



SCFP / Syndicat canadien
de la fonction publique



Montréal, le 11 décembre 2012

Monsieur John Traversy
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion
et des télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

**Objet : Observations écrites finales
Renouvellement des licences de la Société Radio-Canada
CRTC 2011-379-6**

1. Le regroupement CPSC/SCFP 675/STARF soumet les observations suivantes sur cinq sujets abordés par la Société Radio-Canada dans le cadre de sa réplique, le 30 novembre dernier.

Ombudsman

2. D'abord, nous appuyons la volonté affichée du Conseil de codifier l'existence et la gouvernance de l'ombudsman de Radio-Canada par l'imposition d'une condition de licence. Cette dernière devrait faire référence au *Mandat de l'ombudsman de Radio-Canada*¹ en vigueur et mentionner que cette institution a pour objet de garantir aux Canadiennes et Canadiens l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité et l'équilibre des activités journalistiques du diffuseur public.
3. Cela dit, nous souhaiterions que le CRTC aille plus loin et qu'il renforce la gouvernance de l'ombudsman. Pour garantir son indépendance et la transparence de la SRC, il serait en effet souhaitable que l'ombudsman relève non seulement du président, mais également du conseil d'administration, et ce, de façon directe.
4. La formule actuelle qui fait en sorte que l'ombudsman relève « directement du président-directeur général de la Société et, par l'entremise de ce dernier, du Conseil d'administration². » comporte des faiblesses. Effectivement, le fait que l'ombudsman ne se rapporte qu'à une seule personne le rend vulnérable à l'influence de cette dernière, ce qui met en péril son rôle de gardien de l'intérêt public dans la pratique journalistique.

¹ Société Radio-Canada, Mandat de l'ombudsman, « Principe », 1^{er} paragraphe, consulté sur Internet le 11 décembre 2012 : <http://blogues.radio-canada.ca/ombudsman/mandat>

² Société Radio-Canada, Mandat de l'ombudsman, « Principe », 2^e paragraphe, consulté sur Internet le 11 décembre 2012 : <http://blogues.radio-canada.ca/ombudsman/mandat>

5. Il faut ajouter à cela que l'ombudsman reçoit, depuis quelques années, un incitatif monétaire au rendement. À notre connaissance, cette prime est accordée chaque année par le PDG de Radio-Canada à plus de 200 gestionnaires et cadres de façon discrétionnaire. Le fait que l'ombudsman soit admissible au programme d'incitatifs à court terme³ augmente encore le pouvoir d'influence potentiel du PDG sur sa fonction. Pour que son indépendance soit réelle, nous soumettons au Conseil que l'ombudsman devrait plutôt bénéficier d'une rémunération annuelle fixe.
6. Par ailleurs, nous divergeons d'opinion avec la SRC sur l'interprétation à donner à l'article 4 du mandat de l'ombudsman portant sur les plaintes et commentaires de l'auditoire. De notre point de vue, cet article ne donne aucun pouvoir d'autosaisie à l'ombudsman de Radio-Canada.

« Au besoin, l'ombudsman identifie les grandes préoccupations du public qui se dégagent des plaintes acheminées à son Bureau et en informe les journalistes et la direction de Radio-Canada. L'ombudsman et la direction de Radio-Canada peuvent convenir que l'ombudsman effectue des études périodiques sur la couverture globale de certains sujets, lorsqu'il est estimé qu'il peut y avoir un problème, et l'ombudsman informera ensuite la direction et les journalistes de Radio-Canada de ses conclusions pour ces études⁴ ».

7. L'ombudsman peut donc enquêter sur « les grandes préoccupations du public qui se dégagent des plaintes acheminées à son Bureau », mais il ne peut lancer une enquête sur une constatation d'un problème qu'il a lui-même faite ou qui lui a été rapportée de manière officieuse (lors d'une rencontre avec un employé, par exemple). Il lui est également impossible d'étudier la couverture de certains sujets sans l'accord de la direction. Cette limitation est d'autant plus restrictive que l'ombudsman de la SRC n'intervient qu'en appel. Seules les plaintes qui n'ont pas été réglées à la satisfaction du plaignant par les services à l'auditoire, la direction de l'Information ou la direction des Programmes de Radio-Canada sont soumises à son attention. Les chances qu'il puisse identifier les préoccupations réelles du public à partir des plaintes qui sont portées à sa connaissance sont donc assez faibles.
8. Le Conseil devrait resserrer, par condition de licence, le mandat de l'ombudsman afin de l'autoriser à enquêter de son propre chef sur toute problématique relative à l'application correcte des valeurs et principes édictés dans les *Normes et pratiques journalistiques* de Radio-Canada.

