

QUEEN
HE
8700.9
.C2
A8314
1985



L'AVENIR DE LA TÉLÉVISION FRANCOPHONE

Québec 

Queen
HE
3700.9
C2
A8314
1985

Industry Canada
Library Queen
JUN 16 1988
Industrie Canada
Bibliothèque Queen

①
L'AVENIR
DE LA TÉLÉVISION FRANCOPHONE

Rapport du comité fédéral-provincial
sur l'avenir de la télévision francophone

Mai 1985

Ministère des Communications
du Canada

Ministère des Communications
du Québec

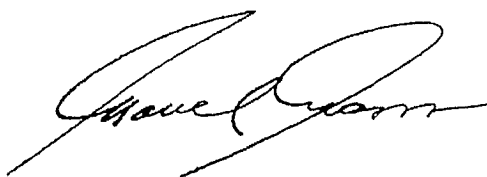
COMMUNICATIONS CANADA
MAY 27 1985
LIBRARY - BIBLIOTHÈQUE

Nous sommes heureux de rendre public le Rapport sur l'avenir de la télévision francophone.

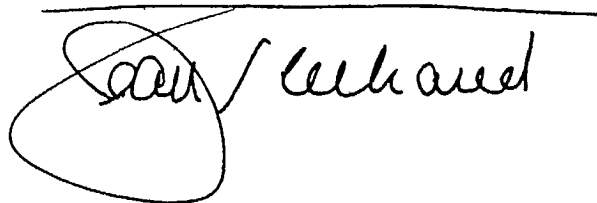
Ce document met en évidence la spécificité de la télévision francophone et propose diverses actions susceptibles d'en favoriser le développement.

Résultat du travail de représentants des gouvernements du Canada et du Québec en collaboration avec plusieurs intervenants du milieu télévisuel, ce rapport substantiel se veut l'amorce d'une fructueuse consultation.

Nous souhaitons cependant que naissent au cours de cette consultation des consensus qui puissent faire l'objet d'actions immédiates de la part de nos gouvernements.



Marcel Masse
Ministre des Communications
du Canada



Jean-François Bertrand
Ministre des Communications
du Québec

© Gouvernement du Canada
Gouvernement du Québec

Dépôt légal - 2^e trimestre 1985
Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-12096-5

TABLE DES MATIERES

Résumé	7
Introduction	13
Chapitre I Etat de la situation	17
1. L'importance de la télévision francophone au Canada	19
2. Un choix francophone limité	21
a) Un nombre restreint de services francophones	21
b) Une concurrence de plus en plus forte	24
3. Un marché étroit et contraignant	29
a) Les contraintes du marché interne	29
b) Les contraintes du marché externe	33
4. L'apport des gouvernements dans l'industrie	36
a) L'aide directe aux télévisions	36
b) Les programmes d'aide à l'industrie	39
5. Les entreprises privées de l'industrie	40
a) Les télédiffuseurs privés	40
b) Les câblodistributeurs	41
c) Les producteurs indépendants	42
Chapitre II Consultations des téléspectateurs	43
1. Les francophones du Québec	45
a) Intérêts, perceptions et reports d'écoute	45
b) Effets des nouvelles technologies	49
c) Rôle des gouvernements et culture francophone	51
d) Avenir de la télévision francophone	53
2. Les francophones hors-Québec	55
3. Commentaires sur les consultations des téléspectateurs	56
4. Commentaires sur les consultations des spécialistes	57

Chapitre III Orientations et axes de développement	59
1. Evolution et tendances actuelles	61
2. Le système télévisuel et ses acquis	62
3. Les objectifs essentiels à l'évolution du système télévisuel francophone	62
4. La principale contrainte: le financement du système	63
a) Évaluation de la demande totale de publicité pour le système télévisuel au Québec	63
b) Évaluation du marché publicitaire disponible	65
5. Les futurs possibles	68
a) Scénario A: le statu quo amélioré	69
b) Scénario B: rôle accru du secteur privé et redéfinition du secteur public	71
c) Conclusion	72
6. Accroissement de la compétitivité et de l'attrait des télévisions francophones	74
a) Aide à la création	74
b) Consolidation du contenu francophone	75
c) Recours aux producteurs indépendants	76
d) Publicité télévisée	77
e) Développement des marchés d'exportation	78
f) Disponibilité des produits étrangers récents	79
7. Augmentation de la diversité et de la disponibilité des produits francophones	80
a) Concertation entre télévisions francophones	80
b) Politique francophone du câble	81
c) Développement de services spécialisés francophones	82
d) Statut des télévisions communautaires	84
e) Accessibilité aux services francophones des communautés mal desservies	85
8. Les actions concertées des gouvernements du Canada et du Québec	87
Chapitre IV Les recommandations	89

RÉSUMÉ



RÉSUMÉ

Le Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone a été créé en décembre 1984.

Son mandat consistait à analyser la situation de la télévision francophone et à proposer aux ministres des Communications du Canada et du Québec un schéma des orientations possibles et des actions concertées à court et moyen termes.

Deux grandes caractéristiques du système télévisuel francophone ont retenu l'attention du Comité.

1. Le système télévisuel francophone possède un certain nombre d'acquis qu'il importe de conserver et de renforcer:
 - tout d'abord, l'existence d'un secteur privé relativement bien développé et rentable, jouissant d'une forte cote d'écoute;
 - l'existence d'une télévision d'Etat (Radio-Canada) diversifiée, jouissant d'une forte écoute et visant des standards de haute qualité;
 - une concurrence croissante et saine entre ces deux réseaux;
 - une forte proportion d'émissions francophones canadiennes en tête de liste des cotes d'écoute, ce qui semble constituer une des différences positives majeures avec la télévision canadienne anglophone;
 - une troisième télévision (Radio-Québec) qui développe lentement ses auditoires en tentant d'offrir une alternative plus culturelle aux programmations des deux premiers réseaux;
 - un ensemble actif de télévisions communautaires québécoises soucieuses de répondre aux besoins locaux peu atteignables par les grands réseaux;

2. Un certain nombre de problèmes de plus en plus aigus menacent la réussite relative du système actuel:
 - des reports d'écoute croissants des francophones vers les télévisions anglophones (plus de 20% des heures d'écoute des téléspectateurs francophones) ce qui semble indiquer un manque croissant d'attrait des programmations francophones, surtout chez les Québécois bilingues de plus en plus nombreux;

- une gamme sans cesse plus grande de services spécialisés câblés anglophones (musique, sports, nouvelles...) qui accentueront davantage les reports d'écoute si le système francophone télévisuel n'offre pas de contrepartie en la matière;
- un petit marché francophone qui se prête moins bien à une fragmentation rentable des auditoires pour les services spécialisés câblés;
- une volonté des gouvernements de stabiliser les dotations budgétaires aux télévisions d'Etat, étant donné l'état des finances publiques;
- une production indépendante ayant peu accès au petit écran, ce qui constitue un frein inquiétant au renouvellement créateur et à l'innovation;
- un manque de services télévisuels francophones hors-Québec et dans bon nombre de petites communautés au Québec;

C'est en tenant compte des caractéristiques propres au système télévisuel francophone que le Comité a formulé un certain nombre de recommandations susceptibles à la fois de consolider les acquis et de faire face aux problèmes nouveaux.

Dans un premier temps, le Comité recommande que le système télévisuel francophone soit reconnu comme une entité spécifique du système canadien et qu'en conséquence des politiques distinctes lui soient appliquées:

- Radio-Canada français devrait pouvoir connaître une évolution distincte de Radio-Canada anglais étant donné son importance et son impact sur le public francophone.
- Une concertation permanente sera nécessaire entre les gouvernements du Canada et du Québec pour réunir un consensus le plus large possible sur les rôles respectifs des télévisions publiques et privées dans l'évolution du système télévisuel francophone.
- Une politique francophone du câble devra à la fois protéger l'émergence de services francophones spécialisés contre l'arrivée massive de services anglophones et encourager cette émergence en permettant à ces services de bénéficier de possibilités de financement plus favorables.
- Les télévisions privées sont incitées à réinvestir davantage dans la programmation francophone.

- Les télévisions publiques sont incitées à recourir davantage à la production indépendante et les organismes publics d'aide à la production sont appelés à accroître leur aide à la création, en amont du système.
- Les télévisions publiques et privées sont incitées à se concerter afin de maximiser les auditoires et freiner les reports d'écoute vers les postes anglophones, sans pour autant cesser de se faire concurrence.
- Les télévisions communautaires québécoises veraient leur statut clarifié et leurs possibilités de financement accrues, et leur expérience utilisée pour promouvoir le développement de télévisions communautaires hors-Québec.
- Les gouvernements du Canada et du Québec devraient joindre leurs efforts pour favoriser la redistribution des signaux francophones dans les régions encore mal desservies.

