

# Mémoire du



**Conseil  
Provincial du  
Secteur des  
Communications**

**du**

**SCFP** / *Syndicat canadien  
de la fonction publique*

**en collaboration avec le**

Syndicat représentant le groupe des employés-es de bureau et professionnels-les de  
Radio-Canada (SCFP 675)



et le

Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français  
de Radio-Canada



**Renouvellement des licences des services de langue française et de langue  
anglaise de la Société Radio-Canada**

**Avis de consultation de radiodiffusion  
CRTC 2011-379**

**5 octobre 2012**

## Table des matières

Préambule .....	3
Introduction .....	4
Qu'est-ce qu'un radiodiffuseur public? .....	7
L'universalité et la diversité.....	8
L'indépendance .....	8
La spécificité.....	9
L'étendue du mandat de Radio-Canada.....	9
L'argent : le nerf de la guerre .....	11
FAPL : Fonds pour l'amélioration de la programmation locale .....	11
Espace musique et Radio 2.....	13
Ordonnances de distribution 9(1)h) .....	15
ARTV .....	18
Assouplir la réglementation .....	19
Émissions pour enfants .....	20
Production indépendante.....	21
Plaintes et transparence.....	22
Durée de la période de licence.....	23
Conclusion .....	24

## Préambule

1. Le Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) remercie le Conseil de lui donner l'occasion de se prononcer sur le renouvellement des licences de la Société Radio-Canada et demande à comparaître à l'audience de novembre prochain. Ce mémoire a été préparé en collaboration avec deux syndicats du réseau français de la SRC : la section locale SCFP 675 représentant le groupe des employés-es de bureau et professionnels-les ainsi que le Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada (STARF).
2. Ce regroupement fait en sorte que ce sont au total plus de 1200 techniciens (télévision, radio, Internet et émetteurs) et artisans travaillant à la conception et à la fabrication de décors, costumes et accessoires qui joignent leurs voix à celles des 8100 membres du CPSC. Ces derniers œuvrent notamment à la SRC (600 membres au Québec et à Moncton), en télévision privée (Groupe TVA, RNC Media, Global), en radio (CHRC à Québec, CHLN à Trois-Rivières, CIMF à Gatineau et CKMN à Rimouski/Mont-Joli), dans la distribution de radiodiffusion, dans Internet et la téléphonie (Cogeco, Telus et Vidéotron), dans la postproduction (Covitec, SETTE et Technicolor), ainsi que dans la presse écrite (Journal de Québec).
3. Dans ses interventions, le CPSC a toujours accordé une grande place à l'intérêt des Canadiennes et des Canadiens, et c'est d'autant plus vrai cette fois-ci, puisqu'il est question de notre diffuseur public; celui à qui le législateur a confié les plus grandes obligations dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
4. Le regroupement syndical CPSC/SCFP 675/STARF a à cœur la réalisation du mandat de Radio-Canada et il s'inquiète de l'impact qu'auront les dernières compressions budgétaires ainsi que la transformation rapide de l'industrie de la radiodiffusion sur la programmation offerte par la SRC. Il demande donc au CRTC

de profiter de ce renouvellement de licences pour offrir à notre radiodiffuseur national un environnement réglementaire adapté aux nouveaux enjeux de la radiodiffusion afin de lui permettre de réaliser son mandat.

5. Le regroupement CPSC/SCFP 675/STARF appuie globalement les demandes de renouvellement de la Société Radio-Canada, mais tient à formuler des commentaires sur certaines d'entre elles. Ces commentaires portent principalement sur les services de langue française. Ils visent à assurer la pérennité de notre radiodiffuseur public et à préserver, voire améliorer, la programmation offerte aux francophones du pays, sans perdre de vue l'importance des services de langue anglaise.

## Introduction

6. Cela fait plus de 13 ans que les licences des services français et anglais de Radio-Canada n'ont pas fait l'objet d'une consultation publique. Depuis la publication des licences, en 2000, beaucoup d'eau est passée sous les ponts. Des changements technologiques ont modifié le marché de la radiodiffusion – comme l'accès à large bande et la capacité accrue des appareils électroniques grand public. La programmation canadienne est désormais plus accessible que jamais sur différentes plateformes, réglementées ou non. Pour répondre aux besoins d'un plus grand nombre de Canadiens – où qu'ils soient et peu importe la plateforme choisie – la SRC a mis sur pied sa *Stratégie 2015 : Partout, Pour tous*, qui prévoit rendre le diffuseur public « plus distinctif, plus régional et plus numérique<sup>1</sup> ».
7. Cet attrait pour les plateformes autres que la télévision s'explique du fait que plus de 70 % des Canadiens sont maintenant abonnés à un service Internet à large bande ou haute vitesse<sup>2</sup> et que leur appétit pour le contenu de radiodiffusion disponible sur

---

<sup>1</sup> SRC, « Notes pour une allocution de M. Hubert T. Lacroix, président-directeur général, à l'assemblée publique annuelle », communiqué, 25 septembre 2012 : <http://cbc.radio-canada.ca/fr/centre-de-presse/2012/09/25d/>.

<sup>2</sup> CRTC, « Rapport de surveillance des communications, septembre 2012, p. v.

le Web ne cesse de croître. Dans une étude commandée par le Conseil, on note qu'en 2011 « Les Canadiens, qui sont les plus grands utilisateurs d'Internet à l'échelle mondiale, sont devenus de très importants consommateurs de vidéos en ligne<sup>3</sup>. » Une autre étude menée au Québec par le CEFRIO montre que le visionnement d'émissions de télévision en ligne a fait un bond de plus de 10 % entre 2010 et 2011. Conséquemment, « ... les télédifuseurs peuvent compter sur près d'un tiers d'adultes québécois qui regardent la webtélé, et les radiodiffuseurs en ligne sur un peu plus d'un quart qui écoutent la webradio pour se divertir<sup>4</sup>. » C'est ce qui explique notamment le succès de plateformes comme TOU.TV qui a suscité 4,3 millions de branchements au cours du seul mois de mars 2011<sup>5</sup>.

