

Bureau de la sous-ministre

TRANSMISSION PAR COURRIEL

Québec, le 16 juillet 2007

Monsieur Robert A. Morin
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes (CRTC)
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Monsieur le Secrétaire général,

Le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec souhaite présenter au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le mémoire faisant état de ses observations et commentaires dans le cadre de l'audience sur la diversité des voix (Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2007-5). Le ministère ne désire toutefois pas comparaître à l'audience publique débutant le 17 septembre 2007.

Veuillez agréer, Monsieur le Secrétaire général, l'expression de mes sentiments les meilleurs,

La sous-ministre,

(Original signé par)

Christiane Barbe

Québec
Édifice Guy-Frégault
225, Grande Allée Est
Bloc B, 1^{er} étage
Québec (Québec) G1R 5G5
Téléphone : 418 380-2330
Télécopieur : 418 380-2391
www.mcccf.gouv.qc.ca

Montréal
480, boul. Saint-Laurent, 7^e
étage
Montréal (Québec) H2Y 3Y7
Téléphone : 514 873-3980
Télécopieur : 514 873-7729

AUDIENCE SUR LA DIVERSITÉ DES VOIX

Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2007-5

MÉMOIRE

DU

MINISTÈRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS

ET DE LA CONDITION FÉMININE

AU

CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION

ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES

16 juillet 2007

Résumé

Le Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) du Québec estime que la diversité des voix et des points de vue dans le domaine de l'information revêt une grande importance pour le maintien d'une saine vie démocratique.

Cela constitue d'autant plus un enjeu au Québec où, en raison de l'étroitesse du marché liée à la prédominance du français, la concentration des médias, tant à travers la propriété commune que par la propriété mixte et l'intégration verticale, y atteint déjà un niveau très élevé.

En se situant dans l'optique du principe du droit du public à l'information et du caractère stratégique d'une information locale diversifiée pour le développement des communautés, tant en régions que dans les grands centres urbains, le MCCCF recommande par conséquent au CRTC de :

- stabiliser la concentration des médias au Québec en :
 - maintenant ses politiques en matière de propriété commune à l'endroit des médias électroniques réglementés possédant un service de nouvelles;
 - limitant, dans le marché francophone, l'intégration verticale impliquant à la fois des entreprises réglementées qui diffusent de l'information et des entreprises de distribution;
- contrer les effets négatifs de la « montréalisation » des ondes en :
 - réintroduisant, comme condition de licence, des exigences quantitatives en matière d'information locale pour les stations privées de télévision et en obligeant, par condition de licence, les stations de radio à offrir des nouvelles locales selon des exigences quantitatives adaptées à chacune d'entre elles;
 - créant, à l'intention des stations de radio et de télévision commerciales et communautaires, un fonds de soutien à la production d'information locale;
 - se dotant d'outils permettant de suivre, de manière continue et transparente, l'évolution de l'offre en information locale disponible dans les différents marchés;
- assurer un meilleur suivi de l'évolution de la concentration de la propriété des médias et de ses effets sur la diversité des contenus et des sources d'information en :
 - mettant en place un mécanisme de surveillance de l'évolution de la concentration des médias, au Canada et en particulier dans le marché francophone, et de ses effets sur la diversité des voix ainsi que des transformations des politiques publiques que ces effets imposent, au Canada comme ailleurs dans le monde.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
La concentration des médias au Québec.....	2
Contexte.....	2
Portrait.....	3
La radio	3
Quelques données	3
Deux indicateurs à considérer	4
Revenus publicitaires	4
Auditoire	5
La télévision	6
Quelques données	6
Revenus publicitaires	7
Auditoire	7
Les quotidiens	8
Les hebdomadaires régionaux.....	9
La propriété croisée : l'exemple de Quebecor.....	9
Recommandations	11
Première mesure : stabiliser le phénomène de la concentration des médias au Québec.....	11
La propriété commune	11
L'intégration horizontale ou propriété mixte	13
L'intégration verticale	13
Deuxième mesure : contrer les effets négatifs de la « montréalisation »	14
La programmation locale.....	14
La nécessité d'une aide à la production locale d'information	16
Le besoin d'un suivi de l'information locale	17
Troisième mesure : assurer un meilleur suivi de l'évolution de la concentration et de ses effets	18
Conclusion	21

Introduction

1. L'audience annoncée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour examiner la concentration de la propriété et la diversité des voix au Canada revêt une grande importance aux yeux du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) du Québec.
2. La diversité des voix et des points de vue dans le domaine de l'information (nouvelles et affaires publiques) lui apparaît en effet comme une condition nécessaire et même essentielle au maintien d'une vie démocratique saine. Dans cette optique, les commentaires et les recommandations formulés dans le présent mémoire ont été développés en ayant d'abord et avant tout à l'esprit la problématique de la diversité en matière d'information.
3. Le gouvernement du Québec se sent d'autant plus interpellé par l'audience sur la diversité des voix qu'il a, au cours des dernières années, posé différents gestes qui sont directement reliés à certains aspects de cette problématique.
4. Ainsi, à la suite des inquiétudes soulevées en maints milieux par la concentration accrue des médias découlant de quelques transactions majeures annoncées à la fin des années 1990 et en l'an 2000, la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec a procédé, en février-mars 2001, à un examen des impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications. Le rapport¹ de cette commission parlementaire a préconisé la mise en place de divers mécanismes de surveillance de la transparence et de l'imputabilité des médias ainsi que certaines mesures visant à améliorer la qualité et la diversité de l'information au Québec.
5. À l'automne 2002 et s'inscrivant dans la foulée des travaux de la commission parlementaire de 2001, la ministre de la Culture et des Communications énonçait certaines orientations et formait un Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information chargé d'analyser ces orientations et de lui soumettre des recommandations en regard de leur mise en œuvre². Un rapport³ a été rendu public en février 2003.

¹ Assemblée nationale du Québec, Commission de la culture, *Mandat d'initiative portant sur la concentration de la presse*, Québec, novembre 2001, 56 pages.

² Ministère de la Culture et des Communications du Québec, Communiqué de presse du 6 septembre 2002.

³ Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, *Rapport final, Tome 1, Les effets de la concentration des médias au Québec : Analyse et recommandations*, janvier 2003, 30 pages.

