre eux nous ont accompagnés pour assister à vos travaux.
2. Le SCFP estime que les raisons qui ont mené à la création de Radio-Canada sont toujours d'actualité. Dans les années à venir, un diffuseur public fort sera plus que jamais essentiel pour faire contrepoids à l'affluence de nouvelles et d'émissions de partout sur la planète. Radio-Canada est nécessaire pour offrir aux Canadiens une programmation alternative à celle des diffuseurs privés; une information fiable, indépendante de tout intérêt commercial ou politique; et des émissions répondant à des besoins particuliers – comme ceux des minorités linguistiques – même lorsque ce n'est pas rentable.
3. Toutefois, Radio-Canada fait face à d'importants défis de financement qui menacent la mission qui lui a été confiée par le Parlement. Radio-Canada se trouve à un tournant historique. Si rien n'est fait rapidement notre diffuseur public disparaîtra, car sa direction et son conseil d'administration ont entrepris d'en privatiser des pans entiers.
4. Les compressions supplémentaires annoncées la semaine dernière prévoient notamment la vente du costumier de Radio-Canada, la plus imposante collection de costumes en Amérique du Nord. Cette décision est le prélude à l'abandon de toute production d'émissions de divertissement à l'interne et à la disparition prochaine de 11 des 12 studios montréalais du diffuseur public.

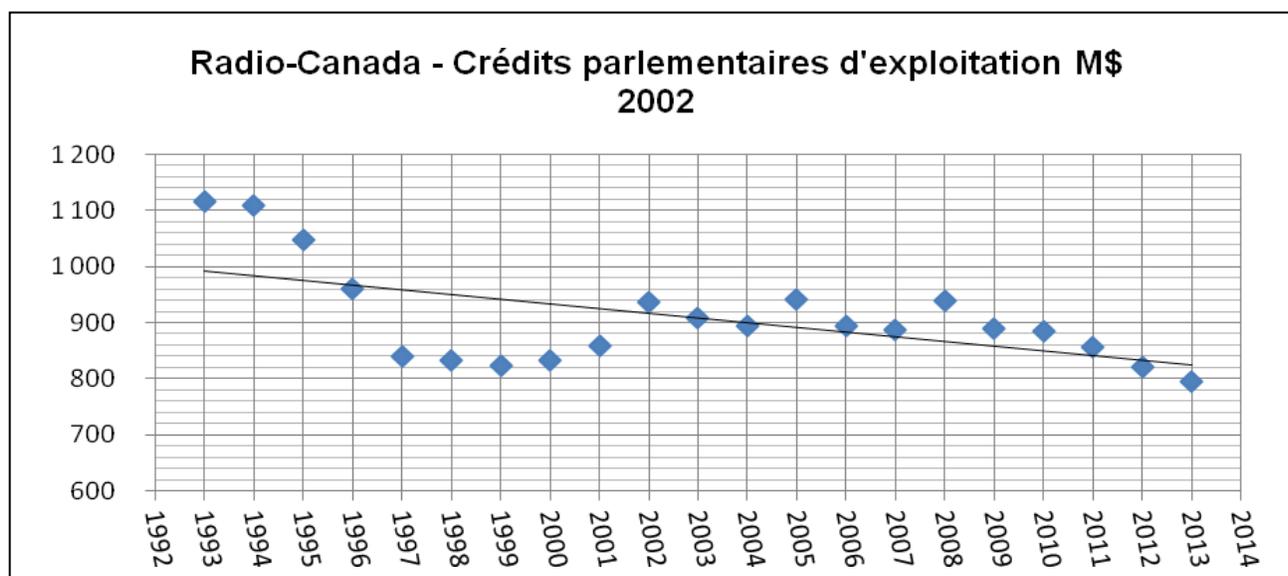
- La direction de Radio-Canada fait le calcul qu'il sera plus avantageux de confier la production de ses émissions à des producteurs privés. Il faut dire que le crédit d'impôt fédéral et les autres sources de financement public des producteurs indépendants sont en augmentation depuis des années.

Évolution du financement de la production télévisuelle canadienne



Sources : AQPM, CMPA et ministère du Patrimoine canadien, *Profil*, Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada, 2005 à 2013 et Fonds des médias du Canada, Rapports annuels 2010 à 2013 et Fonds canadien de télévision, Rapports annuels 2006 à 2009.