8. Malgré tout, le visionnement de la télévision exclusivement en ligne demeure un phénomène relativement marginal qui ne touche que 4 % de la population<sup>6</sup>. Dans son Rapport annuel de surveillance des communications, le CRTC a aussi constaté que malgré la présence de contenu audiovisuel sur les plateformes numériques, la radio et la télé ont pris une plus grande place dans la vie des citoyens en 2011 : « Chaque semaine, ils ont consacré, en moyenne, 28,5 heures à regarder la télévision, contre 28 heures en 2010, et 17,7 heures à écouter la radio, comparativement à 17,6 heures un an plus tôt<sup>7</sup>. »
9. D'ailleurs, quand vient le temps de s'informer, la télévision demeure le choix numéro 1 de plus de 41 % des Québécois<sup>8</sup>, une proportion qui grimpe à 55 %<sup>9</sup> si l'on ajoute

---

<sup>3</sup> Miller, Peter H., « Tendances nouvelles du marché canadien des droits de programmation 2011 », préparé pour le compte du CRTC, 31 mars 2011, p. 1.

<sup>4</sup> CEFRIO, « Divertissement en ligne : la webtélé prend son envol », Netendances 2011, vol. 2, numéro 2, p. 8.

<sup>5</sup> Idem, p. 9.

<sup>6</sup> CRTC, « Le CRTC publie son rapport annuel sur l'état de la situation dans l'industrie des communications », communiqué, 4 septembre 2012 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2012/r120904.htm>.

<sup>7</sup> Idem.

<sup>8</sup> CEFRIO, « Internet comme source d'information des Québécois », Netendances 2011, volume 2, numéro 4, p. 5. Par ailleurs, un sondage mené par Saine Marketing pour le compte de la SRC et fourni au Conseil dans sa réponse du 13 août dernier montre par ailleurs que la télé est la principale source d'information pour 55 % des francophones hors Québec et au Québec.

<sup>9</sup> SRC, Direction de la recherche, « Perceptions et comportements à l'égard de RDI – un extrait des données du sondage de février-mars 2011 pour les francophones hors Québec », sondage réalisé par Saine Marketing.

les francophones hors Québec. L'utilisation de la télé étant plus uniforme d'une génération à l'autre que celle d'Internet (plus populaire chez les jeunes), plus de 70 % des Québécois la citent parmi leurs trois premières sources d'information<sup>10</sup>. Bref, même si la radio et la télévision sont encore largement écoutées, la SRC s'est engagée dans le développement de la diffusion sur différentes plateformes pour offrir des services encore plus pertinents pour les Canadiens. Elle répond ainsi à l'obligation que lui donne la Loi d'être « ... offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace<sup>11</sup>... »

10. Toutefois, ce déplacement du contenu vers d'autres moyens de diffusion place une part de plus en plus grande de la programmation de la SRC hors de la portée du CRTC, qui a choisi de ne pas réglementer les nouveaux médias. Nous croyons qu'en raison des obligations légales du diffuseur public, le Conseil devrait, à tout le moins, exercer une surveillance du contenu Web de la SRC pour s'assurer que l'intérêt public demeure bien servi. Le regroupement CPSC/SCFP 675/STARF croit essentiel que le diffuseur public s'adapte aux tendances de consommation des Canadiens, sans que cette évolution ne devienne une révolution qui laisserait en plan une partie de la population.

11. Par ailleurs, cette mutation de l'industrie de la radiodiffusion s'accompagne d'autres changements majeurs : intégration verticale et convergence des groupes médiatiques, augmentation du coût des droits de diffusion, etc. Parallèlement à cela, la SRC a vu diminuer les ressources dont elle dispose pour mener à bien sa mission. Côté budgétaire, les trois dernières années ont été ponctuées d'épreuves :

- D'abord, une importante baisse des revenus publicitaires reliée à la crise économique a obligé la SRC à diminuer sa programmation originale et à réduire de façon draconienne son personnel (800 postes abolis) en 2009;

---

<sup>10</sup> « ... les 18-24 ans sont presque aussi nombreux (72 %) que la population adulte en général (76 %) à la citer parmi leurs 3 premières sources d'information. », in CEFRIQ, « Internet comme source d'information des Québécois », Netendances 2011, volume 2, numéro 4, p. 6.

<sup>11</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3 (1)m)(vii).

- Puis, au printemps dernier, le gouvernement fédéral diminuait de 115 M\$ sur trois ans (10 %) le financement public accordé à Radio-Canada, entraînant la suppression de 650 postes équivalents à temps plein et le retrait d'autres émissions originales;
- Enfin, comme si ce n'était pas suffisant, le Conseil décidait, le 18 juillet dernier, de mettre fin au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) d'ici 2014, entraînant ainsi un manque à gagner de plus de 40 millions de dollars par année pour la SRC.

12. Nous sommes bien conscients qu'il n'est pas dans les attributions du CRTC de se pencher sur le niveau d'embauche nécessaire à la programmation de la SRC. Il n'en demeure pas moins que ce sont les employés du radiodiffuseur public qui permettent la production et la mise en ondes, chaque jour, de la programmation diffusée par les différents services de Radio-Canada. Le Conseil doit donc se questionner sur l'impact qu'auront ces différentes coupes budgétaires sur la capacité du radiodiffuseur public à remplir son mandat et sur les moyens à prendre pour mettre en œuvre la *Politique canadienne de radiodiffusion*.

### **Qu'est-ce qu'un radiodiffuseur public?**

13. Pour y voir plus clair, le regroupement CPSC/SCFP 675/STARF croit utile de rappeler en quoi consiste la mission d'un diffuseur public, car peu importe le pays, le type de financement et le mode de fonctionnement choisi, la radiotélévision publique doit répondre à certains critères reconnus – l'universalité, la diversité, l'indépendance et la spécificité<sup>12</sup> - afin de servir les besoins d'information des citoyens et, plus généralement, l'intérêt public<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> UNESCO, « La radiodiffusion de service public : une sélection de bonnes pratiques », 2005, p. 16 et 17.