6. Le gouvernement du Québec est également intervenu, au cours des dernières années, dans divers processus réglementaires du CRTC portant généralement sur des questions de politiques et ce, pour y faire valoir ses points de vue, entre autres sur certaines règles de propriété des médias et sur l'information locale. Ce fut notamment le cas en 1997 et en 2006 lors des examens des politiques concernant la radio commerciale et en 1998 et en 2006 à l'occasion de l'examen des politiques relatives à la télévision commerciale. C'est aussi cette préoccupation pour l'accès, en régions, à une information diversifiée qui a motivé son intervention, en 2004, lors de l'examen par le CRTC de la transaction entre Astral Media inc. et Corus Entertainment Inc. portant sur l'échange de stations de radio AM et FM au Québec.
7. On ne peut non plus oublier que le gouvernement du Québec contribue aussi au financement, à la hauteur de 60,4 M\$ en 2007-2008, d'une télévision éducative et culturelle, Télé-Québec, ainsi qu'à celui d'une télévision internationale, TV5 Québec-Canada, qui par leurs émissions d'affaires publiques et de nouvelles (dans le cas de TV5) participent à la diversification de l'information nationale et internationale au Québec. Depuis près de trente ans, le gouvernement du Québec gère aussi un programme d'aide aux médias communautaires (doté d'une enveloppe qui vient de passer de 3 à 4 M\$ en 2007-2008) visant justement à accroître la diversité des sources d'information et à permettre l'expression des voix des collectivités locales.

La concentration des médias au Québec

Contexte

8. Depuis une dizaine d'années, on observe une tendance mondiale à l'accélération de la création de conglomerats médiatiques et de méga-entreprises dans le secteur des communications. Ce phénomène induit par le développement d'Internet, la numérisation des contenus et la convergence des technologies ainsi rendue possible, a pour but de renforcer les entreprises pour les rendre en mesure de mieux performer dans un contexte de mondialisation. Se faisant au nom de la concurrence sur une plus grande échelle, cette tendance entraîne paradoxalement une moins grande concurrence sur une plus petite échelle.
9. Au Québec, ce mouvement s'inscrit dans un marché déjà étroit dû à la prédominance du français, ce qui amène presque inévitablement un niveau élevé de concentration et une diminution de la diversité des voix puisque le potentiel d'acheteurs est sensiblement limité, surtout si l'on souhaite maintenir la propriété des entreprises de radiodiffusion entre les mains d'intérêts québécois. C'est ce qui s'est produit lors de la transaction qui a permis à Quebecor Media, grâce à une prise de participation importante de

la Caisse de dépôt et placement du Québec à son actionnariat, de présenter une proposition de prise de contrôle simultanée de Vidéotron et du Groupe TVA. La concentration de la propriété devient, dans une certaine mesure, le prix à payer si l'on souhaite assurer un contrôle québécois sur les entreprises de radiodiffusion.

10. Par ailleurs, les entreprises québécoises désireuses de prendre de l'expansion dans le secteur des communications se tournent de plus en plus vers d'autres marchés, ailleurs au Canada (par exemple Astral Media qui vient d'acquérir Standard Radio) ou à l'étranger, le marché du Québec étant restreint et déjà très concentré entre les mains de quelques entreprises.
11. Il s'avère cependant possible que d'autres mouvements de propriété y aient encore cours dans les années à venir. Ils toucheraient, vraisemblablement, des entreprises médiatiques importantes, déjà détentrices de plusieurs actifs dans le secteur car à l'heure actuelle, il reste peu de médias indépendants au Québec, tant dans le secteur de la télévision généraliste comme spécialisée, que dans celui de la radio et aussi dans celui des médias écrits. En outre, il est plausible que les médias non rattachés à de plus grandes entreprises suscitent moins l'intérêt d'éventuels acheteurs.
12. Le Québec se distingue également par un degré d'intégration verticale plus prononcé qu'ailleurs au Canada, dû au fait que de grands groupes propriétaires de chaînes télévisuelles contrôlent aussi les plus importantes entreprises de télédistribution ainsi que de nouvelles plateformes de diffusion de contenus (portail Internet, service de vidéo sur demande, etc.). Le Canada, où l'on observe également un certain niveau de concentration, est également susceptible de voir diminuer le nombre de ses groupes médiatiques. Ainsi, le CRTC examinera prochainement la transaction qui a permis à Rogers Communications, le plus important télédistribeur canadien, d'acquérir les stations de télévision City-TV; si elle est autorisée, cette transaction accroîtra l'intégration verticale au Canada.

Portrait

La radio

Quelques données

13. En 2006, le Québec compte 96 stations commerciales de radio AM et FM dont 88 sont de langue française, six de langue anglaise et deux multilingues. À cela s'ajoutent les 16 stations publiques de Radio-Canada. Cette entreprise détient aussi un service audionumérique (Galaxie) retransmettant une cinquantaine de canaux par la télédistribution en plus d'être copropriétaire d'un service de radio par abonnement (Sirius). En 2006, 33 radios communautaires, financées en partie par le MCCCCF, diffusent également sur le territoire québécois, principalement en régions. De plus, d'autres radios (de campus, autochtones) sont actives au Québec.

14. Au Québec, il y a quatre grandes entreprises de radio. La plus importante est Astral Média Radio qui possède 22 stations au Québec regroupées à l'intérieur des réseaux Énergie, Rock Détente et Boom FM. Elle détient aussi 8 stations à l'extérieur du Québec⁴.
15. En avril 2007, Astral se porte acquéreur de 52 stations de radio (et de deux stations de télévision) de Standard Broadcasting au prix de 1 milliard de dollars. Toutes ces stations sont de langue anglaise et la plupart (sauf trois) diffusent à l'extérieur du Québec.
16. Corus, un autre propriétaire important, possède actuellement une quinzaine de stations de radio; parmi ces stations, certaines en alimentent d'autres en émissions sportives et en nouvelles⁵. En 2004, elle acquérait huit stations qu'Astral avait obtenues lors de l'acquisition de Télémédia et dont le Bureau de la concurrence l'avait obligée à se départir compte tenu de la position dominante qu'elle aurait occupée dans plusieurs marchés. En échange, Corus cédait cinq de ses stations à Astral.
17. Radio-Nord, pour sa part, a acquis en 2004, le Groupe Radio Antenne 6, soit six stations de radio, puis CKNU en 2005 et CHOI en 2007, de sorte qu'elle contrôle maintenant 16 stations de radio qui sont pour la plupart localisées en région. Quant à Cogeco, elle détient cinq stations de radio exploitées à l'intérieur du réseau Rythme FM.

Deux indicateurs à considérer

18. Bien qu'incomplets mais tout de même significatifs, deux indicateurs peuvent servir à mesurer le niveau de concentration des médias dans un marché donné : les revenus publicitaires et l'auditoire.

Revenus publicitaires

19. Depuis 1997, la concentration de l'industrie de la radio privée s'est accrue au Québec. De fait, les trois plus grandes entreprises de radio d'alors accaparaient, en 1997, 61,6 % des revenus publicitaires de l'industrie québécoise de la radio; huit ans plus tard, en 2005, les trois entreprises de radio devenues les plus importantes drainent 74,8 % de ces revenus⁶.
20. La concentration de l'industrie s'est aussi accentuée dans la région de Montréal. En 2005, les trois plus grandes entreprises de radio y détiennent 84,9 % des revenus publicitaires de l'industrie comparativement à 63,4 % en 1997⁷.