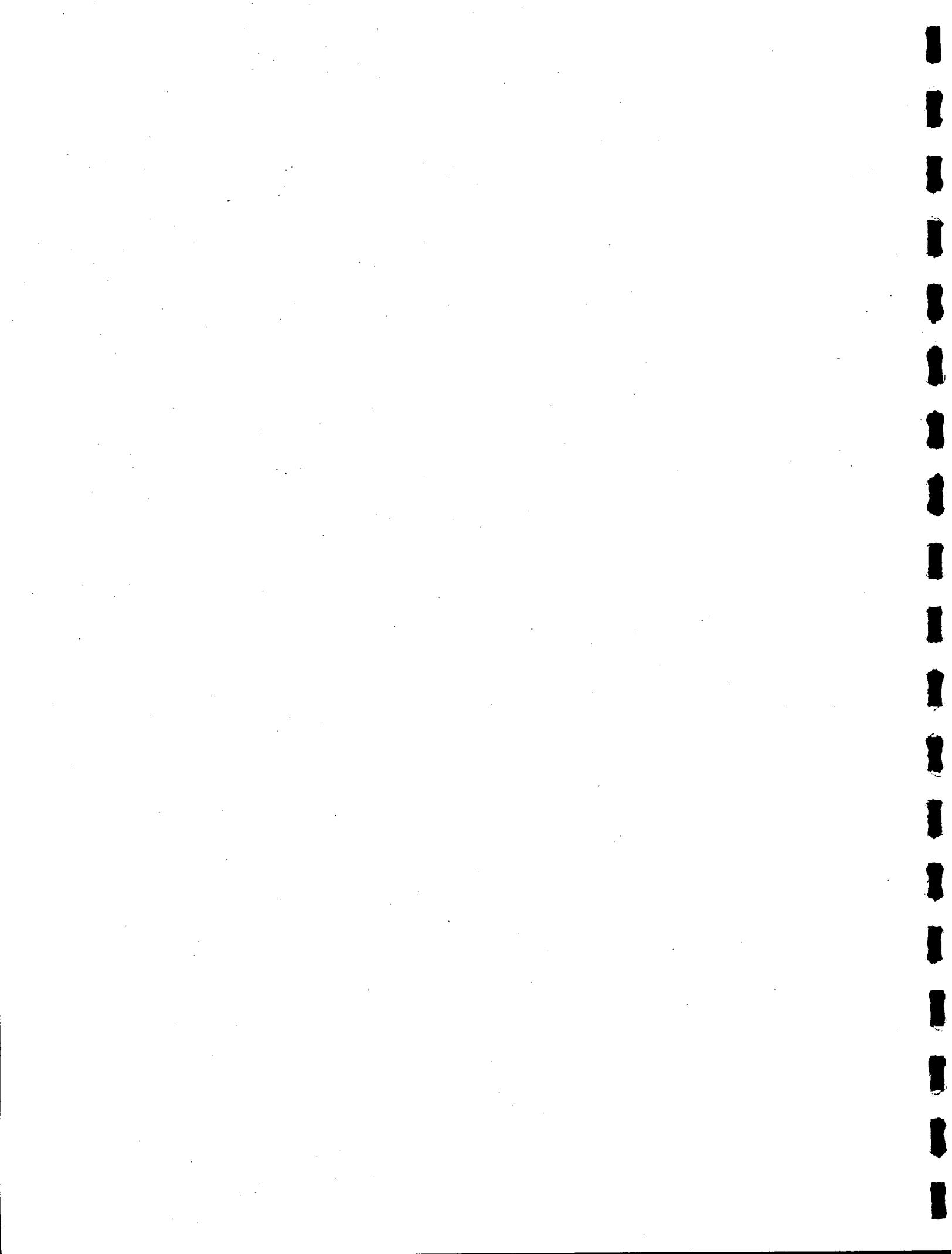
Dans un deuxième temps, le Comité recommande que les gouvernements du Canada et du Québec, dans le cadre formel d'une Entente de concertation et d'harmonisation de leurs politiques, poursuivent l'effort que le Comité a amorcé en s'attaquant à un certain nombre de problèmes que le Comité a identifiés mais dont il a seulement esquissé les solutions, et ce avec l'aide des milieux intéressés, dans le cadre d'une consultation permanente.

- Ainsi les deux gouvernements pourront unir leurs efforts dans les domaines de l'exportation et du doublage des produits télévisuels.
- Il sera également nécessaire pour les deux gouvernements d'inciter les auteurs et les télédiffuseurs à conclure des ententes viables sur les droits d'auteur en vue de l'exportation.
- Les deux gouvernements devront également tenter d'utiliser à meilleur escient les canaux parlementaires avec l'aide des télédiffuseurs et des producteurs publics et privés.
- Ils devront coordonner leur action en vue de continuer à promouvoir la redistribution des signaux francophones dans les régions mal desservies.
- Ils devront mettre au point les mécanismes pratiques permettant l'extension des télévisions communautaires hors-Québec.

- Ils devront veiller à ce que leurs organismes d'aide à la création et à la production se coordonnent et se complètent.

- Ils devront mettre au point les mécanismes permanents permettant aux téléspectateurs, télédiffuseurs, créateurs et artistes de faire connaître leurs problèmes et leurs suggestions et inversement pour les gouvernements de leur faire connaître les éléments de politique qu'ils souhaiteraient mettre en oeuvre au cours des prochaines années.

INTRODUCTION



INTRODUCTION

Conscients des difficultés particulières et croissantes auxquelles se heurte l'ensemble du système canadien de télévision francophone, compte tenu du contexte continental anglophone dans lequel il doit évoluer et compte tenu de la rapidité avec laquelle s'implantent de nouvelles technologies qui réagissent à la loi de l'offre et de la demande, les ministres des Communications du Canada et du Québec, MM. Marcel Masse et Jean-François Bertrand, ont décidé, en décembre dernier, de créer un Comité fédéral-provincial chargé d'étudier les problèmes qui confrontent la télévision francophone et de formuler des recommandations quant à son avenir.

Ce Comité, dirigé par les deux sous-ministres respectifs et composé de fonctionnaires des deux gouvernements ainsi que de consultants externes, s'est vu confier le mandat suivant:

- faire une analyse de la situation de la télévision francophone au Québec et au Canada;
- examiner et revoir les politiques, règlements et cadres législatifs des deux gouvernements;
- proposer aux ministres la perspective, ainsi qu'un schéma des orientations possibles, souhaitables et, où il y a lieu, des actions concertées à court et à moyen termes, tenant compte de l'apport du privé et du public.

Dans l'exécution de ce mandat, le Comité a senti le besoin, non seulement de se familiariser avec un certain nombre d'études déjà existantes et touchant divers aspects de la francophonie télévisuelle au Canada, mais a également pris l'initiative d'en commander une trentaine d'autres plus ponctuelles et plus spécifiques (érosion de la clientèle, exportations, publicité, câblodistribution, télévision francophone hors-Québec, évaluation du potentiel de financement publicitaire à court et à moyen termes, etc.). Il a de plus consulté nombre d'intervenants spécialisés et de téléspectateurs sélectionnés, tant au Québec qu'à l'extérieur. Les résultats de ces études et consultations seront rendus disponibles ultérieurement.

Au cours des quatre derniers mois, les membres du Comité se sont réunis au moins une fois par semaine; entre autres au moyen de conférences par satellite.

Tout en reconnaissant les imperfections, omissions ou lacunes d'un rapport aussi rapidement produit, compte tenu de l'ampleur du dossier et de la complexité

de ses aboutissements linguistiques, sociaux, culturels, géographiques, économiques, technologiques et législatifs, les membres du Comité osent espérer qu'il pourra contribuer au renforcement et à l'évolution du présent système télévisuel francophone.

C'est sous quatre principales têtes de chapitre qu'ont été groupés les différents éléments du rapport:

- état de la situation;
- consultations par le Comité;
- orientations et axes de développement;
- recommandations.

Les membres du Comité tiennent enfin à remercier bien sincèrement tous et chacun des individus, firmes, agences, associations, services gouvernementaux canadiens et québécois qui, directement ou indirectement, ont apporté leur précieuse contribution et ont rendu possible la présentation de ce rapport dans les délais prévus.