<sup>13</sup> UNESCO, « Public Service Broadcasting : A Comparative Legal Survey », 2011.

14. L'universalité et la diversité : Tous les citoyens, peu importe leur situation géographique, leur statut social ou leur revenu, doivent avoir accès à la programmation du diffuseur public. Celle-ci doit comprendre différents genres d'émissions afin de toucher divers groupes de la société. Cette stratégie de diversification garantit que chaque citoyen trouvera une émission ou une autre pour l'intéresser sur les ondes du diffuseur public, mais elle implique également que l'on ne peut s'attendre à ce que chacune de ses émissions atteigne des cotes d'écoute maximales.
15. L'indépendance face aux pressions commerciales ou politiques, de son côté, est l'élément qui permet de distinguer un diffuseur public d'un diffuseur privé, ou encore, d'un diffuseur d'État. On peut d'ailleurs voir, dans la *Loi sur la radiodiffusion*, que l'intention du législateur était clairement de faire de la SRC un diffuseur disposant de toute la latitude nécessaire pour servir, avant tout, l'intérêt public et non le gouvernement ou le parti au pouvoir. L'article 35(2) de la *Loi sur la radiodiffusion* stipule en effet que l'interprétation ou l'application de la section de la Loi portant sur Radio-Canada « ... doit contribuer à promouvoir et à valoriser la liberté d'expression, ainsi que l'indépendance en matière de journalisme, de création et de programmation dont jouit la Société dans la réalisation de sa mission et l'exercice de ses pouvoirs<sup>14</sup>. »
16. Par ailleurs, le fait que la SRC dispose d'un financement mixte, dont la majeure partie pour l'instant provient des fonds publics, atténue l'intensité des pressions commerciales dont elle peut faire l'objet. Les crédits parlementaires contribuent à son indépendance. Ils lui donnent la possibilité de produire une information d'intérêt public et d'encourager l'innovation culturelle en prenant des risques en matière de programmation que ne peuvent se permettre les diffuseurs privés. Cependant, la diminution constante de ce financement public, depuis les années 1990, expose de

---

<sup>14</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 35(2).



plus en plus la SRC à la tyrannie des cotes d'écoute, d'où la crainte que sa programmation ne perde encore plus de son originalité.

17. Le diffuseur public doit en effet se distinguer des autres éléments du système de radiodiffusion dont il fait partie, montrer sa spécificité. Celle-ci peut s'exprimer de différentes façons, notamment par la qualité de la programmation et l'originalité de la création : « Il ne s'agit pas, pour la radiotélévision publique, de ne produire que les genres d'émissions qui n'intéressent pas les autres services, ni de s'adresser uniquement aux publics que les autres négligent, en traitant seulement les sujets que les autres ignorent. Il s'agit, sans exclusion de genres, de faire les choses de façon différente. Ce principe doit amener la radiotélévision publique à innover, à créer de nouveaux créneaux, de nouveaux genres, à jouer un rôle de locomotive dans l'univers audiovisuel en entraînant les autres radiotélévisions dans son sillon<sup>15</sup>. »

18. À notre avis, même s'il y a toujours place à l'amélioration, la programmation de Radio-Canada – que ce soit à la radio, à la télé ou sur Internet – s'inscrit pleinement dans l'esprit de ces principes. Ces derniers sont dérivés du droit à la liberté d'expression et se retrouvent également dans la mission confiée à la SRC par la *Loi sur la radiodiffusion*.

### **L'étendue du mandat de Radio-Canada**

19. Il est inscrit dans la Loi que le système canadien de radiodiffusion mise sur les contributions des radiodiffuseurs des secteurs privé, communautaire et public pour réaliser les objectifs de la *Politique canadienne de radiodiffusion*. La Loi répartit donc entre tous les radiodiffuseurs la tâche de contribuer, dans leurs territoires

---

<sup>15</sup> UNESCO, « La radiodiffusion de service public : une sélection de bonnes pratiques », 2005, p. 17.

respectifs, « ... à la création et à la présentation d'une programmation canadienne<sup>16</sup>. » de qualité, équilibrée et variée, qui renseigne, éclaire et divertit<sup>17</sup>.

20. La Société Radio-Canada, de son côté, a une mission beaucoup plus large et des obligations plus grandes dont les paramètres sont inscrits dans la Loi. Ainsi, la SRC doit à elle seule offrir, partout au pays « ... de la manière la plus adéquate et efficace... », des services de radio et de télévision dans les deux langues officielles « ... qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit; ». La Loi lui demande aussi – entre autres – d'être « ... principalement et typiquement canadienne... », de « ... refléter la globalité canadienne... » tout en rendant compte de la diversité régionale, de refléter la situation et les besoins des minorités linguistiques, de « ... contribuer activement à l'expression culturelle... », et ce, tout en maintenant une qualité équivalente en français et en anglais<sup>18</sup>.

21. Le législateur a jugé le rôle du radiodiffuseur public tellement important pour le système de radiodiffusion, qu'il a donné une préséance ultime à la mission de la SRC<sup>19</sup> sur les intérêts de toute autre entreprise de radiodiffusion en cas de conflit<sup>20</sup>.

22. La SRC, quoi que puissent en penser ses détracteurs, n'est pas un radiodiffuseur comme les autres. Le législateur l'a placée au centre de la *Politique canadienne de radiodiffusion* : elle en est le cœur – l'élément de stabilité et d'innovation. Plus de 30 ans après l'adoption de la Loi et malgré tous les changements qui bouleversent l'industrie de la radiodiffusion, il est toujours pertinent qu'il en soit ainsi.

---

<sup>16</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1)e).

<sup>17</sup> Politique canadienne de radiodiffusion.

<sup>18</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1)l) et m).

<sup>19</sup> Idem.

<sup>20</sup> Idem, art. 3(1)n).