⁴ CRTC, Astral, Organigramme sur la propriété, Gatineau, 28 août 2006.

⁵ CRTC, Corus, Organigramme sur la propriété, Gatineau, 16 avril 2007.

⁶ Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Banques de données en radio-télévision*, 1997 et 2005.

⁷ Ibid.

21. Toujours en 2005, sur les 95 stations privées de radio en opération au Québec, il en reste une trentaine qui n'appartiennent pas aux cinq plus grandes entreprises de radio, ces dernières accaparant 85,1 % des revenus publicitaires de l'industrie ⁸.
22. L'assouplissement des règles de propriété adopté par le CRTC en 1998 en vue d'aider à la consolidation de l'industrie de la radio a joué un rôle crucial dans le mouvement de concentration observé depuis. Grâce à cette décision, un radiodiffuseur pouvait dorénavant posséder plus de stations qu'auparavant dans un même marché.
23. Consécutivement à cet allègement, certaines entreprises ont procédé à des acquisitions. Astral, notamment, est devenue propriétaire de Radiomutuel en 1999 et de Télémedia en 2001 alors que Corus achetait Métromédia en 2001 en plus d'acquérir d'autres stations.
24. L'industrie, aux prises avec des difficultés économiques, avait pressé le CRTC de modifier ses règles quant à la propriété des stations de radio. Elle a ensuite réagi en concentrant la propriété, en s'organisant de plus en plus en réseaux, ce qui lui permet d'échanger des émissions, et en recourant à des producteurs de programmes. Il faut noter que la santé financière de l'industrie s'est grandement améliorée.

Auditoire

25. Le marché radiophonique montréalais est le deuxième plus grand au Canada. Les deux stations les plus populaires du marché francophone, CFGM et CBF, appartiennent à Cogeco et à Radio-Canada, celles-ci recueillant respectivement 15,4 % et 11,1 % de l'écoute de ce marché au printemps 2006. Cependant, au cours de la même période, Astral y occupe une position dominante : deux de ses stations (CKMF et CITE) vont chercher 20,7 % des parts de l'écoute des francophones à Montréal ⁹.
26. Toujours au printemps 2006, les stations d'Astral sont également dominantes à Ottawa-Gatineau (39,2 %-CIMF et CKTF), à Trois-Rivières (37,2 %-CIGB et CHEY), à Sherbrooke (44,8 %-CIMO et CITÉ) et à Saguenay (25,9 %- CJAB). Par contre, le marché de Québec est plus équilibré, CITE d'Astral accaparant 15,2 % des heures d'écoute après CHOI, alors propriété de Genex (15,9 %) et CFOM, appartenant à Corus (15,6 %) ¹⁰.

⁸ Ibid.

⁹ Infopresse, *Médias 2007, le Guide*, Montréal, 2007.

¹⁰ Ibid.

La télévision

Quelques données

27. En 2006, le Québec compte 26 stations généralistes privées de télévision, dont 23 de langue française, toutes reliées aux trois grands réseaux francophones en opération au Québec, soit TVA, TQS et Radio-Canada, deux stations de langue anglaise faisant partie des réseaux CTV et Global ainsi qu'une station multilingue appartenant à Global. On dénombre également trois stations généralistes publiques appartenant à Radio-Canada, dont une de langue anglaise, de même qu'une chaîne éducative et culturelle, Télé-Québec. En outre, à Québec, existe également une station régionale à faible puissance, Télémag. De plus, 44 télévisions communautaires sont présentement en activité au Québec, dont 37 financées en partie par le MCCCCF.
28. Près des trois-quarts des stations francophones (18) appartiennent ou sont affiliées aux réseaux TVA et TQS, propriété des deux plus importants acteurs médiatiques privés au Québec, soit Quebecor Média et Cogeco en association avec CTVglobemedia. Radio-Canada a un contrat d'affiliation avec les cinq autres stations privées de langue française.
29. Il existe donc peu de propriétaires indépendants dans le secteur de la télévision généraliste privée au Québec : Radio-Nord (5 stations) et Télé Inter-Rives (4 stations).
30. Les services télévisuels de langue française au Québec, y inclus les 21 chaînes spécialisées et les six services de télévision payante, sont en grande partie, propriété exclusive ou partagée de quelques grands joueurs seulement.
31. Dans le marché francophone, le Groupe TVA, appartenant à Quebecor, possède six stations de télévision dont une importante station mère à Montréal qui alimente son réseau à la grandeur du Canada. De plus, il détient une participation de 44,6 % dans Télé Inter-Rives. Le Groupe TVA possède aussi quatre services spécialisés numériques de langue française (LCN, LCN Argent, Mystère et Prise 2) qui sont déjà en opération. Il détient également une participation de 20,0 % dans Canal Indigo et de 8,3 % dans Canal Évasion. Archambault, une filiale à part entière de Quebecor, est aussi propriétaire d'un service de vidéo sur demande (Illico sur demande).
32. En outre, le Groupe TVA et Astral sont respectivement titulaires de quatre et de cinq licences de services spécialisés et payants de langue française qui n'ont pas encore démarré leurs opérations.

33. D'autres joueurs sont également importants dans le marché francophone québécois. D'abord la Société Radio-Canada (SRC), dont le réseau de langue française diffusé à la grandeur du Canada compte deux stations de langue française au Québec, et qui détient aussi une chaîne d'information continue d'expression française, RDI, diffusée à l'échelle canadienne. La SRC participe aussi, en copropriété, à ARTV et à TV5. Puis, l'entreprise formée par Cogeco en partenariat avec CTVglobemedia, qui détient huit stations privées généralistes en plus du réseau TQS. À noter que CTVglobemedia est aussi propriétaire du Réseau des Sports et du Réseau de l'information sportive. Enfin, dans le secteur des services spécialisés et payants, Astral est un joueur majeur puisqu'elle détient des intérêts tantôt majoritaires, tantôt à part égales avec d'autres entreprises, dans 9 des 21 chaînes spécialisées de langue française et dans trois des six services francophones de télévision payante présentement en opération.

Revenus publicitaires

34. La concentration dans l'industrie québécoise de la télévision privée généraliste s'est accentuée depuis 1999. En 2005, les revenus publicitaires des trois plus grandes entreprises de télévision (de langue française et anglaise) s'élèvent à 86,7 % des revenus publicitaires totaux de l'industrie comparativement à 78,0 % en 1999¹¹.
35. En 1999, 9 entreprises possédant 28 stations offraient des émissions télévisuelles aux Québécois. En 2005, ce nombre diminue à six et englobe 26 stations.
36. Cependant, si l'on considère l'ensemble du secteur privé télévisuel francophone, soit les stations généralistes ainsi que les services spécialisés et payants, le niveau de concentration augmente de 5,4 points de pourcentage. En effet, la proportion des revenus publicitaires appartenant aux trois plus grandes entreprises de télévision francophone passe de 80,1 % en 1999 à 85,5 % en 2005. Le faible poids des services spécialisés en 1999 et leur concentration accrue en 2005 expliquent cette situation. Contrairement à ce que l'on croit, en termes de revenus publicitaires, l'arrivée des services spécialisés et payants de langue française n'a pas diminué le niveau de la concentration dans la télévision privée.