Diversité de l'information pour les francophones hors Québec

9. Par ailleurs, nous sommes d'avis que la SRC devrait poursuivre ses efforts d'amélioration de l'information offerte aux communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), particulièrement en fin de soirée. À cet effet, la suggestion de Radio-Canada de soumettre à

³ SRC, Demande d'accès à l'information n° A-2012-00045/NLR, 31 juillet 2012.

⁴ Société Radio-Canada, Mandat de l'ombudsman, art. 4 des Plaintes et commentaires de l'auditoire, consulté sur Internet le 11 décembre 2012 : <http://blogues.radio-canada.ca/ombudsman/mandat>

l'observation du Conseil des rapports faisant état de sa couverture journalistique de la francophonie canadienne est un pas dans la bonne direction.

10. Nous sommes aussi en désaccord avec le refus de la SRC de se voir imposer des quotas de nouvelles provenant de différentes régions du pays, comme c'est le cas pour le RDI. Contrairement au Réseau de l'information, la télévision généraliste de la SRC doit offrir une programmation variée qui comporte un nombre limité de bulletins d'information. Lui imposer des quotas de nouvelles selon leur provenance géographique pourrait faire en sorte que la SRC soit obligée de présenter des nouvelles locales ou régionales moins pertinentes pour l'ensemble des Canadiennes et Canadiens de langue française et d'occulter, de ce fait, certaines informations d'importance pour tous. La Société Radio-Canada est justifiée de penser que cela pourrait porter atteinte à sa crédibilité.
11. Nous sommes par contre sensibles au fait que les francophones en situation minoritaire ne s'estiment pas toujours bien servis par un bulletin de nouvelles national produit à Montréal et dont l'amorce met l'accent, bien souvent, sur l'actualité québécoise. Les discussions lors de la réplique de la SRC ayant principalement porté sur le Téléjournal, nous suggérons que le Conseil impose à Radio-Canada des détachements régionaux d'une dizaine de minutes dans ce bulletin. Cela permettrait aux citoyens des CLOSM d'avoir accès à des nouvelles ou à des débats qui les concernent et qui sont produits localement ou, à tout le moins, à l'intention des résidents d'une province.
12. À notre connaissance, les équipes de production sont déjà en place pour les bulletins de midi et de 18 h. Serait-ce trop demander de conserver une partie de ces équipes pour le bulletin de 22 h? Certains reportages pourraient être rediffusés et l'actualité locale ou provinciale pourrait être analysée en compagnie d'experts régionaux. Nous croyons que cette solution aurait l'avantage d'être moins coûteuse qu'un bulletin complet tout en ayant un impact positif sur des communautés linguistiques isolées.

Émissions d'intérêt national et pour enfants

13. À l'égard des émissions d'intérêt national et des émissions pour enfants, les commentaires du CPSC/SCFP 675/STARF se limiteront au pourcentage de production indépendante suggéré par la SRC. Nous sommes pour le moins étonnés que le diffuseur public souhaite être lié par des conditions de licence lui imposant de s'approvisionner à 75 % auprès des producteurs indépendants pour ces catégories d'émissions.
14. S'il y a une certaine logique à proposer un tel pourcentage dans le marché anglophone – où la norme est de 75 % de production indépendante –, il en est autrement dans le marché francophone. De tous les diffuseurs généralistes de langue française, c'est Radio-Canada qui a l'engagement envers la production indépendante le plus élevé, ce dernier atteignant au moins 50 % de la programmation en heures de grande écoute⁵.

⁵ CRTC, Décision 2000-2 « Les licences des services de télévision et de radio de langue française de la SRC sont renouvelées (sic) pour une période de sept ans », 6 janvier 2000.

15. Compte tenu des difficultés budgétaires de Radio-Canada, nous réitérons que le Conseil devrait diminuer la contribution de la SRC, ou à tout le moins, la maintenir à ce niveau. La SRC a besoin d'une plus grande flexibilité budgétaire et lui imposer un carcan de 75 % de production indépendante nous semble contreproductif.
16. Tel que nous l'avons dit au cours de l'audience, l'industrie de la production indépendante n'a plus besoin d'encouragements formels pour que l'on fasse appel à ses services. Ses créateurs sont à l'origine de plusieurs succès d'estime et d'écoute qui font en sorte que Radio-Canada aura encore recours à la production indépendante dans les années à venir. Il faut toutefois laisser la marge de manœuvre nécessaire au diffuseur public pour qu'il puisse satisfaire ses conditions de licence à moindres frais, au besoin, en confiant ses émissions à ses créateurs et artisans à l'interne.