## **L'argent : le nerf de la guerre**

23. La SRC a besoin d'un financement stable et récurrent du gouvernement pour accomplir la mission qui lui est confiée par la *Loi sur la radiodiffusion*. Dans un monde idéal, notre diffuseur national devrait d'ailleurs être financé en presque totalité par des fonds publics, ce qui garantirait la prestation des services requis par son mandat.

24. Toutefois, la portion publique du financement de Radio-Canada tend à baisser, d'année en année, et les différentes sources de revenus complémentaires du diffuseur public sont soumises à des variations qui mènent à une grande instabilité budgétaire. Or, la nécessité pour la SRC d'augmenter de façon importante ses revenus commerciaux pourrait mener le radiodiffuseur public à dénaturer sa mission. En conséquence, nous estimons que le Conseil doit intervenir pour assurer une certaine stabilité budgétaire à Radio-Canada.

### FAPL : Fonds pour l'amélioration de la programmation locale

25. Le Conseil dispose en effet de pouvoirs réglementaires qui peuvent avoir un impact sur la santé financière des radiodiffuseurs et leur capacité à réaliser les objectifs de la Loi. Le meilleur exemple que nous puissions mentionner à ce sujet est sûrement le Fonds d'amélioration de la programmation locale (FAPL), créé en 2009, et qui aura permis d'injecter près de 122 M\$ dans les stations régionales de CBC/Radio-Canada en trois ans.

26. L'objectif du Conseil avec ce fonds était d'abord d'améliorer, puis avec la crise économique, de maintenir la programmation s'adressant directement aux téléspectateurs des petits marchés. Malgré la conjoncture difficile, la SRC a profité de ce fonds pour rehausser sa couverture de l'actualité régionale, au bénéfice des citoyens, réalisant ainsi l'un des objectifs de la Loi, notamment dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).

27. Nous estimons qu'avec la création du FAPL, le Conseil a vraiment joué son rôle de façon exemplaire. Il a utilisé son pouvoir réglementaire pour donner un coup de pouce financier aux radiodiffuseurs des petits marchés et ainsi « ... mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion<sup>21</sup>. »

28. En dépit des bons résultats de la SRC et d'autres télédiffuseurs, ainsi que de très nombreuses interventions favorables du public, le CRTC a choisi d'abolir progressivement le FAPL<sup>22</sup> d'ici septembre 2014. Le Conseil exercera donc bientôt une influence négative sur la programmation locale et régionale de la SRC. Bien que Radio-Canada ait placé l'amélioration de ses services locaux en tête de ses priorités dans sa *Stratégie 2015 : Partout, Pour tous*, la perte du FAPL fera mal. Le PDG de la SRC, Hubert T. Lacroix, soutient que cette décision « ... pourrait limiter nos activités télévisuelles locales et notre présence dans les collectivités visées<sup>23</sup>. » Nous espérons que la SRC ne suivra pas l'exemple de RNC Media qui a choisi, dès cette année, de mettre fin à presque toute la programmation locale créée grâce au FAPL.

29. De tels impacts négatifs sur la programmation locale sont tout à fait contraires aux objectifs de la Loi. La mission de surveillance et de réglementation du Conseil ne doit pas placer le radiodiffuseur public dans une situation qui compromet l'atteinte de ses obligations légales. Or, avec la coupe annoncée du FAPL quelques mois à peine après l'annonce de compressions budgétaires fédérales de 115 M\$ et la

---

<sup>21</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 5(1).

<sup>22</sup> Dans CRTC, Politique réglementaire de radiodiffusion 2012-468, « Modification au *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* – Dispositions relatives au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale », 30 août 2012, paragraphe 2, « ... le Conseil a conclu qu'il serait inapproprié de maintenir le FAPL à long terme même si ce fonds a aidé les stations de télévision locales à maintenir et à améliorer la programmation locale dans les marchés non métropolitains au cours des deux dernières années... ».

<sup>23</sup> CBC/SRC, « CBC/Radio-Canada est stupéfaite de la décision du CRTC d'éliminer le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale », communiqué, 18 juillet 2012 : <http://cbc.radio-canada.ca/fr/centre-de-presse/2012/07/18/>.

révision de l'ordonnance de distribution obligatoire de RDI et de CBC News Network, nous croyons que la mission de la SRC est menacée.

30. Quoi qu'il en soit, avec le processus de renouvellement des licences en cours, l'organisme indépendant qu'est le CRTC aura l'occasion de modifier son approche pour faire en sorte que la SRC ait les moyens de réaliser son mandat.

### Espace musique et Radio 2

31. Toujours dans le but d'assurer la survie financière de la SRC, le Conseil doit déterminer s'il accepte ou non la demande de modification de licences visant à permettre à Espace musique et Radio 2 de diffuser de la publicité nationale. Dans sa demande, déposée le 4 avril dernier, la SRC soulignait que la publicité procurerait de modestes revenus supplémentaires qui permettraient « ... à ces services de demeurer en place sous leur forme actuelle et de continuer à offrir de la programmation canadienne de grande qualité qui, autrement, ne serait pas offerte dans notre pays<sup>24</sup>. » On en comprend qu'à défaut de publicité, Radio-Canada devrait réduire la quantité ou la qualité de la programmation de ses deux radios culturelles, déjà affectées par les compressions du printemps.

32. Dans un monde idéal, le regroupement CPSC/SCFP 675/STARF préférerait que la SRC continue d'offrir une programmation exempte de publicité sur Espace musique et Radio 2. Il y a près de 1200 stations de radio à travers le pays et seule une poignée d'entre elles – celles des quatre réseaux de la SRC – ne diffusent pas de publicité. Toutefois, il nous faut regarder les choses en face. Les réseaux d'Espace musique et Radio 2 – bien qu'offrant une programmation originale contribuant à l'expression culturelle - n'ont pas d'équivalent dans l'espace médiatique canadien et sont menacés par les dernières compressions. Il faut donc se demander si leur

---

<sup>24</sup> SRC, « Demande de modification d'une condition de licence pour autoriser la publicité nationale sur Radio 2 et Espace musique », 4 avril 2012, paragraphe 44.

permettre de diffuser de la publicité nationale pour pouvoir les conserver représente un compromis acceptable dans l'intérêt du public.