Auditoire

37. En dépit de la fragmentation du marché suscitée par l'arrivée de nouvelles chaînes spécialisées, les quatre groupes télévisuels les plus importants détiennent ensemble la très grande part du marché québécois francophone de la télévision, allant chercher, en 2006, plus de 80 % de l'écoute des

¹¹ Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Banques de données en radio-télévision*, 1999 et 2005.

Québécois francophones. Le Groupe TVA domine, l'ensemble de ses chaînes recueillant une part de marché de 30,5 %. Astral se positionne en deuxième place, ses chaînes drainant 22,8 % de l'écoute des Québécois de langue française, ce qui représente 62,8 % de l'écoute suscitée par l'ensemble des services spécialisés et payants francophones en 2006. Radio-Canada et TQS suivent, en captant respectivement 15,7 % et 13,3 % de leur écoute ¹².

Les quotidiens

38. Il y a 12 quotidiens au Québec dont 10 de langue française. Parmi ces derniers, neuf appartiennent à deux entreprises, soit Gesca et Quebecor. En mars 2006, Quebecor, avec deux quotidiens (*Journal de Montréal* et *Journal de Québec*), s'approprie 45,0 % des tirages francophones vendus¹³ alors que Gesca, avec sept titres¹⁴ publiés dans sept des plus grandes agglomérations du Québec, en possède 51,9 %. Le quotidien indépendant *Le Devoir* en détient 3,1 %.
39. Depuis 1997, la concentration dans les quotidiens francophones et la répartition des tirages par propriétaire n'ont pas vraiment changé. De fait Gesca continue d'assurer une présence unique à Gatineau, Saguenay, Trois-Rivières, Sherbrooke et Granby, partageant les marchés de Montréal et de Québec avec les quotidiens de Quebecor qui sont, par ailleurs, distribués partout au Québec.
40. Les deux quotidiens de langue anglaise, appartenant à CanWest Global¹⁵ et Glacier Ventures International, sont *The Gazette* et *The Record*. Les tirages de ces quotidiens représentent 14,7 % des tirages totaux (francophones et anglophones) vendus au Québec en 2006. En 1997 cette proportion était plus élevée : elle correspondait à 15,8 % de l'ensemble du marché des quotidiens québécois¹⁶.
41. *The Gazette*, propriété d'Hollinger en l'an 2000, est passé aux mains de CanWest Global alors que *The Record*, le plus petit des quotidiens, a changé de propriétaires à deux reprises.
42. En 2001, deux quotidiens gratuits de langue française ont été créés à Montréal. Le premier, intitulé *Métro*, appartient au Groupe Transcontinental, à Gesca et à Métro International alors que le second, *24 heures*, fait partie de l'empire Quebecor.

¹² Télé-Québec, Données de l'écoute télévisuelle au Québec, BBM, Recherche et planification, Montréal, mars 2007.

¹³ Audit Bureau of Circulations, Canadian Newspaper Audit Report, 31 mars 2006.

¹⁴ Ces titres sont *La Presse*, *Le Soleil*, *Le Nouvelliste*, *Le Droit*, *Le Quotidien*, *La Tribune* et *La Voix de l'Est*.

¹⁵ CanWest Global possède 13 quotidiens au Canada et 31 hebdomadaires et magazines. Voir Infopresse, *Guide annuel des médias 2007*, Montréal, 2007, p. 24.

¹⁶ Audit Bureau of Circulations, Canadian Newspaper Audit Report, 1997.

Les hebdomadaires régionaux

43. En 2006, il y a 177 hebdomadaires en circulation au Québec dont 83,1 % sont de langue française, 7,9 % bilingues (français et anglais) et 9 % de langue anglaise¹⁷. De plus, le Québec compte également près de 90 journaux à but non lucratif, publiés à divers intervalles (hebdomadaires, bimensuels, mensuels, bimestriels), dont 56 de nature communautaire qui reçoivent un support financier du MCCCCF.
44. Les hebdomadaires régionaux se concentrent entre les mains de deux grands groupes, soit Transcontinental (55 titres, 40,5 % du tirage au Québec) et Quebecor (45 titres, 20,0 % du tirage au Québec). Les propriétaires indépendants (un seul titre chacun) détiennent 12,2 % du tirage québécois avec 34 titres. Certains autres propriétaires contrôlent deux ou plusieurs hebdomadaires dont Les Hebdos Montérégiens qui possède 13 titres en Montérégie¹⁸.
45. Les deux grands groupes sont particulièrement présents dans près des deux tiers des régions administratives du Québec. Dans 10 de ces 17 régions, 75,0 % et plus du tirage régional est contrôlé par un seul propriétaire¹⁹.
46. Il est possible que la concentration de propriété augmente encore dans les hebdomadaires au Québec. Les deux plus grandes entreprises pourraient, comme elles l'ont déjà fait, poursuivre leurs acquisitions dans le reste du Canada.
47. Depuis 1993, la concentration des hebdomadaires au Québec s'est particulièrement accrue. En 2006, le tirage des trois plus grands propriétaires d'hebdomadaires représente 67,2 % des tirages totaux en circulation au Québec comparativement 48,3 % en 1993²⁰. De plus, le nombre de titres a diminué de près de 15,0 %, celui-ci passant de 207 en 1993 à 177 en 2006.

La propriété croisée : l'exemple de Quebecor

48. La propriété croisée impliquant des médias écrits et des médias électroniques existe de façon significative depuis dix ans au Québec²¹. Cela remonte à 1997, au moment où un consortium dont l'actionnaire

¹⁷ Pelletier, Michel, *La presse hebdomadaire régionale au Québec en 2006*, Ministère de la Culture et des Communications du Québec, Québec, 2007 (à paraître).

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Op. cit.