CHAPITRE I ETAT DE LA SITUATION



CHAPITRE I ETAT DE LA SITUATION

1. L'importance de la télévision francophone au Canada.

La télévision francophone joue un rôle social, économique et culturel essentiel auprès de la population francophone canadienne. Comme 98% des ménages canadiens et québécois sont équipés de téléviseurs, la télévision occupe une part très importante du temps de loisir de la population francophone: en moyenne, chaque francophone consacre plus de 20 heures par semaine au petit écran et, pour les francophones québécois, la plus grande part de cette écoute se partage entre le réseau français de Radio-Canada, celui de TVA et celui de Radio-Québec. Vingt-huit stations de télévision produisent des émissions en français au Québec et sept stations en produisent à l'extérieur du Québec (1). En outre, 89% des émissions canadiennes francophones sont réalisées au Québec et 7% de l'écoute totale des télévisions francophones provient de l'extérieur du Québec.

Notons que les francophones hors-Québec, pour leur part, ont généralement accès à Radio-Canada mais ne peuvent capter les programmations de TVA et de Radio-Québec que s'ils vivent dans une région limitrophe du Québec. Par contre, la majorité des francophones hors-Québec peuvent, techniquement, avoir accès à une partie des programmations de TVA et de Radio-Québec offerte par le service CANCOM (les Communications par satellite canadien Inc.) à condition que leur câblodistributeur la leur offre ou qu'ils se dotent d'antennes individuelles ou collectives, dans les deux cas, très coûteuses. Dans les faits, les abonnés à ce service sont très peu nombreux. Le CRTC a incité dernièrement un câblodistributeur manitobain à diffuser le canal francophone de CANCOM à ses abonnés, en grande partie francophone, et à produire des émissions communautaires de langue française.

Sur un plan économique, l'industrie de la télévision francophone génère plus de 6 000 emplois directs au Canada et assure aux artistes une part importante de leurs revenus: en 1983, 70% des cachets versés aux membres de l'Union des artistes provenaient d'activités

(1) Les stations hors-Québec sont les sept stations de base de Radio-Canada: Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Toronto, Ottawa et Moncton qui produisent 38 heures par semaine. A celles-ci, il faut ajouter TVOntario dont 17% de la programmation diffusée est francophone.

reliées à la télévision (40% de la publicité télévisée et 30% des émissions produites). A titre d'exemple, notons que le réseau français de Radio-Canada, si on ne tient compte que de la cinquantaine de téléromans qu'il a créés depuis 1953, a permis à plus d'un millier de comédiens francophones et une centaine d'auteurs de vivre de leur art en participant à ces émissions. Si on ajoute les autres réseaux et l'ensemble des émissions recourant à des artistes ou pigistes, on voit combien l'apport de la télévision francophone est vital pour les milieux créateurs. A l'extérieur du Québec, le milieu artistique se plaint généralement de l'insuffisance de production régionale qui pourrait contribuer à la création d'emplois d'artistes ou de techniciens.

Parce que les données financières concernant le réseau français de Radio-Canada ne sont pas disponibles, il est impossible d'évaluer l'impact économique global de la télévision francophone. On sait toutefois qu'en 1983, l'industrie québécoise de la télévision privée (CFCF et CKMI incluses) créait 1 600 emplois directs et 840 emplois indirects, qu'elle versait un total de 67M\$ en salaires, qu'elle avait un chiffre d'affaires annuel de 181M\$, dont 27M\$ de profits et 154M\$ de dépenses.

La télévision francophone est également un producteur et un diffuseur culturel très important. Ainsi, en 1983-1984, les trois stations francophones de Montréal (CBFT, CFTM et CIVM) produisaient 300 heures d'émissions dramatiques originales, ce qui représentait plus de 40% de la production dramatique du milieu théâtral québécois, pour la même année (1). Par ailleurs, chacune des heures dramatiques télévisées était écoutée en moyenne par 1 651 000 téléspectateurs, alors que chaque représentation théâtrale, pour sa part, attirait, en moyenne, 270 spectateurs ou 5 670 spectateurs après une vingtaine de représentations par pièce.

En 1980, seule année pour laquelle il existe une compilation exhaustive, 4 108 longs métrages différents furent mis à l'horaire par l'ensemble des stations francophones du Québec. Une partie de ces films étant diffusés simultanément par plusieurs stations, ce sont, au total, l'équivalent de près de 16 000 projections de longs métrages qui eurent lieu, à travers le Québec,

(1) En 1983-1984, le milieu théâtral québécois avait produit près de 710 heures (355 productions différentes d'une durée approximative de deux heures chacune). La production des théâtres d'été est exclue de cette compilation.

par le biais de la télévision. On peut considérer que chacune de ces diffusions a atteint un bassin potentiel de population au moins 100 fois supérieur à celui d'une salle de cinéma.

De nombreux autres contenus sont rendus accessibles par la télévision. On estime que plus de 40% de ses programmations francophones sont constituées de contenus culturels: productions dramatiques, longs métrages, spectacles, information scientifique et culturelle.

2. Un choix francophone limité

a) Un nombre restreint de services francophones

En 1985, presque tous les Québécois peuvent capter les trois réseaux francophones de télévision québécoise: Radio-Canada est, en effet, accessible à 98% de la population canadienne de langue française et TVA et Radio-Québec, à 98% de la population québécoise. Par voie hertzienne, le choix francophone, au Québec, se limite donc à ces trois réseaux.

Le développement de la câblodistribution a cependant considérablement modifié les perspectives télévisuelles au Québec. Les Québécois, pourtant, n'ont pas été attirés par le câble aussi rapidement que les autres Canadiens à cause, en partie, des barrières linguistiques inhérentes aux contenus anglophones proposés: en 1984, 48% des ménages québécois étaient abonnés à la câblodistribution comparativement à 64% des autres ménages canadiens. L'évolution en ce domaine, toutefois, est rapide, surtout depuis quelques années et une certaine forme de rattrapage est en train de se faire. Et, comme 90% des abonnés québécois au câble le sont à des réseaux leur offrant de 15 à 35 canaux, les câblodistributeurs québécois ont dû alimenter leurs réseaux en canaux susceptibles d'intéresser leurs clients. Or, du côté des services francophones, cette tâche demeure plus ardue que pour les services anglophones.

Depuis septembre 1979, la majorité des câblodistributeurs offrent TVFQ-99, un canal qui présente des émissions originales provenant des trois chaînes de télévision de France. Si, depuis son instauration, TVFQ voyait croître très doucement son impact auprès des Québécois, en 1984, l'écoute qui lui était allouée diminuait de 24% par rapport à l'année précédente.

Accessible, pourtant, à près de 50% des Québécois, TVFQ, en 1984, n'était écoutée que par 6% de la population francophone durant environ 1 heure et demie par semaine, ce qui en fait un canal dont l'impact reste marginal.

Le CRTC oblige tous les câblodistributeurs à réserver un de leurs canaux à la programmation communautaire. Si chacun des 149 réseaux de câblodistribution établis au Québec propose un canal communautaire, certaines localités ont mis sur pied des organismes de télévision communautaire (TVC), organismes qu'on ne retrouve qu'au Québec. En 1984, le MCQ identifiait 37 organismes de télévision communautaire situés majoritairement dans de petites localités, souvent mal desservies en services télévisuels. Les TVC offrent à près de 200 000 ménages, une moyenne de 16 heures par semaine de programmation locale. A nouveau, toutefois, ce service reste marginal par rapport à l'ensemble.

La télévision payante de langue française existe, au Canada, depuis 1983. Les deux entreprises détenant alors une licence du CRTC, Premier Choix et TVEC, à cause de difficultés financières, se sont, depuis, fusionnées en une seule (Super Ecran), qui ne dessert plus que l'Est du Canada. Il s'agit d'un service payant et le nombre d'abonnés, 86 000 en décembre 1984, est encore peu élevé.

Il existe aussi deux canaux parlementaires francophones diffusant, l'un les débats de l'Assemblée nationale et l'autre, ceux de la Chambre des Communes. Ces canaux relevant, le premier de l'Assemblée nationale et le second, de Radio-Canada, ne sont en ondes que s'il y a des débats à retransmettre.

Il est à noter que tous les canaux énumérés ci-haut (TVFQ, TVC, Super Ecran et canaux parlementaires) fonctionnent grâce à un support partiel ou total de fonds publics (1).

Ces canaux ne pouvaient suffire à attirer une clientèle francophone massive vers la câblodistribution. Pour cette raison, et aussi dans le but de

(1) Nous reviendrons sur cette question à la section 4 de ce chapitre.

diversifier leurs services et de les distribuer à moindre coût, certains réseaux de câblodistribution se sont regroupés en consortiums régionaux appelés réseaux Inter-Vision. Il en existe actuellement trois au Québec (Montréal, Québec, Mauricie) qui desservent, à eux seuls, plus de la moitié des abonnés au câble. Un quatrième réseau est en voie de formation dans les Cantons-de-l'Est (1). Chacun de ces réseaux offre un service de 30 canaux aux câblodistributeur membres; ces derniers conservent cependant leur autonomie et continuent à diffuser de la programmation locale (canal communautaire, par exemple).