33. Après avoir comparé les prévisions financières soumises par la SRC selon deux scénarios – avec ou sans publicité –, nous croyons que la meilleure solution est hybride : permettre la publicité nationale sur Radio 2 et maintenir le statu quo pour Espace musique. Comme le marché anglophone est plus imposant que le francophone, seule la chaîne culturelle de langue anglaise peut espérer tirer profit de la publicité au cours des cinq prochaines années. La demande de modification de licence nous semble donc pertinente dans le cas de Radio 2.

34. Du côté francophone, cependant, les données soumises par la SRC montrent qu'avec ou sans publicité, Espace musique encaisserait des pertes. Étonnamment, ces dernières seraient quatre fois plus importantes si la chaîne était autorisée à diffuser de la publicité<sup>25</sup>. Nous estimons ainsi qu'il serait plus judicieux pour le Conseil de refuser à Espace musique de vendre de la publicité.

35. En combinant les profits tirés de la publicité sur Radio 2 aux pertes moins importantes sur la radio d'Espace musique sans publicité, on se retrouve avec le meilleur de deux mondes : des profits plus élevés que si les deux réseaux vendaient de la publicité, et des pertes moins importantes qu'en maintenant la situation actuelle.

36. En optant pour cette solution, Radio-Canada pourrait continuer à diffuser une programmation quasi équivalente en français et en anglais sur ses chaînes culturelles. La SRC devrait cependant s'engager à ne pas privatiser Radio 2 et à

---

<sup>25</sup> Données tirées de la comparaison des sommaires financiers pour les 5 prochaines années soumis par la SRC au CRTC les 16 juillet 2012 et 14 septembre 2012.

utiliser les montants dégagés par la chaîne anglophone, en tout ou en partie, pour maintenir le fonctionnement et la programmation des deux radios culturelles.

37. Le Conseil, de son côté, donnerait des moyens à la SRC pour augmenter ses revenus, en tenant compte « ... des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue<sup>26</sup>; » Il favoriserait aussi, en lien avec son mandat, la diffusion d'émissions canadiennes et l'expression culturelle partout au pays, y compris dans les CLOSM.

38. En choisissant cette voie, le Conseil devra cependant être vigilant et s'assurer que l'octroi de revenus publicitaires à Radio 2 n'entraînera pas une nouvelle diminution des crédits parlementaires consacrés à la SRC. Le CRTC devra aussi surveiller l'impact de la publicité sur la popularité de Radio 2. Ses auditeurs pourraient bien être tentés de fermer la radio avec l'arrivée de la publicité, ce qui pourrait mettre en péril la chaîne culturelle anglophone.

#### Ordonnances de distribution 9(1)h)

39. Un autre pouvoir réglementaire à incidence budgétaire du CRTC consiste à émettre des ordonnances de distribution obligatoires. Présentement, dans le giron de la SRC, seules les chaînes d'information en continu RDI et CBC News Network profitent de telles ordonnances qui obligent les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) à les distribuer partout au pays. Ces chaînes spécialisées sont donc accessibles à tous les Canadiens, peu importe leur lieu de résidence, moyennant une redevance qui est plus faible<sup>27</sup> dans les marchés où la langue utilisée par le service est minoritaire.

---

<sup>26</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 5 (2) a).

<sup>27</sup> 10 cents par client pour RDI et 15 cents par client pour CBC News Network.

40. Le regroupement CPSC/SCFP 675/STARF appuie la demande de la SRC de conserver l'ordonnance de distribution 9(1)h pour RDI et CBC News Network. Ces services sont le prolongement de la mission d'information des services généralistes de la Société Radio-Canada et contribuent « ... au partage d'une conscience et d'une identité nationales<sup>28</sup>, ». Ils permettent aussi à la SRC de « ... refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle<sup>29</sup>... » tout en présentant un point de vue canadien sur ce qui se passe dans le monde. RDI et CBC News Network sont en effet les seules chaînes de ce type à disposer d'une équipe de correspondants à l'étranger.
41. Même si d'autres chaînes d'information en continu sont offertes au pays, leur programmation provenant des régions et de l'étranger est plus limitée. RDI et CBC News Network sont les seules à présenter une programmation informative provenant de toutes les régions du Canada. Cela se reflète d'ailleurs dans l'attachement qu'ont les francophones hors Québec pour RDI. Un sondage mené par Saine Marketing, en février et mars 2011, pour le compte de la SRC, montre que 71 % des francophones hors Québec choisiraient de s'abonner à RDI s'ils ne pouvaient avoir accès qu'à un seul réseau d'information en continu<sup>30</sup>.
42. Si l'ordonnance 9(1)h) était retirée à RDI, la SRC soutient que les règles d'assemblage désavantageraient la chaîne spécialisée, sans compter que ce ne sont pas tous les distributeurs qui voudraient l'offrir. Par comparaison, la SRC mentionne que la seule autre chaîne d'information de langue française au pays, LCN, ne compterait actuellement que 35 800 abonnés dans les marchés anglophones, soit l'équivalent de 0,6 %<sup>31</sup> des abonnés de RDI dans ces mêmes marchés.

---

<sup>28</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1)m)(vi).

<sup>29</sup> Idem, art. 3(1)m)(iv).

<sup>30</sup> SRC, Direction de la recherche, « Perceptions et comportements à l'égard de RDI – un extrait des données du sondage de février-mars 2011 pour les francophones hors Québec », sondage réalisé par Saine Marketing.

<sup>31</sup> SRC, réponse au CRTC du 13 août 2012, p. 30.