²¹ Bien sûr, d'autres types de propriété croisée ont cours au Québec mettant en cause des services télévisuels et radiophoniques (ex. : Cogeco, Radio Nord et Astral Media).

majoritaire était Quebecor, se porte acquéreur du réseau TQS. Trois ans plus tard, Quebecor devient propriétaire, avec la participation de la Caisse de dépôt et placement du Québec, du Groupe TVA ainsi que de Vidéotron et vend TQS.²²

49. Grâce à l'acquisition de TVA et au développement de nouvelles chaînes spécialisées, Quebecor est devenu un intervenant majeur dans l'industrie de la télévision, à la fois à titre de producteur et de diffuseur. Avec l'achat de Vidéotron, l'entreprise occupe également une place de toute première importance en télédistribution à titre de détentrice du plus important câblodistributeur du Québec, lequel est troisième au Canada (1 572 000 abonnés en 2007).
50. Déjà propriétaire, au moment de ces acquisitions, de quotidiens, d'hebdomadaires, de magazines et de maisons d'édition, Quebecor n'a cessé depuis de prendre de l'expansion dans la plupart de ces secteurs, au Québec et ailleurs au Canada. Son réseau international d'imprimeries et ses entreprises de distribution contribuent à la réussite de toutes ces activités.
51. De plus, Quebecor est également active dans la vente au détail de produits culturels, tels le livre, le disque et le DVD (Archambault), dans la distribution de films pour le cinéma (TVA Films), dans la transmission de films et de spectacles (Illico sur demande²³), dans le commerce vidéo (Super Club Vidéotron), dans l'offre de services d'accès Internet (828 000 abonnés), dans la téléphonie par protocole Internet (449 000 abonnés résidentiels)²⁴, dans l'offre du premier site d'information sur Internet au Québec (portail Canoë) et de plusieurs sites Internet (notamment Jobboom (recherche d'emploi et de carrière), Tvacanoe (télévision), Réseaucontact (rencontres), Webfin (informations financières), Micasa (immobilier), Archambault.ca et Zik.ca (téléchargement de musique), etc.).
52. Bref, Quebecor dispose de moyens puissants de promotion pour ses produits culturels : la télévision, les journaux, les magazines, le livre, les portails Internet. Ainsi, il lui est possible d'utiliser ses médias écrits et ses portails pour promouvoir certains contenus de divertissement diffusés à l'écran de ses chaînes de télévision et parfois même en faire des nouvelles, ce qui, dans ce dernier cas, illustre bien les dangers de la convergence des médias en matière d'information. Rappelons, par exemple, le cas de Star Académie qui a fait la manchette tant dans ses médias écrits qu'à son

²² L'approbation par le CRTC de ces transactions, impliquant une propriété croisée de médias écrits et électroniques, était assortie de conditions de licence relatives à la mise en place de mécanismes de séparation structurelle en matière d'information entre ces divers médias.

²³ Illico sur demande a reçu 20 millions de commandes d'émissions de la part de ses 624 000 abonnés au câble numérique en 2006. Voir Quebecor, *Rapport annuel 2006*, p. 7.

²⁴ Quebecor Média, *Informations supplémentaires, Trimestre/Période de trois mois se terminant le 31 mars 2007*.

réseau de télévision. Quebecor désire d'ailleurs accentuer cette tendance à utiliser les mêmes contenus à travers plusieurs médias et plateformes à l'intérieur de l'entreprise²⁵.

53. Le rôle de Quebecor dans l'offre et la demande culturelle est majeur. L'entreprise a les moyens financiers de développer une offre intéressante, diversifiée et enrichissante de produits et services culturels et d'influencer les achats des consommateurs. Quebecor constitue donc l'une des principales sources de diffusion et de distribution de contenus d'information et de divertissement au Québec.

Recommandations

54. Le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) considère que la diversité des voix, particulièrement dans le domaine de l'information, est devenue un enjeu de société majeur, notamment au Québec, dont le caractère français unique en Amérique du Nord limite le marché. En vertu des principes suivants :

- le droit du public à l'information;
- l'importance de la contribution des médias d'information à la vie démocratique;
- le caractère stratégique de l'information locale pour le développement des communautés;
- le respect de la diversité des sources d'information, en régions comme dans les grands centres urbains;

il recommande au CRTC de prendre un certain nombre de mesures.

Première mesure : stabiliser le phénomène de la concentration des médias au Québec

55. Comme on l'a vu précédemment, en raison de l'étroitesse du marché francophone, le Québec a déjà atteint un niveau très élevé de concentration de ses entreprises médiatiques. Le MCCCF estime qu'il serait dorénavant souhaitable de restreindre les mouvements de propriété susceptibles d'amoinrir la pluralité des voix et la diversité des sources d'information au Québec.

La propriété commune des médias électroniques

56. Dans un mémoire déposé au CRTC lors de l'examen de la politique sur la radio commerciale qui a eu lieu en 1997, le ministère de la Culture et des Communications s'était montré favorable à un certain assouplissement des

²⁵ Voir Presse canadienne, «Les médias doivent modifier leur approche pour survivre», dans le *Journal de Québec*, 26 novembre 2006.

règles de propriété en raison des problèmes financiers qui affectaient alors l'industrie de la radio. Statistique Canada rapportait en effet que près de la moitié des radios privées du Québec avaient enregistré un déficit en 1996. Le ministère s'interrogeait sur leur capacité à respecter leurs obligations en regard de la diffusion de musique vocale francophone et à remplir leurs responsabilités en matière d'information. C'est donc en vue de consolider cette industrie afin de lui donner les moyens suffisants à l'accomplissement de sa mission culturelle et sociale que le ministère avait alors proposé au CRTC de permettre la propriété commune d'un plus grand nombre de stations à condition, notamment, que l'étanchéité des salles de nouvelles soit garantie et la concurrence entre les stations commerciales maintenue. Le Conseil a pris la décision en 1998 d'assouplir les règles de propriété.

57. Depuis cette nouvelle politique du CRTC, la santé financière de plusieurs stations de radio s'est améliorée au Québec, leur permettant de demeurer en activité dans plusieurs marchés, grâce à la consolidation de l'industrie. Voilà pourquoi le ministère a recommandé, dans un mémoire déposé au CRTC à l'occasion de sa récente révision de la politique sur la radio commerciale effectuée en 2006, de ne pas assouplir davantage les règles de propriété commune adoptées il y a sept ans, estimant que l'industrie de la radio connaissait, globalement, une situation financière saine.
58. En ce qui a trait à la télévision, la règle en vigueur au CRTC depuis plusieurs années autorise la propriété d'une seule station de télévision hertziennne de la même langue dans un même marché en vue d'assurer la diversité des voix et d'encourager la concurrence dans chaque marché, ce avec quoi le ministère est d'accord.
59. Dans le cas des nouveaux médias, exemptés, pour le moment, de réglementation de la part du CRTC, le MCCCCF ne prend pas position sur la nécessité de les assujettir à des règles de propriété commune étant donné qu'un processus spécifique doit se tenir d'ici un an et demi sur le réexamen de l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias prise par le Conseil en 1999.

Recommandation 1

60. Le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCCF) recommande au CRTC de maintenir ses politiques en matière de propriété commune à l'endroit des médias électroniques réglementés qui ont un service de nouvelles (radio et télévision).