- L'enveloppe accordée à Radio-Canada par le gouvernement, quant à elle, n'a cessé de diminuer depuis le début des années 90. En dollars constants, les crédits parlementaires du diffuseur public ont même atteint un plancher historique.



7. Pourtant, la mission confiée à Radio-Canada est toujours la même : celle d’offrir une large programmation, principalement canadienne, qui renseigne, éclaire et divertit, dans les deux langues nationales, d’un bout à l’autre du pays, en tenant compte des besoins particuliers des régions et en favorisant l’expression culturelle¹. Aucun diffuseur ou producteur privé de télévision n’a les mêmes obligations.
8. Le gouvernement doit reconnaître l’étendue et la complexité de la mission de Radio-Canada, et lui accorder le financement nécessaire pour la réaliser. En diminuant constamment les sommes qui lui sont consacrées – ne serait-ce qu’en refusant de les indexer au coût de la vie –, le gouvernement fédéral pousse Radio-Canada à recourir davantage aux revenus publicitaires et commerciaux. Cette dynamique dénature le diffuseur public et le détourne de sa mission en le rendant de plus en plus semblable aux réseaux de télévision privés.
9. Compte tenu de la transformation numérique de l’industrie et de l’instabilité du marché publicitaire, Radio-Canada a plus que jamais besoin de stabilité. Uniquement pour l’année financière 2014-2015, le diffuseur public aura procédé au licenciement de plus de 1000 travailleurs pour équilibrer un budget déficitaire. Radio-Canada ne peut faire d’emprunts pour ses opérations courantes². Ses employés lui servent donc carrément de marge de crédit pour faire face à des imprévus de plus en plus fréquents. Cette situation ne peut pas durer.
10. Devant la fluctuation de toutes ses sources de revenus, Radio-Canada procède à la réduction de son personnel à une vitesse excessive. Cela met en péril la mission du diffuseur public, son expertise et sa capacité à se transformer pour répondre aux besoins des Canadiens sur plusieurs plateformes. On peut en effet se demander de quelle façon Radio-Canada arrivera à maintenir une programmation de qualité à la radio et à la télévision – tout en ajoutant des

¹Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1)m).

² CBC/Radio-Canada, *Politique 2.3.29 : Gestion des placements*, mars 2012, annexe A, point 3 : « Suivant les lignes directrices émanant du ministère des Finances, CBC/Radio-Canada ne peut contracter d’emprunts pour provisionner son fonds de roulement. »

services numériques – alors que la taille de son personnel et l’organisation du travail changent constamment.

11. La consommation d’information se fait maintenant autant à la radio qu’à la télé et sur les plateformes numériques. Le diffuseur public doit donc produire davantage de contenu en simultané alors qu’il n’a plus les moyens de conserver son personnel. C’est un non-sens! Radio-Canada doit préserver ses acquis 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.
12. La situation actuelle est malsaine. La preuve en est que les difficultés budgétaires de Radio-Canada ont déterminé en grande partie les priorités du plan quinquennal 2015-2020. Ce plan prévoit la privatisation de toute la production – à l’exception des émissions d’information – ainsi que la vente des actifs immobiliers et de transmission. La stratégie mise en place transfère au secteur privé des actifs de Radio-Canada sans que les citoyens aient l’assurance que cela se fera à leur avantage.
13. En misant sur le recours exclusif à des producteurs indépendants, Radio-Canada n’aura aucun contrôle sur les coûts de production. Sans studios pour accueillir ces producteurs, il y a fort à parier que Radio-Canada verra le prix de ses émissions augmenter.
14. Cette stratégie compte également sur l’obtention de subventions du Fonds des médias du Canada qui pourraient diminuer ou disparaître. Le financement offert par le FMC à la production indépendante fluctue en fonction de différents facteurs, comme les abonnements aux câblodistributeurs et les cotes d’écoute. Cette année, Radio-Canada a vu l’enveloppe qui lui est octroyée diminuer de 7 millions de dollars par rapport à l’an dernier. Donc rien ne garantit que le diffuseur public fera des économies en fermant ses studios et en démantelant ses équipes de production.