43. La perte du statut 9(1)h) se traduirait ainsi, pour RDI, par un déficit de plus de 10 M\$ par année, soit le quart de tous ses revenus d'abonnement. Une telle éventualité entraînerait inévitablement une réduction de sa couverture des régions hors Montréal, ainsi que de l'actualité internationale. Plusieurs émissions permettant aux Canadiens de prendre connaissance de divers points de vue sur l'actualité seraient également abandonnées. Exit, donc, la participation de RDI à la sauvegarde, l'enrichissement et le renforcement de la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada.

44. Bref, le Conseil a ici encore, en plus de sa responsabilité légale à l'égard des Canadiens – particulièrement des francophones hors Québec –, une responsabilité financière à l'égard de la Société Radio-Canada. Par ses ordonnances de distribution obligatoire, il a agi positivement sur la capacité de la SRC à remplir son mandat et à jouer le rôle qui lui revient dans l'atteinte des objectifs de la *Politique canadienne de radiodiffusion*. Le CRTC reconnaît qu'il s'agit d'une mesure efficace: « La distribution de ces services au service de base leur assure l'accès à une source raisonnablement fiable de revenus, ce qui leur permet de remplir d'importantes obligations de programmation et de contribuer à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>32</sup>... »

45. Nous insistons donc pour que le Conseil maintienne les ordonnances 9(1)h) en vigueur pour RDI et CBC News Network. Les abolir à ce moment-ci, alors que la SRC traverse une période difficile sur le plan financier, risquerait de porter atteinte à la qualité et à la quantité d'information offerte aux Canadiens.

---

<sup>32</sup> CRTC, Politique réglementaire de radiodiffusion 2010-629, « Critères d'évaluation des demandes de distribution obligatoire au service numérique de base », 27 août 2010, paragraphe 2.

## ARTV

46. Nous soutenons également la demande de Radio-Canada visant à accorder un droit d'accès à ARTV dans tous les marchés anglophones. ARTV est un service qui contribue à l'expression et aux échanges culturels, ainsi qu'au partage d'une conscience nationale. Cette chaîne est le prolongement de la mission culturelle du radiodiffuseur généraliste et tous les Canadiens devraient – au moins – avoir la possibilité de s'y abonner.
47. C'est d'autant plus vrai lorsque l'on considère qu'il existe une synergie entre les services de base et les stations spécialisées de la SRC. Le Conseil admettait, lors du renouvellement des licences de Radio-Canada, en 2000, que : « Même si leurs activités sont basées sur les recettes publicitaires et les tarifs d'abonnement plutôt que sur le financement public, et même si Newsworld et RDI font rapport au Conseil à titre d'entité autorisée distincte, il existe une symbiose avantageuse entre les services de base et spécialisés de la SRC, tant du côté anglais que français. Ils collaborent et partagent le personnel et l'équipement dans un effort pour maximiser les recettes destinées à la production, aux bénéfices de leurs téléspectateurs<sup>33</sup>. » On peut appliquer le même raisonnement aux autres chaînes spécialisées de la SRC qui profitent également, par la bande, du financement public.
48. Dans ce contexte, le CPSC/SCFP 675/STARF estime que le Conseil serait justifié d'ordonner la distribution obligatoire de toutes les chaînes spécialisées de la SRC par tous les distributeurs de signaux, car ces chaînes – qui n'existaient pas lors de la promulgation de la Loi - contribuent maintenant à l'accomplissement du mandat confié à la Société Radio-Canada.

---

<sup>33</sup> CRTC, Décision de radiodiffusion 2000-3 « Les licences de Newsworld et RDI sont renouvelées pour une période de sept ans », 6 janvier 2000, paragraphe 3.

49. Il est pour le moins inconséquent que des distributeurs de signaux refusent d'offrir aux francophones hors Québec un service national autorisé par le CRTC pour les desservir. La chaîne culturelle a pour mission de favoriser l'expression et les échanges culturels au pays, encore faut-il que l'on puisse s'y abonner. Il nous semble que cet argument devrait à lui seul convaincre le Conseil d'acquiescer à la demande de Radio-Canada.

### **Assouplir la réglementation**

50. Radio-Canada demande également au Conseil de simplifier la réglementation qui s'applique à sa télévision généraliste de langue française afin de l'adapter à ce qui se fait ailleurs dans le marché francophone. Le printemps dernier, Groupe TVA inc. a obtenu un allègement réglementaire compte tenu de ses bonnes performances en programmation canadienne. Le télédiffuseur privé doit maintenant consacrer au moins 80 %<sup>34</sup> de ses dépenses de programmation annuelles au contenu canadien.

51. La télévision de Radio-Canada serait prête à accepter une condition de licence qui l'obligerait à consacrer au moins 75 % de sa grille de programmation à la programmation canadienne et à augmenter cette proportion à 80 % en heures de grande écoute. Nous sommes d'accord avec cette demande, mais le minimum de 75 % nous semble un peu faible puisque la SRC a consacré plus de 85 %<sup>35</sup> de sa grille de programmation au contenu canadien au cours des deux dernières années (et 93 % en heures de grande écoute).

52. Nous suggérons donc au Conseil d'imposer une condition de licence plus souple et plus simple exigeant la diffusion chaque année d'un minimum de 80 % de contenu canadien par journée de radiodiffusion. Cette proportion pourrait varier de plus ou

---

<sup>34</sup> CRTC, Décision de radiodiffusion 2012-242, « Groupe TVA inc. – renouvellements de licence », 26 avril 2012.

<sup>35</sup> Le « Rapport financier du premier trimestre 2012-2013 – Pour la période se terminant le 30 juin 2012 » de CBC/Radio-Canada rapporte que pour la période du 1<sup>er</sup> septembre 2011 au 30 juin 2012, le contenu canadien a représenté 88 % de la journée de radiodiffusion et 93 % des heures de grande écoute, tandis qu'il a atteint 86 % de la journée de radiodiffusion et 93 % des heures de grande écoute pour l'année de radiodiffusion 2010-2011.

moins 5 % par année, selon les circonstances. Bien entendu, toute baisse de la programmation canadienne sous les 80 % devrait être compensée par une augmentation de la même proportion l'année suivante. Ce modèle offrirait, à notre avis, une plus grande latitude budgétaire à la SRC, tout en rassurant la population canadienne sur ses intentions. Le diffuseur public est le plus grand diffuseur de programmation canadienne au pays et il doit le rester.