L'intégration horizontale ou propriété mixte de différents types de médias, dont des médias électroniques

61. Le MCCCCF traite cet aspect de la concentration des médias dans une lettre en réponse à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2007-41. Essentiellement, le ministère recommande que ce type de propriété soit encadré au moyen du Code d'indépendance journalistique proposé par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision, à la condition toutefois qu'il inclue également une séparation des structures de collecte de l'information. En regard des aspects non couverts par ce code, le ministère demande au CRTC de conserver ses prérogatives lui permettant de maintenir des conditions de licence déjà existantes ou d'en imposer de nouvelles propices à préserver la diversité des voix en matière d'information.

L'intégration verticale entre les médias électroniques et les entreprises de câblodistribution

62. Au Québec, comme les deux entreprises de câblodistribution dominantes, rejoignant au total 92 % des abonnés à la câblodistribution, sont également propriétaires de médias électroniques, dont certains ont une part de marché importante, le degré d'intégration verticale est, à l'heure actuelle, encore plus prononcé qu'ailleurs au Canada.
63. Le ministère estime qu'il ne faut pas accentuer ce mouvement. Compte tenu de la taille de son marché, le Québec dispose présentement d'un nombre suffisant de solides entreprises de radiodiffusion en mesure de répondre aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* en matière de diversité des voix. Il juge également que l'existence d'une saine concurrence au sein du marché francophone est essentielle au maintien ainsi qu'au développement de contenus d'information de qualité et diversifiés.
64. En ce qui concerne l'intégration verticale entre les télédistributeurs et les nouveaux médias, le ministère juge qu'il serait prématuré de se prononcer sur cette question, compte tenu de la révision à venir dans dix-huit mois de l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias.

Recommandation 2

65. Le MCCCCF recommande au CRTC de limiter, dans le marché francophone (au Québec), l'intégration verticale qui implique à la fois des entreprises réglementées qui diffusent de l'information et des entreprises de distribution afin de permettre un environnement qui favorise l'offre de contenus d'information de qualité, en provenance de sources d'information diverses.

Deuxième mesure: contrer les effets négatifs de la “montréalisation”

66. La structure d'organisation des médias électroniques en réseaux fait en sorte qu'avec le temps, les détachements régionaux accordés aux diverses stations qui les composent se sont faits plus limités et que les émissions diffusées à la grandeur des réseaux ont pris plus de place, à la fois par souci de rationalisation et de rentabilité mais aussi, dans le cas de la télévision, en raison de l'abandon par le CRTC des exigences en matière de programmation locale au début des années 90, puis de nouvelles en 1999.

La programmation locale

67. Depuis plusieurs années, le MCCCFF est préoccupé par la place qu'occupe la programmation locale à la télévision. Dans un mémoire remis au CRTC à l'occasion de l'avant-dernière révision de la politique relative à la télévision privée en 1998, le ministère lui recommandait de : « ... réintroduire des exigences en matière de production locale dans les conditions de licence des stations de télévision de manière à établir un meilleur équilibre dans la provenance des émissions présentées à l'écran ».
68. Il faisait alors le constat suivant : « Devant la place grandissante accordée par le Conseil à la concurrence entre les services télévisuels, obligeant de plus en plus les télédiffuseurs à diffuser surtout des grandes productions à caractère national et international susceptibles de se vendre sur d'autres marchés, les émissions locales et régionales occupent un espace de plus en plus limité sur les ondes. Dans les faits, la seule obligation qui reste aux télédiffuseurs en matière de productions émanant de leur région est la présentation d'un seuil minimal de nouvelles locales et régionales. C'est ainsi qu'au Québec, les téléspectateurs de certaines stations situées en dehors de Montréal et de Québec bénéficient d'à peine plus d'une heure par semaine de nouvelles en provenance de leur communauté ».
69. À l'issue de cette consultation, le Conseil décide plutôt d'abandonner également les obligations en matière de diffusion de bulletins de nouvelles locales arguant qu'il n'était pas nécessaire d'en imposer aux télédiffuseurs, les nouvelles et les émissions locales étant, selon lui, essentielles à leur bonne performance dans leur marché. Il incite plutôt les stations de télévision appartenant à de grands groupes à programmer des émissions locales et régionales, autres que les nouvelles et les sports, en période de grande écoute. L'impact de cette mesure sur la programmation locale n'a pas, à notre connaissance, fait l'objet d'une évaluation publique de la part du CRTC. Dans cette décision, il indique également que les télédiffuseurs devront, comme par le passé, fournir des nouvelles et d'autres émissions locales pour avoir le droit de solliciter de la publicité locale dans leur marché, sans en préciser toutefois la proportion ou la quantité minimale.

70. Sept ans plus tard, lors de la toute dernière révision de la politique télévisuelle menée par le CRTC à l'automne 2006, le ministère réitère sa demande au CRTC à l'effet qu'il réintroduise des exigences, soit en matière de production locale, soit en nouvelles, estimant que les stations locales privées de télévision bénéficiaient généralement d'une bonne santé financière. Dans sa décision, le Conseil n'aborde pas précisément la question des exigences mais il mentionne l'importance pour les stations des petits marchés de bénéficier des ressources financières provenant d'ententes d'affiliation et de soutien financier raisonnable. Il indique qu'à ce titre, le Fonds de programmation pour les petits marchés mis en place, à sa demande, par les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD), semble très efficace. Mais il maintient le statu quo, soit aucune obligation ni en programmation locale, ni en diffusion de nouvelles locales.
71. En ce qui concerne la radio, en vertu de la politique sur la radio commerciale qui vient d'être révisée en 2006, le CRTC conserve l'obligation pour les stations de radio FM privées qui œuvrent dans des marchés concurrentiels de consacrer au moins le tiers de la semaine de radiodiffusion à des émissions locales afin de pouvoir bénéficier de la publicité locale. Dans le cas des stations AM, il continuera d'évaluer au cas par cas les engagements de chaque radiodiffuseur en matière de programmation locale lors du renouvellement, de l'acquisition ou du transfert de licences. Il imposera des conditions de licence à ce sujet lorsqu'il le jugera approprié.
72. Pourtant, lors de l'examen de cette politique, le CRTC avait publié les résultats d'une enquête²⁶ menée au cours d'une semaine en avril 2005, qui révélait que sur un échantillon de 16 stations AM et FM canadiennes, les nouvelles locales, nationales et internationales produites par chaque station ou spécifiquement pour elles ne représentaient que 3,6 % de la semaine de radiodiffusion, soit 4,5 heures. Cette part était largement plus élevée pour les radios AM (7,2 %) que pour les radios FM (1,3 %). Mais concernant les nouvelles et l'information spécifiquement locales, tout porte à croire qu'elles occupaient une part plus faible encore de la programmation des stations de radio commerciale.
73. Les effets de la déréglementation en matière d'information locale à la télévision et de l'absence d'exigences systématiques de nouvelles locales à l'endroit des stations de radio AM et FM préoccupent le MCCCCF en ce qui a trait à la diversité des sources d'information. En effet, il semble encore plus important aujourd'hui de favoriser la production de nouvelles et d'information locales, étant donné le caractère stratégique de ce type d'émissions pour le développement des communautés.