Le Groupe Vidéotron, qui est actionnaire majoritaire des deux plus importants réseaux Inter-Vision (Montréal et Québec) assure la programmation d'une douzaine de canaux thématiques francophones distribués exclusivement par les câblodistributeur membres d'un réseau Inter-Vision: un canal d'information générale, un canal météo, un canal de petites annonces, un canal téléguide (horaire de télévision), un canal de télétexte Edimédia, un canal ethnique (à Montréal seulement), un canal pour les fonctionnaires (à Québec seulement), un canal éducatif (en collaboration avec les universités), un canal jeunesse (TVJQ), un canal sports (TVSQ), un canal axé sur l'achat de livres et de disques et un canal de jeux vidéo. Bien qu'ils soient nombreux, l'ensemble de ces canaux Inter-Vision ne récoltent que 0,3% de l'écoute totale des francophones du Québec.

Au total, donc, les câblodistributeur québécois arrivent à offrir entre 60% et 70% de leurs services en langue française. A Montréal, les abonnés de Vidéotron (à 88% francophones) ont accès à 19 canaux francophones sur un total de 31 et ceux de Cable TV (à 50% francophones), à 16 sur 28. A Québec, Câblevision Nationale offre 21 canaux en français sur 31. A Trois-Rivières, 17 sur 26 canaux offerts sont francophones et à Rivière-du-Loup, 14 sur 23.

Les canaux francophones offerts, toutefois, sont dans une large mesure des services complémentaires, communautaires ou à usage restreint et incluent plusieurs canaux alphanumériques (météo, information, etc.) qui ne sauraient se comparer aux services anglophones offerts.

(1) Une cinquième, du même type qu'Inter-Vision, existe à Grands-Fonds.

b) Une concurrence de plus en plus forte

La principale concurrence, pour la télévision francophone, lui vient des canaux de langue anglaise dont le nombre est sans cesse croissant et l'impact de plus en plus important.

Les deux réseaux canadiens-anglais, CBC et CTV sont, depuis leurs débuts, accessibles aux Montréalais, étant donné la présence, dans cette ville, de CBMT et CFCF-TV. Dans les autres régions du Québec, par contre, c'est essentiellement par le biais du câble que ces réseaux (en particulier CTV) rejoignent de nouveaux auditoires.

Quelques canaux canadiens-anglais (Global, TVOntario) peuvent également être retransmis par les câblodistributeurs dans la mesure où ils font partie de leur ordre de priorité ou par entente avec certains télédiffuseurs. Le CRTC oblige, en effet, les câblodistributeurs à respecter un ordre de priorité pour la retransmission des signaux à leurs abonnés et cet ordre de priorité ne tient pas compte de la langue de diffusion mais plutôt de l'origine des signaux (locaux, régionaux puis éloignés dans le sens d'extra-régionaux).

De plus, le CRTC vient d'autoriser les câblodistributeurs à retransmettre, sur leur volet de base ou à titre discrétionnaire, les signaux de stations canadiennes situées dans des marchés vraiment distants de leur aire de desserte. Cette "politique de ciel ouvert", envisagée pour améliorer l'accès à des signaux télévisés canadiens, ne favorise toutefois pas l'offre de signaux en français, ces derniers étant beaucoup moins nombreux que les signaux anglophones.

La télévision payante francophone, Super Ecran, a aussi une concurrente anglophone qui, comme elle, dessert l'Est du pays: First Choice. Si une petite partie des francophones choisissent de s'abonner à First Choice plutôt qu'à Super Ecran (1), en règle générale, chacune de ces télévisions payantes dessert un public différent.

(1) Chez les francophones montréalais, 9% des heures d'écoute allouées aux télévisions payantes l'étaient à First Choice plutôt qu'à Super Ecran. De plus, 22% des Québécois (anglophones inclus) abonnés à la télévision payante en décembre 1984 l'étaient à First Choice.

Depuis septembre dernier, deux canaux spécialisés canadiens-anglais, Much Music et The Sports Network (TSN) sont offerts, seuls ou en complément avec l'abonnement à l'une ou l'autre des télévisions payantes (Super Ecran ou First Choice) ou à d'autres canaux spécialisés américains. Même si la compagnie de câblodistribution Vidéotron a obtenu, pour ses abonnés (majoritairement francophones), que TSN diffuse cinq heures par mois en langue française et Much Music, éventuellement deux heures par jour, les contenus de ces deux canaux sont essentiellement en langue anglaise.

La concurrence n'est pas que canadienne-anglaise. Elle est également américaine. La proximité géographique des Etats-Unis a toujours permis que les images américaines débordent en territoire canadien par voie hertzienne. Le développement de la câblodistribution toutefois, a rendu accessibles, dans toutes les régions desservies, les quatre grands réseaux américains (NBC, CBS, ABC et PBS), ce que l'on appelle le 3+1. Dans les régions éloignées ou mal desservies du Québec, ce service 3+1 est également accessible via Cancom.

Seize services spécialisés américains, dont Cable News Network (CNN) qui est actuellement offert au Québec, ont également reçu l'autorisation du CRTC de pénétrer au Canada. Les câblodistributeur, cependant, ne peuvent leur consacrer plus de cinq canaux et doivent leur annexer au moins un service canadien. Ces canaux spécialisés sont offerts sur une base discrétionnaire à l'abonné.

On constate donc que, par le biais de la câblodistribution, les francophones québécois ont accès à au moins deux stations canadiennes-anglaises et à quatre stations américaines. Ils ont de plus la possibilité de s'abonner à la télévision payante anglophone, à deux canaux spécialisés canadiens-anglais, possiblement à d'autres canaux spécialisés américains et bientôt à certaines stations éloignées canadiennes-anglaises.

Les progrès rapides des nouvelles technologies de diffusion ont également élargi les possibilités de captation. Ainsi, actuellement, les satellites servent surtout à alimenter les systèmes locaux de câblodistribution. Mais, depuis que le gouvernement du Canada a dérèglementé la possession d'antennes paraboliques, les individus et certaines catégories d'établissements commerciaux peuvent, à l'aide de soucoupes, capter directement les signaux retransmis par satellites. Or, en mars 1985, six seulement des 25 services distribués par

des satellites canadiens dans l'Est du pays sont de langue française. De plus, les antennes paraboliques permettant également de capter directement plusieurs signaux de satellites américains. Certains distributeurs américains de canaux spécialisés commencent, toutefois, à brouiller leurs signaux pour éviter que leurs canaux ne soient captés par des non-abonnés.

Au Québec, la pénétration moins massive que dans le reste du Canada des canaux anglophones et la barrière linguistique ont fait en sorte que les francophones québécois étaient, jusqu'à récemment, considérés comme étant imperméables à l'écoute anglophone. Cependant, avec la montée du bilinguisme (25% des Québécois en 1961 et 34% en 1981) et l'importance croissante du nombre d'abonnés au câble (37% des Québécois en 1979 et 48% en 1984), l'écoute anglophone n'a cessé de marquer des points.

La part de l'écoute totale consacrée aux stations anglophones est passée, chez les francophones de Montréal, de 14% en 1976 à 28% en 1983. L'année 1984 a vu baisser la popularité des canaux anglophones puisque l'écoute qui leur était consacrée tombait à 20% à Montréal. Chez les francophones habitant dans le reste du Québec, l'écoute anglophone qui était de 6% en 1976 passait à 11% en 1983 puis tombait à 7% en 1984 (1). Par contre, à l'hiver 1985, la part de l'écoute des francophones montréalais aux stations anglophones remontait à 23% et elle se maintenait à 22% au printemps dernier. Des études estiment d'ailleurs que l'écoute des stations anglophones devraient atteindre 30% vers 1990 chez les francophones de Montréal.

(1) Il semble que les résultats des sondages de 1983 et 1984 soient exceptionnels. La faible performance des stations francophones en 1983 serait, en effet, en partie imputable à la grève de Télé-Métropole et au fait que les télévisions anglophones présentaient alors une grande quantité de mini-séries et d'émissions spéciales. A l'inverse, en 1984, Télé-Métropole, voulant reconquérir ses auditoires, offrait une programmation très concurrentielle et renouvelée tandis que les élections américaines pénalisaient les programmations anglophones. En 1984, aussi, BBM modifiait ses techniques de sondages, ce qui pourrait avoir affecté les résultats de l'automne 1984.

Notons également que durant la saison d'été, période où les programmations francophones régulières font relâche et laissent place aux reprises, l'écoute aux stations anglophones par les francophones montréalais, est encore plus élevée que lors des autres sondages: 23% en 1981, 27% en 1982, 31% en 1983 et 36% en 1984.