### Émissions pour enfants

53. Par contre, nous comprenons mal ce qui motive la SRC à vouloir se soustraire à ses obligations en matière d'émissions pour enfants et d'émissions jeunesse. Radio-Canada a été la pionnière de ce genre d'émissions et les besoins des petits nous semblent toujours bien présents. Bien sûr, on vous dira qu'il y a maintenant des chaînes spécialisées qui présentent du contenu pour enfants toute la journée et que ce type d'émissions fait aussi partie du mandat des télévisions éducatives.
54. Il n'en demeure pas moins que l'offre de la télévision de Radio-Canada est essentielle, non seulement parce qu'elle est intéressante – grâce à ses émissions originales notamment –, mais surtout parce qu'elle est pancanadienne. Il ne faut pas oublier que Radio-Canada est le seul télédiffuseur généraliste à avoir des émissions pour enfants à sa grille-horaire et que toutes les familles n'ont pas accès à Internet. Les parents, de leur côté, voient un net avantage à ce que leurs enfants regardent la télé de la SRC. D'abord, ils font confiance à leur diffuseur public pour produire et choisir des émissions de qualité et, ensuite, ils apprécient le fait qu'on y diffuse peu de publicité entre les émissions pour enfants.
55. Si le Conseil accepte de retirer l'obligation qu'a Radio-Canada de produire 4 heures d'émissions originales pour enfants par semaine – ce qui représente moins d'une heure par jour! –, comment peut-on s'assurer qu'on reverra à l'antenne de la SRC des productions originales et de qualité qui plaisent aux petits comme *À la ferme de Zénon*?

56. C'est sans compter qu'avec la volonté de la SRC de transférer sa programmation jeunesse sur le Web, l'accessibilité à ses émissions sera réduite. Plus de 70 % des foyers ont accès à Internet à large bande ou haute vitesse, mais 95 % des Canadiens captent les signaux de la télé du diffuseur public. Si le Conseil permet à la SRC de diminuer son engagement de programmation jeunesse télé pour favoriser l'interactivité sur Internet, il devra s'assurer de pouvoir surveiller et mesurer l'impact de cette programmation nouveau genre.

### Production indépendante

57. Pour ce qui est de la production indépendante, nous encourageons le Conseil à diminuer l'engagement de la télévision de Radio-Canada à lui confier au moins 45 % de sa programmation canadienne issue de catégories autres que les nouvelles, les affaires publiques et le sport. L'industrie de la production indépendante est à maturité depuis plusieurs années et, à notre avis, elle n'a plus besoin d'une aide réglementaire pour qu'on fasse appel à elle de façon « notable<sup>36</sup> », que ce soit du côté des radiodiffuseurs privés ou de la SRC.

58. Lors du renouvellement de Groupe TVA inc., le Conseil l'a d'ailleurs reconnu en maintenant la condition de licence relative à la production indépendante à son niveau antérieur<sup>37</sup>, constatant que la titulaire avait dépensé davantage qu'exigé. Il devrait en être de même pour les télévisions de CBC/Radio-Canada qui ont consacré 79 % et plus de leur budget d'émissions canadiennes à la production indépendante au cours des trois dernières années<sup>38</sup>.

---

<sup>36</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1)h)(v).

<sup>37</sup> CRTC, Décision de radiodiffusion 2012-242, « Groupe TVA inc. – renouvellements de licence », 26 avril 2012 : L'obligation de dépenses en production indépendante de Groupe TVA inc. est de 20 M\$/année de radiodiffusion, ce qui représente 18% des dépenses en émissions canadiennes effectuées par TVA en 2010 (les DÉC s'élevaient à plus de 109 M\$ selon le mémoire soumis par l'APFTQ dans le cadre du processus 2011-525).

<sup>38</sup> Nos calculs ont été effectués à partir des dépenses de programmation canadienne de CBC/Radio-Canada contenues dans le « Rapport de surveillance des communications 2012 » du CRTC pour les années 2009 à 2011 et des dépenses de production indépendante des « Rapports d'activité de production indépendante » fournis par la titulaire pour les années 2008-2009 à 2010-2011. Ils montrent que les producteurs indépendants ont obtenu 93 % (2008-09), 87 % (2009-10) et 79 % (2010-11) du budget de programmation canadienne de CBC/Radio-Canada.

59. En ces temps de compressions budgétaires, notre radiodiffuseur national a besoin de toute la marge de manœuvre réglementaire possible pour continuer d'offrir aux Canadiens une programmation diversifiée et de qualité, en lien avec son mandat.

## **Plaintes et transparence**

60. Le Conseil demande<sup>39</sup> à la SRC ce qu'elle pense de la possibilité d'adhérer au Conseil canadien des normes de la radiotélévision. Nous nous opposons farouchement à cette éventualité.

61. D'abord, le CCNR est une association de diffuseurs privés. On peut donc se demander quel traitement serait accordé aux plaintes portant sur la Société Radio-Canada, déjà malmenée sur la place publique par de puissants compétiteurs. La SRC et le public y trouveraient-ils leur compte? Nous en doutons.

62. Ensuite, la SRC a déjà deux ombudsmans qui répondent aux plaintes portant sur l'information diffusée par les services français et anglais du diffuseur public. Leurs décisions sont publiques et s'appuient sur le guide des *Normes et pratiques journalistiques de Radio-Canada*; un code de déontologie beaucoup plus complet que celui du CCNR et considéré par les spécialistes universitaires comme le meilleur au Canada. Pour ce qui est des plaintes portant sur la programmation, la SRC et le CRTC se partagent la tâche.