²⁶ CRTC, *Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2006-1-1, 3. Programmation locale*, 23 février 2006.

74. D'autant plus que selon une enquête récente²⁷ réalisée en 2006-2007 pour le compte du Centre d'études sur les médias, la télévision et la radio demeurent encore aujourd'hui, même avec la progression des nouveaux médias, des sources majeures d'information auprès des Québécois qui consacrent à la télévision plus du tiers de leur temps passé à s'informer (34 %) et 18,3 % à la radio. En outre, toujours selon cette enquête, les sujets locaux (ce qui se passe dans ma ville, dans ma région) arrivent en tête de lice des préférences en matière d'information. D'où l'importance pour ces médias d'offrir de l'information de proximité qui contribue à la vie démocratique des collectivités et ce, à plus forte raison dans un contexte de mondialisation.

Recommandation 3

75. Le MCCCCF recommande au CRTC de réintroduire, comme condition de licence, des exigences quantitatives en matière d'information locale pour les stations privées de télévision et d'obliger, par condition de licence, les stations de radio à offrir des nouvelles locales selon des exigences quantitatives adaptées à chacune d'entre elles.

La nécessité d'une aide à la production locale d'information

76. Même si l'intérêt des Québécois pour l'information locale semble important et la demande exister, il est onéreux pour les stations locales de télévision et de radio de produire localement ce type de programmation. Dans le cas de la télévision, le Fonds de programmation pour les petits marchés mis en place par les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) est un atout important.
77. Mais le MCCCCF est conscient du coût entraîné par sa recommandation d'instaurer des exigences quantitatives en matière de production locale d'information, ce qui, inévitablement, nécessitera des ressources financières supplémentaires. Même si les stations locales de télévision et de radio jouissent d'une bonne santé financière, il apparaît opportun de leur proposer de nouvelles avenues visant une plus grande diffusion de nouvelles et d'informations locales de manière à accroître la diversité des sources d'information.
78. Dans cette optique, le ministère avait d'ailleurs recommandé au CRTC dans son mémoire soumis en mars 2006, lors de la dernière révision de la politique sur la radio commerciale, que soit mise en place une forme de soutien à la programmation locale, particulièrement au chapitre de la production de nouvelles et d'informations locales. Le CRTC n'a pas retenu cette proposition mais a plutôt suggéré qu'un tel soutien puisse faire partie

²⁷ Michel Lemieux Recherche, *La dynamique des publics de l'information*, juin 2007.

des diverses façons qu'ont les radiodiffuseurs de contribuer au développement du contenu canadien.

Recommandation 4

79. LE MCCCCF recommande au CRTC de créer, à l'intention des stations de radio et de télévision commerciales et communautaires, un fonds de soutien à la production d'information locale, en raison du coût élevé de sa production.

Le besoin d'un suivi public et continu de l'information locale

80. Depuis la déréglementation en matière d'information locale à la télévision et l'absence d'exigences systématiques de nouvelles locales à l'endroit des stations de radio AM et FM, il est devenu de plus en plus difficile de suivre l'évolution de l'offre d'information locale disponible en régions comme dans les grands centres urbains au Québec.
81. Déjà, lorsque le CRTC impose de telles conditions, notamment lors de transactions qui impliquent des stations de radio AM, il s'écoule généralement sept ans avant d'évaluer la performance des stations à ce titre, lors du renouvellement suivant de leur licence.
82. Cette situation fait en sorte que la seule façon d'avoir une idée de la quantité de programmation locale à l'antenne des médias électroniques entre les renouvellements de licence (donc pendant sept ans) est de faire une enquête à ce sujet, au cours d'une période limitée, auprès d'un échantillon de ces médias et de la rendre publique. C'est d'ailleurs ce que le CRTC a fait lors de la dernière révision de la politique sur la radio commerciale²⁸. Un tel coup de sonde n'est pas nécessairement représentatif de la réalité et c'est pourtant le seul outil sur lequel on peut actuellement s'appuyer, tant le CRTC, dans la définition de ses politiques, que l'industrie et le public.
83. À la connaissance du ministère, des organismes comme le Centre d'études sur les médias ainsi que la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), désireux de faire la lumière sur la présence de programmation locale et d'émissions d'information locale à l'antenne des médias électroniques, dans les grands centres et en régions, éprouvent de la difficulté à le faire.

²⁸ CRTC, *Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2006-1-1, 3. Programmation locale*, 23 février 2006.

84. Même si le CRTC imposait des conditions de licence en matière d'information locale, étant donné le laps de temps qui s'écoule entre chaque renouvellement de licence, il apparaît essentiel d'être en mesure de suivre l'évolution de l'offre en information locale, particulièrement si la question de la diversité des voix est une priorité.

Recommandation 5

85. Le MCCCCF recommande au CRTC de se doter d'outils pour être en mesure de suivre de manière continue et transparente l'évolution de l'offre en information locale disponible dans les différents marchés.

Troisième mesure: assurer un meilleur suivi de l'évolution de la concentration et de ses effets

86. Dans le prolongement de la recommandation précédente, le MCCCCF constate que nous ne disposons pas d'un portrait d'ensemble aisément accessible et à jour de l'état de la concentration des médias au Canada et au Québec de même que de ses conséquences sur la diversité des voix.
87. Des données sont bien sûr rassemblées de temps à autre²⁹ mais ces efforts plus que louables sont malheureusement trop espacés et accomplis en utilisant des méthodologies disparates qui en rendent les résultats plus ou moins comparables dans le temps.
88. Le CRTC possède déjà un mécanisme de rapport relatif à la propriété des entreprises de radiodiffusion mais les renseignements qu'il génère ne permettent pas, par exemple, de disposer, pour un marché donné, d'un portrait de la concentration de la propriété des médias dans ce marché.
89. Des données sont également fournies au CRTC à l'occasion de l'examen de transactions spécifiques ou lors des renouvellements de licences mais, encore là, il s'agit d'informations fournies à la pièce et qui sont examinées de manière trop espacée dans le temps pour que cela permette de saisir les tendances de l'évolution des phénomènes qu'elles sont censées décrire.
90. Ces lacunes dans l'information disponible ne sont toutefois pas propres au Canada. En effet, il semble que plusieurs observateurs constatent que la recherche est défailante et que les preuves scientifiques des effets de la concentration de la propriété des médias sur la diversité et sur le pluralisme

²⁹ Pensons, entre autres aux informations contenues dans le Volume II du Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse (rapport Davey) (1970) et dans la partie II (pages 7-46) du Rapport intérimaire sur les médias canadiens d'information du Comité sénatorial permanent des transports et des communications (rapport Fraser) (avril 2004).

de l'information sont insuffisantes³⁰. De plus, s'il est relativement facile de déterminer le niveau de concentration de la propriété des médias dans un marché donné, il est plus complexe d'évaluer les autres dimensions tout aussi importantes de la diversité des voix que sont la diversité des contenus et des sources d'information qui se retrouvent dans ces médias. Or, sans qu'il y ait un niveau élevé dans la concentration de la propriété des médias, il se peut quand même que le pluralisme soit plus ou moins faible si les contenus d'information véhiculés par ces médias ne sont pas suffisamment variés et s'ils proviennent d'un nombre trop limité de sources³¹.