Au delà d'une concurrence d'ordre linguistique, il convient aussi de noter la popularité de produits télévisuels étrangers (américains surtout), même lorsqu'ils sont diffusés en langue française.

Le CRTC exige des stations de télévisions privées qu'elles diffusent 60% de contenu canadien entre 6 heures et 24 heures et 50% entre 18 et 24 heures et, des télévisions de Radio-Canada et CBC, qu'en tout temps elles diffusent 60% de contenu canadien.

Les télévisions francophones ont réussi, plus que les télévisions canadiennes-anglaises, à imposer un produit canadien populaire auprès du public: les émissions d'information et d'affaires publiques, les émissions de variétés et les dramatiques produites au Québec sont en effet, plus populaires auprès des francophones (40% de l'écoute totale des francophones québécois) que ne le sont les mêmes genres produits au Canada auprès des anglophones (15% de l'écoute totale des anglophones ontariens).

Les francophones du Québec sont ainsi, de tous les téléspectateurs canadiens, ceux qui écoutent le moins d'émissions étrangères: 45% de leur écoute, à l'automne 1983, allait à des émissions produites ailleurs qu'au Canada, en majorité des émissions de fiction (longs métrages, séries et mini-séries).

Concrètement, toutefois, il est moins coûteux pour une télévision francophone de diffuser une série américaine doublée en français (12 000\$ l'heure) qu'un téléroman (50 000\$ l'heure) ou une mini-série (120 000\$ l'heure) (1) produits au Québec alors que les résultats, en termes d'écoute, peuvent être équivalents: ainsi, à l'automne 1984, "Dynastie", "Monsieur le ministre" et "Bonheur d'occasion" avaient toutes trois des cotes d'écoute élevées et à peu près semblables. Pour cette raison, il paraît important de veiller à ce que nos télévisions continuent de trouver intéressante la production d'émissions canadiennes coûteuses.

(1) Tous ces coûts sont des coûts moyens.

Même si le maintien des auditoires aux productions canadiennes francophones est primordial, les télévisions francophones, pour demeurer compétitives dans un environnement nord-américain, doivent aussi présenter des productions étrangères récentes. Or un autre obstacle au développement du marché de la télévision francophone est occasionné par les délais prolongés (entre 2 et 6 ans) de présentation en version française de séries, mini-séries et longs métrages produits à l'étranger, principalement aux Etats-Unis, comme le montre une étude réalisée pour le ministère fédéral des Communications. Non que le doublage en soi de ce matériel généralement anglophone soit la cause principale des délais (il semble ne falloir que de 4 à 5 mois pour doubler une série de 39 demi-heures, deux fois moins lorsqu'il s'agit de téléfilms), mais essentiellement à cause de certaines législations, de certaines réalités et mentalités commerciales, acquises souvent sans protestation au cours des années et entraînant ainsi des habitudes de consommation, et aussi en raison d'attitudes concurrentielles développées par certains diffuseurs canadiens anglophones à l'endroit de leurs collègues francophones.

Enumérons rapidement les principales difficultés:

- inévitables mais tolérables délais dus aux opérations de doublage;
- en France, premier client des Américains pour les versions françaises: législation et ententes inter-syndicales protectionnistes en vertu desquelles les produits audiovisuels qui y sont présentés doivent avoir été doublés sur le territoire de la C.E.E. Le doublage à l'extérieur, au Québec par exemple dont le marché est particulièrement restreint, devient alors très coûteux;
- structures du marché domestique américain dont le Canada fait bizarrement partie tout d'un bloc, sans reconnaissance d'aucune spécificité pour sa composante francophone. Les droits exclusifs des deux premières "passes" sont alors accordés au plus offrant, généralement l'un des réseaux de langue anglaise, laissant automatiquement à la France, considérée comme marché étranger, la priorité des versions françaises;
- habitudes de consommation développées par les Canadiens d'expression française mais vivant dans un environnement nord-américain prioritairement anglo-saxon et préférant souvent "voir vite plutôt que voir en français";

- enfin, pressions occasionnelles de stations anglophones du Québec auprès de leurs réseaux négociateurs pour tirer parti de ce phénomène socio-culturel et s'appropriier ainsi une clientèle accrue de francophones bilingues.

Signalons enfin un dernier aspect de la concurrence qu'affrontent les télévisions francophones. Il s'agit de l'usage de plus en plus fréquent, que font les téléspectateurs, de magnétoscopes.

On constate que 58% des propriétaires de magnétoscopes utilisent cet appareil pour visionner des cassettes achetées ou louées. Il existe d'ailleurs plus de 700 clubs vidéos au Québec. Or, dans la mesure où les magnétoscopes servent au visionnement de longs métrages, ils sont un concurrent sérieux à la télévision payante, en particulier.

77% des propriétaires de magnétoscopes utilisent cet appareil pour enregistrer des émissions et les visionner en temps différé. Il semble que 60% d'entre eux omettent alors l'écoute de messages publicitaires ("zipping"), ce qui a pour effet de réduire l'impact de la publicité télévisée. Il semble aussi que 20% des émissions enregistrées ne soient jamais visionnées.

A moyen terme et dans la mesure où leur popularité continue de croître à un rythme rapide (1), les magnétoscopes pourraient donc devenir un concurrent sérieux aux télévisions conventionnelles et aux télévisions payantes.

3. Un marché étroit et contraignant

Quel que soit l'angle sous lequel on l'aborde, la télévision francophone se trouve toujours ramenée devant les difficultés que lui cause l'étroitesse de son marché, tant interne qu'externe.

a) Les contraintes du marché interne

Le marché canadien compte un peu plus de six millions de francophones; 97% de cette population se concentre dans l'est du pays, dont 85% au Québec, 8% en Ontario et 4% dans les Maritimes.

D'autre part, nous l'avons déjà noté, le marché de la câblodistribution est, toutes proportions gardées, moins développé au Québec que dans le reste du Canada. Le Québec compte actuellement 1 075 300 foyers câblés

(1) Chez les francophones québécois, le temps alloué aux magnétoscopes a crû de 150% entre 1983 et 1984.

et 716 966 autres foyers pourraient éventuellement s'abonner mais ne l'étaient pas, par choix, en 1984. Par ailleurs, en 1985, 20% des foyers québécois (448 000 foyers) ne peuvent toujours pas avoir accès à la câblodistribution, soit parce qu'ils vivent dans des régions éloignées à faible densité de population, soit parce que pour des raisons de topographie, les services télévisuels ne peuvent leur être retransmis par câblodistribution.

Au départ donc, tous les services francophones offerts (ou qui seraient offerts) sur une base discrétionnaire à l'abonné sont limités quant au nombre d'abonnés potentiels.

Cela est particulièrement important pour les télévisions payantes qui ne tirent de revenus que par le biais d'abonnements, le CRTC leur interdisant de diffuser de la publicité en ondes. Et, dans la mesure où même les télévisions payantes anglophones, qui peuvent puiser à même un bassin de population plus vaste, connaissent certaines difficultés à s'imposer (1), on peut imaginer l'ampleur du défi que doit relever Super Ecran. De fait, les 86 000 abonnés de Super Ecran (dont 83 000 sont Québécois) ne suffisent pas, actuellement, à l'entreprise qui aurait besoin, estime-t-on, de 120 000 abonnés pour rentabiliser son fonctionnement.

De plus, les conditions de licence de Super Ecran l'obligent à consacrer 30% de sa programmation à la distribution d'émissions canadiennes et ce, jusqu'à janvier 1986, moment où ce pourcentage doit passer à 50%. Super Ecran doit aussi consacrer annuellement 45% de ses revenus totaux et 60% de ses dépenses totales à

(1) Deux ans après la création de cinq télévisions payantes anglophones au Canada en 1983, les nombreuses difficultés financières rencontrées par chacune en obligeaient certaines à fermer leurs portes et d'autres à se partager le territoire. Aujourd'hui, First Choice couvre l'Est du Canada et Super Channel, l'Ouest. Le nombre d'abonnés à ces deux télévisions payantes, en décembre 1984, était de 471 000, ce qui ne représentait, alors, que 9% des foyers canadiens abonnés au câble.

l'investissement dans des émissions canadiennes ou à leur acquisition. Or, comme les télévisions payantes diffusent essentiellement des longs métrages et que les productions canadiennes francophones de ce type sont tout de même limitées, Super Ecran a du mal à respecter ces exigences et compte d'ailleurs demander au CRTC, d'assouplir ses normes, comme l'a fait sa contrepartie anglophone. L'ensemble des télévisions payantes canadiennes font d'ailleurs face à de sérieuses difficultés d'approvisionnement de films d'origine canadienne, ce qui contribue à en faire monter le prix.