15. Une chose est certaine cependant : les contribuables, eux, paieront plus cher. Lorsque Radio-Canada a recours à la production indépendante, les Canadiens doivent en effet assumer non seulement le coût de l'émission, mais également la marge de profit du producteur privé et le montant de la subvention.
16. Par ailleurs, puisque la disparition des studios est reliée au partenariat public-privé (PPP) de la Maison de Radio-Canada, il sera impossible de revenir en arrière une fois le projet enclenché. Le contrat en PPP liera les parties pour les 30 prochaines années. Radio-Canada n'aura donc plus d'alternative si l'évolution de l'industrie faisait en sorte qu'il soit plus avantageux de produire à l'interne.
17. Dans son plan 2015-2020, Radio-Canada dit vouloir réduire son « empreinte immobilière » pour investir davantage dans la programmation. L'objectif est louable, mais nous doutons que le recours à un PPP permette réellement au diffuseur public de faire des économies.
18. Des études ont en effet démontré que les projets immobiliers réalisés en PPP coûtent plus cher à financer. En France et en Grande-Bretagne, on a même racheté certaines infrastructures construites en PPP afin d'économiser³.
19. En gérant lui-même le projet de transformation de la Maison de Radio-Canada à Montréal, ou en le confiant à la Société immobilière du Canada, nous estimons que le diffuseur public économiserait au bas mot 2 % sur le taux de financement. Cette solution a-t-elle été envisagée? À Radio-Canada, on nous dit qu'un recours à la Société immobilière ne serait pas rentable. Sur quelle base repose cette conclusion? Nous l'ignorons.
20. Radio-Canada n'a d'ailleurs jamais justifié son recours à un PPP pour réaménager ses locaux montréalais. Impossible d'en savoir plus via l'accès à l'information : des centaines de pages de documents fournies par Radio-Canada ont été censurées. L'avantage économique de procéder avec un modèle PPP plutôt que traditionnel reste donc à démontrer.

³ IRIS, Devrait-on racheter les PPP du CHUM et du CUSM?, Note socio-économique, octobre 2014, p. 4.

21. Bref, le plan 2015-2020 de Radio-Canada contient des initiatives qui ont toutes les allures d'une privatisation, ce qui nous inquiète au plus haut point. En ayant davantage recours à la production indépendante et en devenant locataire pour ses bureaux, ses studios et ses équipements de transmission, le diffuseur public n'aura bientôt de public que le nom.
22. Même le signal de Radio-Canada pourrait être privatisé si le CRTC accepte sa proposition de fermer ses émetteurs télé. Il faudrait alors absolument être abonné à une entreprise privée de câblodistribution pour avoir accès à la programmation du diffuseur public.
23. Les orientations de la haute direction et du conseil d'administration de Radio-Canada mettent en péril la mission du diffuseur public et la place unique qu'il occupe dans le système de radiodiffusion. Quoi qu'en pense son président, Radio-Canada n'est pas une entreprise comme les autres. C'est un service public essentiel qui appartient à la collectivité. Il a pour objectif d'offrir une programmation variée, novatrice et s'adressant à tous les Canadiens, peu importe la plateforme de diffusion utilisée. Il a aussi pour mandat d'informer et d'éclairer les citoyens sur l'actualité, qu'elle soit locale, nationale, ou internationale.
24. Le plan mis de l'avant par Radio-Canada pour 2015-2020 devrait non seulement être rentable économiquement, mais aussi culturellement et socialement. Toutefois, au rythme où vont les choses, le SCFP craint que Radio-Canada ne soit vidé de sa substance prochainement et que l'on invoque par la suite son manque de pertinence pour mettre fin à ses activités...
25. Le gouvernement doit assumer ses responsabilités en finançant adéquatement le diffuseur public pour lui permettre de réaliser son mandat dans l'intérêt de tous les Canadiens. Il doit aussi s'assurer que le conseil d'administration n'est pas seulement formé de gestionnaires, mais également de personnes qui ont une connaissance approfondie de l'industrie des communications. Radio-Canada est un important service public. Il faut le développer et préserver ses acquis, plutôt que le démanteler.

Présenté par :

Nathalie Blais, conseillère à la recherche
SCFP

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

Michel Labrie, vice-président national
Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français
de Radio-Canada, SCFP 5757