91. C'est justement ce constat qui a probablement incité la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec à recommander, en 2001, de confier à un organisme un mandat de vigie consistant à établir des critères ou indicateurs de la diversité de l'information et à recueillir les données nécessaires pour produire des rapports annuels sur l'évolution des médias en général et sur la situation de la diversité en particulier³².
92. En 2003, le Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information a repris cette même idée en recommandant un mandat d'observatoire consistant à « prendre tous les moyens nécessaires afin d'exercer une surveillance étroite de la situation non seulement au plan de la concentration des entreprises de presse et de ses effets mais aussi de la qualité, de la diversité et de l'accessibilité de l'information dans son ensemble; suggérer et soutenir les études et recherches pertinentes pour évaluer les effets de la concentration; s'interroger sur différents aspects des conditions de réception de l'information par le public; diffuser largement les informations recueillies de manière à susciter la réflexion collective et, au besoin, lancer un débat public sur l'information; »³³.
93. Étant donné que la surveillance de la concentration de la propriété et de ses impacts sur la diversité des voix fait partie des responsabilités du CRTC, comme l'atteste la tenue de la présente audience publique, il apparaît qu'il lui revient de se doter des outils indispensables pour lui permettre de s'acquitter de cette tâche dans les meilleures conditions possibles.
94. La mise en place d'un mécanisme de surveillance systématique de l'évolution de la concentration des médias et de ses effets sur la diversité des voix constitue justement, du point de vue du MCCCCF, un de ces outils.

³⁰ Werner A. Meier, « Media Concentration Governance : une nouvelle plate-forme pour débattre des risques? », *Réseaux*, vol. 23, no 131, 2005, pages 22-24.

³¹ Conseil de l'Europe, *La diversité des médias en Europe*, Rapport préparé par le AP-MD (Panel consultatif du CDMM sur les questions concernant les concentrations des médias, le pluralisme et la diversité), Strasbourg, décembre 2002, pages 8-9.

³² *Mandat d'initiative portant sur la concentration de la presse*, novembre 2001, pages 31-32.

³³ *Rapport final, Tome 1, Les effets de la concentration des médias au Québec : Analyse et recommandations*, janvier 2003, page 15.

95. Ce mécanisme faciliterait la cueillette, sur une base annuelle par exemple, d'un ensemble de données quantitatives et qualitatives pour chaque marché, en particulier dans le marché du Québec où la concentration est, comme on l'a vu précédemment, particulièrement élevée.
96. Ces données faisant l'objet d'une large diffusion, possiblement par l'ajout d'une section particulière dans le rapport annuel de surveillance de la politique sur la radiodiffusion publié par le CRTC, faciliteraient une meilleure perception, en temps utile, des évolutions et des tendances nouvelles, ce qui permettrait, au besoin, d'intervenir avec plus de rapidité pour apporter les ajustements requis aux politiques ou règlements existants en matière de concentration de la propriété.
97. Pour s'acquitter de cette tâche, le CRTC devrait définir une série d'indicateurs concrets visant justement à évaluer la diversité des points de vue et des sources d'information se retrouvant dans les contenus des médias présents dans un marché donné. Pour y parvenir, il pourrait probablement tirer parti notamment des travaux de l'Autorité des médias des Pays-Bas qui produit, depuis 2002, un rapport annuel dont on pourrait possiblement s'inspirer avec profit³⁴. Il est également intéressant de noter que la Commission européenne a entrepris, en 2007, des travaux sur le pluralisme des médias qui devraient permettre de définir et de tester des indicateurs concrets et objectifs permettant d'évaluer le pluralisme des médias dans l'Union européenne³⁵.
98. Plusieurs des données à recueillir pourraient probablement être obtenues à travers les rapports que les entreprises réglementées doivent soumettre régulièrement au CRTC mais certaines recherches de nature plus qualitative, pourraient certes être confiées à des organismes externes ou à des experts dûment qualifiés.
99. Les coûts reliés à cette activité de surveillance pourraient être assimilés aux coûts de la réglementation du CRTC et être, par conséquent, défrayés à travers les droits de licence de la Partie I du *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*.

Recommandation 6

100. Le MCCCFF recommande au CRTC de mettre en place un mécanisme de surveillance de l'évolution de la concentration des médias au Canada, en particulier dans le marché francophone (Québec), de ses effets sur la diversité des voix ainsi que des transformations des politiques publiques qu'ils commandent, ici comme ailleurs dans le monde.

³⁴ The Netherlands Media Authority, *A View on Media Concentration. Concentration and Diversity of the Dutch Media in 2001*, September 2002, 55 pages.

³⁵ Commission européenne, Communiqué de presse du 16 janvier 2007 (IP/07/52).

Conclusion

101. Le portrait de la propriété des médias au Québec a fait ressortir le niveau élevé de sa concentration et ce, à travers les diverses formes que prend celle-ci : propriété commune, propriété mixte et intégration verticale.
102. Cette concentration, plus élevée à certains égards qu'ailleurs au Canada en raison de l'étroitesse du marché québécois liée à sa spécificité linguistique, n'est pas sans soulever des inquiétudes quant à ses effets sur la diversité des voix et des sources d'information.
103. Or, c'est justement parce qu'il est convaincu que la diversité des voix et des sources d'information joue un grand rôle dans le maintien d'une saine vie démocratique que le MCCCCF juge nécessaire de soumettre au CRTC des recommandations visant précisément à stabiliser le niveau de la concentration des médias au Québec, à en corriger certains effets négatifs en ce qui a trait aux contenus d'information locale et à permettre une meilleure surveillance de l'évolution, dans le temps, de cette concentration des médias et de ses impacts sur la diversité des voix et des sources d'information.
104. Ces recommandations, si elles étaient retenues, ne permettraient peut-être pas de résoudre tous les problèmes occasionnés par la concentration de la propriété des médias en regard de la diversité des voix et des sources d'information mais elles se veulent des pistes de solution qui entraîneraient, de l'avis du MCCCCF, des améliorations par rapport à l'état de situation actuel.

*** Fin du document ***