Il n'existe actuellement aucun service spécialisé francophone, le CRTC obligeant les détenteurs de telles licences à offrir leur service sur une base discrétionnaire et à offrir une diffusion pan-canadienne. Or la première condition, comme la seconde, présentent des difficultés supplémentaires dans un contexte francophone.

Les canaux spécialisés, à cause de la nature spécifique de leurs contenus (sports, musique, information, jeunesse, santé) ne s'adressent pas forcément à tous les groupes de la population. Offerts sur un mode discrétionnaire à l'abonné, ces canaux doivent donc puiser à même un marché potentiel encore plus limité que celui de la télévision payante.

La diffusion pan-canadienne est extrêmement coûteuse pour un service francophone. A l'époque où Premier Choix/TVEC était tenue de couvrir l'ensemble du Canada, 200 personnes seulement s'y étaient abonnées dans l'Ouest. Or les frais de location de satellite, pour ces 200 abonnés s'élevaient à plus d'un million de dollars, ce qui revenait à 5 000\$ par abonné. A la demande de l'entreprise, d'ailleurs, le CRTC a suspendu, jusqu'en 1987, l'obligation pour Super Ecran de couvrir tout le Canada.

Les canaux spécialisés, contrairement aux télévisions payantes, ont le droit de diffuser de la publicité en ondes. Or, dans le cas d'un éventuel canal jeunesse au Québec, cette source possible de revenus pourrait être compromise en raison de la Loi sur la protection du consommateur qui, depuis le 30 avril 1980, interdit de faire de la publicité télévisée commerciale destinée à des enfants de moins de 13 ans. Cette loi semble avoir pour effet de diminuer les revenus publicitaires d'environ 7M\$ par année, elle a aussi entraîné une réduction du nombre d'émissions pour

enfants dans les programmations des télévisions privées du Québec (1).

Le CRTC impose également des normes de teneur canadienne aux canaux spécialisés (2) mais rien encore n'est précisé quant à l'offre de services francophones, sinon que les titulaires de licences de ces services spécialisés doivent négocier avec les câblodistributeurs qui oeuvrent dans des marchés à prédominance francophone afin d'en arriver à "un arrangement raisonnable concernant la prestation de services en français" dans ces communautés (3).

Par ailleurs, d'éventuels services spécialisés francophones pourraient aussi connaître des difficultés d'approvisionnement en contenus canadiens, en particulier dans des secteurs peu développés comme les "vidéo clips", par exemple.

L'étroitesse du marché francophone canadien pose globalement tout le problème du financement de nos télévisions. Or, les revenus, dans ce secteur, ne peuvent guère provenir que de trois sources principales:

-
- (1) A Radio-Canada, on ne diffuse plus de publicité pour enfants depuis 1975. Cette décision en est une de la Société Radio-Canada qui continue de produire et de diffuser un nombre important d'émissions pour enfants.
 - (2) A Much Music, 10% des bandes musicales vidéo diffusées chaque jour doivent être canadiennes jusqu'au 1er janvier 1987, date à laquelle elles doivent passer à 20% pour atteindre 30% à compter de 1989. L'entreprise doit aussi consacrer, chaque année, 2,4% de ses recettes brutes, mais pas moins de 100 000\$ au développement de la production de bandes musicales vidéo canadiennes. A TSN, 18% du contenu global de la programmation doit être constitué d'émissions canadiennes et 47% entre 19h30 et 22h30 jusqu'en janvier 1987, date où la proportion d'émissions canadiennes devra atteindre 35% au total et 50% en soirée. Pas moins de 70% de ses dépenses totales pour la programmation, chaque année, doivent être consacrées à l'achat d'émissions canadiennes ou à des investissements dans celles-ci.
 - (3) Avis public du CRTC 1984-81, page 9.

les fonds publics, les abonnements (dans le cas, surtout, de services discrétionnaires) (1) et la publicité.

b) Les contraintes du marché externe

Bien qu'il soit dix fois moins peuplé que la France ou la Grande-Bretagne, le Québec produit environ 300 heures d'émissions par semaine, ce qui est plus que la France qui en produit 275 ou la Grande-Bretagne qui en produit 250. Une bonne partie de ces émissions est composée de nouvelles et d'affaires publiques qui traitent de sujets locaux; un certain nombre, cependant, pourrait être vendu à l'étranger. On estime ainsi que 20% de nos produits audiovisuels (télévision et cinéma) sont exportables. La vente d'émissions de télévision québécoises, pourtant, est infime par rapport aux importations d'émissions étrangères (2).

Le Québec exporte, en effet, très peu de produits audiovisuels. Jusqu'en 1983, l'estimation la plus optimiste parlait d'une centaine d'heures par année (télévisions, cinéma, ONF) alors qu'une estimation plus réaliste se situait plutôt aux environs de 50 heures.

Depuis quelques années, cependant, de nombreux efforts sont investis, en particulier vers le marché français, pour permettre l'exportation de nos produits. Les premiers résultats commencent tout juste à se manifester.

(1) Un canal spécialisé qui serait offert sur une base universelle tirerait aussi des revenus des abonnements au câble; le prix du canal, beaucoup moins élevé que s'il est offert par abonnement, serait inclus dans le montant global de l'abonnement au câble. C'est le cas, actuellement, de TVFQ.

(2) Durant les semaines de sondage BBM de l'automne 1982, 43% des émissions présentées par TVA, 41% de celles de Radio-Canada et 34% de celles de Radio-Québec provenaient de l'étranger.

Ainsi, une clause de réciprocité a été rajoutée en 1982, dans l'entente entre la France et le Québec sur TVFQ. Cette clause oblige la France à acheter 100 heures par année d'émissions québécoises. Si, en 1983, ces 100 heures furent effectivement achetées, quelques-unes seulement furent réellement diffusées en France.

Etant donné la difficulté, pour les produits québécois, à être diffusés par les grandes chaînes françaises, une avenue plus prometteuse pour les télévisions québécoises semble être celle du marché français du câble. Or les responsables du plan-câble en France ont conclu une entente avec la firme montréalaise Tévécom/ Distribution audiovisuelle inc (1) qui a inscrit 200 heures de programmes québécois et canadiens au répertoire des 2 000 heures qui sont rassemblées comme fonds de programmation pour les futurs réseaux de câble qui s'implanteront.

Finalement, suite aux demandes répétées des ministères des Communications du Canada et du Québec, le Conseil de coopération de TV5 vient d'accepter le principe d'une participation québécoise et canadienne à la chaîne de télévision francophone TV5, diffusée par satellite en Europe et dans le nord de l'Afrique. Les partenaires actuels de ce service, qui a débuté en janvier 1984, sont les chaînes de télévision de France, de Belgique et de Suisse.

Même modestes, ces mesures paraissent essentielles. A ce jour, toutefois, elles visent surtout le marché français. D'autres marchés pourraient aussi être envisagés. Ainsi, il semble qu'il y ait un marché

(1) Les suites à l'entente entre le MCQ et Tévécom/ Distribution audiovisuelles inc, visant la commercialisation de nos productions audiovisuelles sur le marché du câble français, sont dorénavant assurées par la firme TV/MC audiovisuel Inc.

potentiel de 8 à 10 millions d'Américains intéressés par une programmation francophone en provenance du Québec.

Les marchés asiatiques et d'Amérique latine semblent aussi offrir des perspectives qui vaudraient la peine d'être explorées.

Un des obstacles importants à l'exportation de produits doublés au Québec, notamment, tient au fait que les télévisions françaises se soient engagées à n'acquiescer les droits des téléfilms, séries et feuilletons télévisés étrangers que si ces produits sont entièrement doublés sur le territoire français. La législation très protectionniste de la France, en matière de doublage, lui donne un véritable monopole pour tous les produits doublés en français, ce dont se plaint l'industrie québécoise du doublage. C'est ainsi que 86% de l'ensemble des émissions doublées en français qui furent présentées par les télévisions canadiennes en 1983-1984 avaient été doublées à l'étranger et essentiellement en France.

Un autre obstacle à une diffusion plus large de nos produits a trait à l'actuelle politique des droits d'auteur qui n'est pas encore adaptée aux nouvelles technologies.

En fait, les ayants droit exigent actuellement des redevances établies uniquement sur une base territoriale, quel que soit le canal utilisé pour diffuser leurs produits (télévision conventionnelle, canal spécialisé, télévision payante, câble, satellite) et ce, même si certains de ces canaux ne leur ouvrent que des marchés secondaires en atteignant des auditoires marginaux.