63. Par ailleurs, notre propre expérience du CCNR montre que l'organisme d'autoréglementation ne respecte pas toujours la procédure prévue à ses propres codes. Plus de six mois après avoir reçu la réponse d'un diffuseur à notre plainte, le Secrétariat du CCNR ne nous a toujours pas écrit pour nous dire si le CCNR « ... entend régler la question, soit en fermant le dossier et en expliquant les raisons pour

---

<sup>39</sup> CRTC, Avis de consultation de radiodiffusion 2011-379, 17 juin 2011, p. 6.

ce faire, soit en la soumettant au Comité sur l'indépendance journalistique<sup>40</sup>. » Pourtant, le Code d'indépendance journalistique du CCNR prévoit un délai de 45 jours pour informer le plaignant...

64. Enfin, bien que le CCNR se soit vu confier une partie du mandat de surveillance du CRTC, il nous semble davantage jouer le rôle de pare-feu entre les diffuseurs privés et le Conseil. Dans un courriel obtenu en vertu de la Loi d'accès à l'information, le CCNR (CBSC en anglais) informe en effet un plaignant que « ... the CBSC was set up by private broadcasters as part of a self-regulatory system so that complaints about their content are not on their public CRTC file when their license comes up for review<sup>41</sup>. » Cette déclaration confirme qu'une adhésion de la SRC au CCNR ne rendrait pas le processus de traitement des plaintes actuel plus transparent.

65. Bref, compte tenu de ce qui précède, nous estimons que le système actuel (ombudsmans, CRTC et SRC) – bien que perfectible, nous en convenons – permet de mieux accomplir la mission de surveillance du Conseil que ne le pourrait le CCNR.

### **Durée de la période de licence**

66. La Société Radio-Canada a attendu 13 ans pour qu'on se penche sur le renouvellement de ses licences. Pendant ce temps, l'industrie de la radiodiffusion a été bouleversée par des acquisitions et des changements technologiques qui ont mené le CRTC à modifier son approche et à limiter la durée des périodes de licence.

---

<sup>40</sup> CCNR, « Code d'indépendance journalistique », article 6 : <http://www.cbsc.ca/francais/codes/jic.php#six>.

<sup>41</sup> CCNR, courriel de Solange Courteau du 18 juin 2012, obtenu du CRTC, Demande d'accès à l'information no. A-2012-00014.

67. Dans le marché francophone, seule RNC Media inc. et Télé Inter-Rives ltée. ont vu leurs licences renouvelées pour une période complète de 7 ans depuis 2009. Les licences de Groupe TVA inc. ont été renouvelées au printemps dernier pour une période de trois ans. Les licences de V Interaction inc. ont été réévaluées au même moment et se termineront en 2015. Dans le cas de Groupe TVA inc., le Conseil a indiqué qu'une période plus courte lui permettrait de vérifier la pertinence de sa nouvelle approche réglementaire : « Le Conseil estime, compte tenu des allègements réglementaires considérables accordés à Groupe TVA, qu'il est approprié d'accorder une période de licence écourtée à trois ans<sup>42</sup>. »

68. Le CPSC/SCFP 675/STARF croit donc qu'il serait approprié que le CRTC revoie la pertinence des conditions de licence de la SRC en même temps qu'il le fera pour les autres radiodiffuseurs francophones, soit en 2015. Cette façon de faire permettrait au CRTC de rajuster le tir si les moyens mis à la disposition du diffuseur public s'avèrent inefficaces, insuffisants ou inappropriés.

## **Conclusion**

69. Le CPSC/SCFP 675/STARF appuie le renouvellement des licences de la Société Radio-Canada et demande au Conseil de tenir compte non seulement du contexte actuel des médias, mais aussi de la nature particulière du diffuseur public dans sa décision.

70. Radio-Canada est un élément unique du système canadien de radiodiffusion auquel la Loi impose des obligations plus grandes qu'à tout autre diffuseur. La SRC a notamment pour mission d'informer, d'éclairer et de divertir, en offrant une programmation typiquement canadienne. Elle doit diffuser à la radio et à la télé,

---

<sup>42</sup> CRTC, Décision de radiodiffusion 2012-242, « Groupe TVA inc. – Renouvellements de licence », 26 avril 2012, paragraphe 30.



dans les deux langues nationales, partout au pays, en reflétant l'identité canadienne, en permettant l'expression culturelle et en tenant compte des réalités régionales.

71. Malgré cela, son financement ne cesse de diminuer. En raison des compressions annoncées par le gouvernement fédéral au printemps et de l'abolition progressive du FAPL, la SRC fera face à une pression financière supplémentaire au cours des prochaines années. Le CPSC/SCFP 675/STARF craint l'impact négatif de ces coupes sur la quantité et la qualité de la programmation canadienne offerte par le radiodiffuseur public. Il demande donc au Conseil de s'assurer que les licences accordées à la SRC lui donnent le maximum de moyens – financiers et autres – pour accomplir son mandat.
72. Parmi ces moyens, notons : l'autorisation de diffuser de la publicité nationale sur Radio 2, le maintien des ordonnances 9(1)h) de RDI et CBC News Network, la distribution obligatoire d'ARTV et des autres chaînes spécialisées du diffuseur public, ainsi que la baisse des engagements actuels relatifs à la production indépendante.
73. Pour ce qui est de la latitude réglementaire éventuellement consentie à CBC/Radio-Canada, elle ne doit pas aller jusqu'à éliminer les émissions originales pour enfants, ni priver le Conseil de l'information nécessaire à la surveillance de son mandat. Une surveillance qui devrait d'ailleurs s'étendre à ses activités de diffusion par les nouveaux médias, notamment en ce qui concerne les émissions jeunesse.
74. Le Conseil doit garder en tête que la Société Radio-Canada est avant tout au service des citoyennes et citoyens. Son objectif n'est pas de faire des profits, mais bien d'offrir aux Canadiens des informations essentielles à la démocratie et du divertissement de qualité.

\*\*\*FIN DU DOCUMENT\*\*\*