Espace musique et Radio 2

17. Malgré la proposition de la SRC d'introduire la publicité selon un minutage progressif, d'année en année, sur Espace musique et Radio 2, nous continuons de croire qu'il vaut mieux éviter de commercialiser ces deux réseaux radiophoniques. Le CPSC/SCFP 675/STARF estime que le Conseil dispose d'autres outils réglementaires pour aider Radio-Canada à stabiliser son budget, et ainsi à remplir pleinement son rôle de diffuseur public national.
18. Outre la proposition que nous avons déjà faite d'accorder à la SRC la distribution obligatoire de toutes ses chaînes spécialisées (RDI, CBC News Network, ARTV, Documentary, et éventuellement Explora) – si le concept est rentable –, nous appuyons la suggestion de la Guilde canadienne des médias de créer un fonds à environ 0,75 % des revenus des distributeurs de signaux⁶. Ce fonds, consacré à l'amélioration de la programmation locale des télévisions publiques, éducatives et communautaires, permettrait au Conseil d'encourager Radio-Canada à poursuivre le travail amorcé avec le FAPL et de mieux desservir les régions.
19. Nous sommes de ceux qui croient que les radios de CBC et de Radio-Canada ont conservé leur particularité dans le paysage radiophonique en raison de la latitude que leur procure l'absence de publicité. La programmation des radios de Radio-Canada est avant tout conçue et réalisée pour répondre aux besoins des Canadiennes et Canadiens et non pour plaire aux annonceurs. Cette spécificité doit être préservée et encouragée par le Conseil pour que le système canadien de radiodiffusion conserve sa diversité.
20. Si le Conseil acceptait tout de même la demande de la SRC, le CPSC/SCFP 675/STARF est d'avis qu'il serait approprié d'introduire graduellement la publicité sur Espace musique et Radio 2 afin de favoriser la rétention de l'auditoire.

⁶ Guilde canadienne des médias, « Up against the squeeze: Measures to help CBC/Radio-Canada meet its mandate », mémoire au CRTC dans le cadre du processus 2011-379, 5 octobre 2012.

Nouvelles plateformes ou nouveaux médias

21. Enfin, nous maintenons qu'il est essentiel que le Conseil et les citoyens canadiens aient accès à des informations précises sur l'évolution de la présence de Radio-Canada dans les nouveaux médias.
22. Nous savons que le Conseil obtient déjà des titulaires de licences de radiodiffusion, dont Radio-Canada, des informations sur les revenus et les dépenses reliés à leurs activités de radiodiffusion par les nouveaux médias⁷. Toutefois, ces informations sont confidentielles et ne comprennent aucune donnée sur les ressources humaines impliquées dans la diffusion par Internet, téléphone mobile, etc.
23. Or, tel qu'expliqué au Conseil lors de l'audience, la SRC a déjà indiqué avoir l'intention de transférer plusieurs centaines de ses artisans de la radio et de la télé vers ses nouvelles plateformes. La rémunération de ces travailleurs est-elle prise en compte dans les 5 % du budget de programmation qui seront consacrés aux nouveaux médias d'ici 2015? Le transfert de ressources de la radiodiffusion traditionnelle vers les nouveaux médias compromettra-t-il l'accomplissement du mandat de la SRC? Brimera-t-il certains Canadiens, notamment ceux qui ne sont pas branchés? Nous croyons que le Conseil doit suivre la situation de près grâce à des rapports détaillés sur ces changements.
24. La SRC a soutenu, lors de sa réplique, que toutes ces informations étaient disponibles dans ses rapports annuels et trimestriels. Toutefois, un coup d'œil au dernier rapport trimestriel nous a permis de constater que ces documents publics ne contiennent pas d'information chiffrée précise sur les nouveaux médias. Ce type de données est comptabilisé dans une catégorie intitulée « radio, télé et nouveaux médias ». Impossible, donc, pour les contribuables de savoir quelles sont les ressources réellement consacrées aux nouvelles plateformes de diffusion par la SRC.
25. Par ailleurs, le PDG de la SRC a affirmé que les investissements du diffuseur public dans les nouveaux médias seraient de 5 % des budgets de programmation d'ici 2015. Qu'arrivera-t-il par la suite? Doit-on s'attendre à une augmentation de l'investissement dans ce champ d'activité? Si oui, de quel ordre? Les audiences ne nous ont pas permis de le savoir, ce qui milite également en faveur de la production de rapports publics. Nous croyons que le Conseil et les contribuables canadiens sont en droit de savoir quelles sont les ressources qui échappent aux activités réglementées de Radio-Canada – et au profit de quels services ces ressources sont détournées – afin de pouvoir juger de la pertinence des décisions du diffuseur public.

Espérant le tout conforme, veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos meilleurs sentiments.

Richard Labelle
président, CPSC

Isabelle Doyon
présidente, SCFP 675

Benoît Celestino
prés. national, STARF

⁷ CRTC, Politique réglementaire de radiodiffusion 2010-582, « Exigences de rapport visant les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias, 13 août 2010.