On constate aussi que les droits à payer dans le cas de reprises sont si élevés que, dans certains cas, ils découragent les télédiffuseurs à réutiliser du matériel déjà diffusé. Or, on peut supposer que, de plus en plus, le matériel francophone connaîtra de multiples diffusions (TV5, un éventuel canal de reprises, l'accroissement des exportations, etc.).

Les artistes ne tiennent pas à nuire à l'industrie qu'ils considèrent essentielle à leur survie. Cependant, ils réclament des changements qui seraient sanctionnés par une loi. Actuellement, les négociations sont difficiles parce qu'elles se font cas par cas.

Outre les questions de marchés, de doublage et de droits d'auteur, il faut signaler certains problèmes de distribution des produits télévisuels.

De plus en plus, les distributeurs privés, les sociétés publiques qui font aussi de la distribution (ONF, TVOntario, Radio-Québec) et Télé-Métropole se concertent dans leurs efforts d'exportation en se regroupant, notamment, avec TV/MC. La Société Radio-Canada, pour sa part, se charge elle-même de la distribution de ses produits; elle a créé à cet effet, en 1983, les Entreprises Radio-Canada. Or, les distributeurs privés reprochent aux Entreprises Radio-Canada de faire cavalier seul et ainsi, d'éroder le marché et de leur imposer une concurrence déloyale.

Soulignons, finalement, l'intérêt des co-productions entre télévisions canadiennes francophones et télévisions étrangères. Celles-ci sont encore peu nombreuses et ne semblent pas toujours se conclure à l'avantage des producteurs francophones dont le marché reste (et restera) toujours plus petit que le marché français, par exemple. Elles permettent toutefois d'amortir les coûts de production et garantissent une diffusion excédant les frontières du Québec.

4. L'apport des gouvernements dans l'industrie

En 1984-1985, les subventions à la télévision francophone, allouées par les différents gouvernements, se chiffraient à près de 400M\$. Ces subventions prenaient la forme soit d'une aide directe aux télévisions, soit de programmes d'aide à l'industrie en général.

a) L'aide directe aux télévisions

Environ 80% du budget de Radio-Canada provient de subventions du gouvernement fédéral. Même si les montants exacts alloués au réseau français de télévision sont difficiles à identifier, les états financiers de la Société agrégeant l'ensemble des services de Radio-Canada (radio et télévision, francophones et anglophones), on sait qu'en 1984-1985, il devait en coûter 186,4M\$ pour les 6 000 heures annuelles de programmation du réseau français et 49,6M\$ pour les 12 stations régionales de télévision

francophone (1), ce qui fait un total de 236M\$ pour les programmations francophones.

De plus, 3M\$ du budget annuel de Radio-Canada servent à défrayer les coûts de satellite pour diffuser les débats de la Chambre des Communes (en français et en anglais).

Ces coûts ont été évalués avant que ne se fassent les coupures de 75M\$ dans le budget actuel de Radio-Canada. La Société a d'ailleurs annoncé son intention d'accroître ses revenus publicitaires pour pallier ces coupures.

Notons, au sujet de Radio-Canada, que sa programmation francophone connaît une popularité dont le niveau demeure relativement stable depuis quelques années, malgré la fragmentation croissante des auditoires. En 1979, 34% des heures d'écoute de l'ensemble des Québécois allaient aux stations de Radio-Canada (affiliées incluses); en 1984, cette part était de 32%.

Près de 96% du budget de Radio-Québec provient des subventions du gouvernement du Québec. Pour l'année 1984-1985, ces subventions atteignaient le montant de 56,9M\$. Depuis un an, les responsables de Radio-Québec ont clairement indiqué que la SRQ comptait accroître la part de ses revenus autonomes, notamment en recourant davantage à la publicité.

(1) Il en coûte, en moyenne, 31 067\$ pour une heure du réseau français alors qu'une heure au réseau anglais coûterait 46 426\$. Par contre la programmation régionale francophone serait plus élevée (18 370\$ l'heure) que la programmation régionale anglophone (5 041\$ l'heure).

Radio-Québec, dont la programmation à caractère éducatif et culturel ne peut réellement se comparer aux programmations de Radio-Canada et TVA, voit tout de même croître ses auditoires, d'année en année. A l'automne 1984, ce réseau recueillait 4% de l'écoute totale des Québécois et 5% de celle des francophones, contre 1% en 1976.

La troisième télévision publique diffusant des émissions francophones est TVOntario. 17% de sa programmation est en langue française (19 heures par semaine).

Les subventions de base versées à TVOntario par le ministère ontarien des Affaires civiques et culturelles et par celui de l'Education ont totalisé 25,1 millions de dollars en 1982-1983. Ces subventions de base constituent 75% du revenu total de TVOntario pour l'année 1982-1983. Les subventions destinées à des projets spéciaux et provenant du ministère ontarien, des collèges et universités se sont élevées en 1982-1983 à 977 000\$. De plus, les fonds reçus par TVOntario en 1982-1983 pour des émissions et des projets spécifiques se sont accrus en nombre et en montant, et provenaient de ministères et d'agences du gouvernement fédéral et du gouvernement provincial. Le nombre de projets ayant ainsi bénéficié d'un financement en 1982-1983 était de vingt-quatre.

L'auditoire francophone de TVOntario est encore marginal (163 400 téléspectateurs à l'automne 1984) et on estime que 40% de ces téléspectateurs sont des francophiles de langue anglaise. Toutefois il est question qu'une section entièrement francophone se développe. A cet effet, le ministre fédéral des Communications et la ministre ontarienne des Affaires civiques et culturelles ont recommandé, en décembre dernier, que leur gouvernement respectif affecte chacun jusqu'à 3M\$ par année durant cinq ans aux dépenses d'équipement et de fonctionnement du réseau francophone de TVOntario.

Le canal servant à diffuser les débats de l'Assemblée nationale est entièrement financé par le gouvernement du Québec. En 1984-1985, des crédits de 2,3M\$ lui ont été alloués.

Notons enfin que les frais pour l'acquisition des droits de diffusion des 2 500 heures annuelles de TVFQ (2,1M\$ en 1984-1985) sont défrayés, à part égale, par les gouvernements français et québécois. De plus le gouvernement français assume les frais de repiquage des cassettes et celui du Québec, les frais de leur acquisition, de leur transport et de leur dédouanement.

b) Les programmes d'aide à l'industrie

En juillet 1983, le gouvernement fédéral a créé le fonds Téléfilm Canada dont les sommes investies en production télévisuelle (francophone et anglophone) devraient être de 254M\$ après cinq ans.

Ce fonds spécial vise à accroître le nombre et la qualité des productions télévisuelles canadiennes, susceptibles aussi d'être exportées, et à soutenir le développement d'une industrie privée de la production télévisuelle canadienne. Jusqu'à 50% du fonds est destiné à Radio-Canada et CBC.

Après une année d'existence du fonds de Téléfilm Canada, on constate que les télévisions privées, francophones, bien que nombreuses, ont peu recouru à ce fonds: 0,5% seulement des sommes investies dans les productions francophones soutenues par TFC provenaient des télévisions privées francophones. La réticence très grande des télédiffuseurs privés proviendrait, entre autres, des coûts unitaires des productions indépendantes beaucoup plus élevés que les coûts moyens des productions-maison des télédiffuseurs, à cause de la forte intégration verticale de ces télédiffuseurs.

Les critères d'éligibilité à Téléfilm Canada viennent toutefois d'être élargis et on estime, dans tous les milieux, que la participation des télévisions privées francophones devrait en être accrue.

La Société générale du cinéma (SGC) est avant tout un organisme destiné à soutenir la production cinématographique. Par ricochet, cependant, elle contribue aussi au financement de films pour la télévision. Des modifications doivent être apportées sous peu à ses programmes d'aide. En 1984-1985, on estime que 1,2M\$ ont été destinés à des émissions de télévision, soit 15% de ses budgets d'aide.

En 1978, le gouvernement du Québec a créé la SODICC (Société de développement des industries de la culture et des communications), une société de financement vouée à la création et au développement d'entreprises oeuvrant dans le domaine culturel.

L'apport essentiel de la SODICC en matière de télévision consiste en une aide à la télévision payante francophone. Aux prises avec de sérieuses difficultés financières, TVEC et Premier Choix se sont fusionnées en janvier 1984 pour devenir Super Ecran. La SODICC est alors devenue actionnaire à 30% de Super Ecran. Une somme de 3,5M\$ fut versée, dont 500 000\$ sous forme de garantie de prêt.

Le ministère des Communications du Québec, depuis 1972, offre un soutien financier aux télévisions communautaires. En 1984-1985, dans le cadre du PAMEC (Programme d'aide aux médias communautaires), 600 000\$ ont été attribués à 20 des 37 organismes de télévision communautaire qui avaient fait des demandes de subvention. On estime généralement que les subventions gouvernementales et les programmes gouvernementaux de création d'emplois constituent environ 65% des revenus des TVC et que 35% de leurs revenus proviennent de sources locales.

Le CRTC interdit la diffusion de publicité sur le canal communautaire qui est le canal utilisé par les TVC. Par ailleurs, le CRTC recommande aux câblodistributeurs, sans toutefois les y obliger, de consacrer une part de leurs revenus annuels bruts à la programmation communautaire. Pour ces raisons, les relations entre les TVC et les câblodistributeurs reposent principalement sur la bonne volonté de ces derniers en termes de programmation, d'accès au câble et de financement.

Soulignons, finalement, que les gouvernements canadien et québécois soutiennent tous deux les efforts de l'industrie dans le domaine de l'exportation (Vidéo-tron, TV/MC, TV5, Télécable 85, MIP-TV et co-productions).

5. Les entreprises privées de l'industrie

a) Les télédiffuseurs privés

En partie parce que quelques-unes des quinze stations privées francophones du Québec sont des entreprises très fortes et rentables, le portrait global qui se dégage de l'ensemble de ces entreprises est très positif: chiffre d'affaires croissant, bénéfices après impôt élevés, et ratio de solvabilité supérieur à celui des entreprises canadiennes, ce malgré une conjoncture économique difficile et un

taux d'inflation élevé. En 1983, cette industrie a un chiffre d'affaires de 181M\$, fait un profit de 32M\$, verse en salaire 52M\$ et génère une valeur ajoutée de 107M\$. Il n'en demeure pas moins que certaines entreprises sont déficitaires ou connaissent des difficultés financières.

Depuis 1979, l'industrie privée de télévision québécoise (CFCF et CKMI incluses) croît moins rapidement que celle de l'ensemble du Canada. Ainsi, de 1979 à 1983, relativement à l'ensemble de l'industrie privée de télévision canadienne, les recettes des télévisions privées francophones ont diminué de 25% à 22%; les dépenses de 24% à 22%; la valeur ajoutée de 26% à 23%; les profits de 36% à 22%; le nombre d'employés de 27% à 23%; les rémunérations de 27% à 25% en 1983.

Au Québec aussi, les dépenses en programmation sont moins importantes (66M\$ ou 36% des recettes totales en 1983) qu'au Canada (396M\$ ou 47%) alors que les frais généraux et d'administration sont plus importants (35M\$ ou 20% des recettes au Québec contre 15% au Canada) et progressent plus vite qu'au Canada (depuis 1974, une hausse de 276% contre 255%).

b) Les câblodistributeurs

La câblodistribution est régie par la Loi sur la radiodiffusion. Les câblodistributeurs sont considérés comme des entreprises de réception de radiodiffusion, ce qui équivaut à un statut de radiodiffuseur. Les câblodistributeurs sont donc partie intégrante du système canadien de radiodiffusion.

L'industrie de la câblodistribution est actuellement réglementée par le Règlement sur la télévision par câble. Un projet de nouveau règlement sur la télédistribution et la télévision par abonnement est présentement soumis à la consultation publique et le CRTC a tenu des audiences à ce sujet à la fin du mois d'avril 1985.

Plus lente à démarrer qu'en Ontario, l'industrie québécoise de la câblodistribution, depuis quelques années, rattrape le retard accumulé en accusant un taux de croissance plus rapide que celui des réseaux ontariens ou de la moyenne.

Par exemple, le chiffre d'affaires de l'industrie de la câblodistribution québécoise au cours des années 1974-1983 a quintuplé. Celui-ci est passé de 23M\$ à 117M\$, soit une croissance annuelle moyenne de 19,7%. Par contre, cette croissance chez les firmes ontariennes égalait 13,7% durant la même période de sorte que leur chiffre d'affaires atteignait 192M\$ en 1983.

Même si les entreprises de câblodistribution québécoises réalisent, globalement, moins de recettes que les firmes ontariennes (elles ont moins d'abonnés), leur tarif moyen par abonné est plus élevé qu'en Ontario.

Depuis dix ans, l'industrie de la câblodistribution, au Québec comme au Canada, a démontré des signes soutenus d'une certaine rentabilité. Cependant, l'ampleur des bénéfices d'exploitation et des bénéfices nets après impôt a été moins prononcée au Québec qu'en Ontario.

Les entreprises de câblodistribution, particulièrement celles du Québec, se sont rapidement endettées pour financer leurs dépenses en immobilisations, ce qui a provoqué une diminution des taux de rendement. Cependant, les perspectives de profits à long terme, à la suite de ces investissements, devraient être meilleures, surtout si les réseaux exploitent davantage leur marché potentiel.

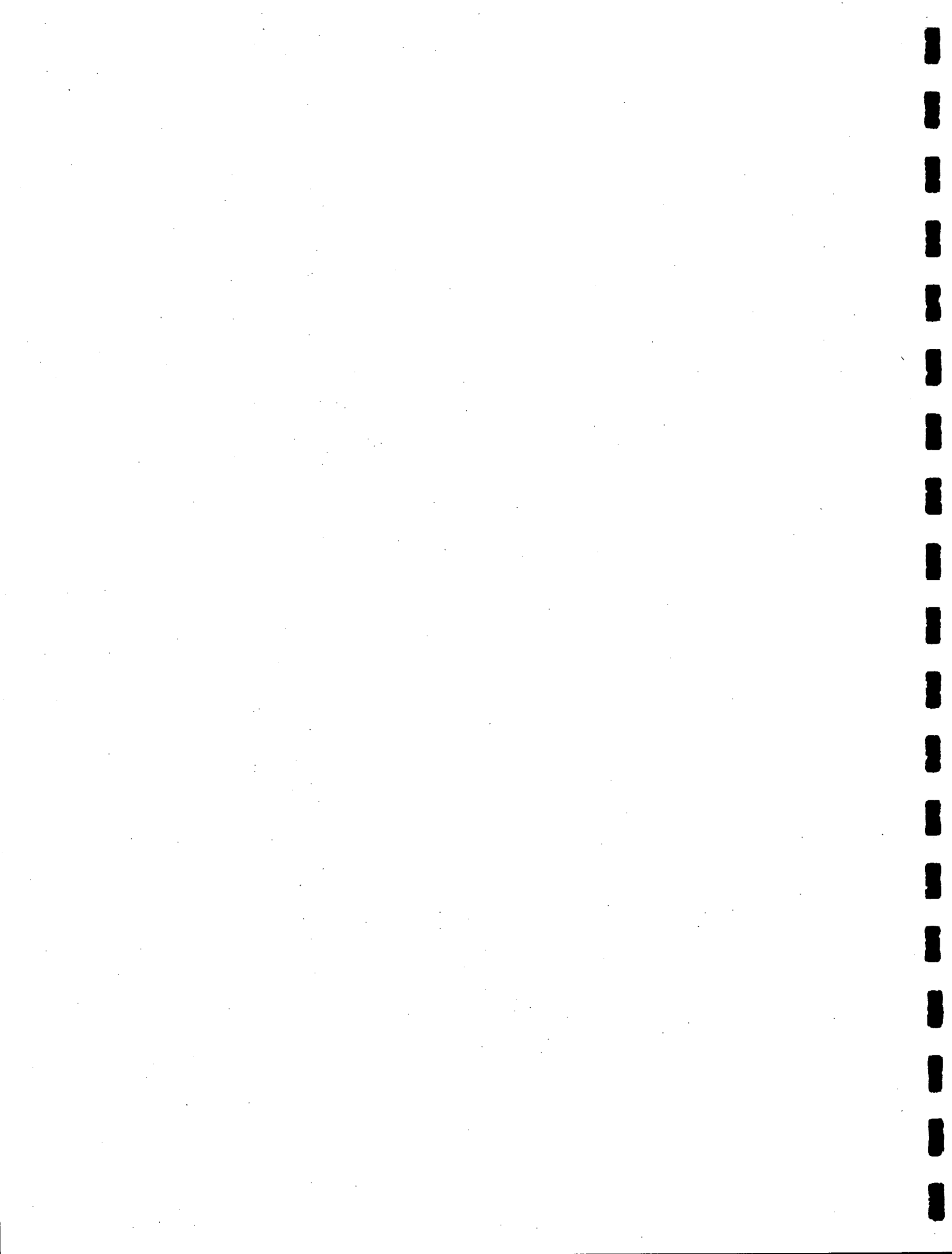
c) Les producteurs indépendants

L'industrie québécoise de la production indépendante, difficilement évaluable à cause de la nature variée et fluctuante du milieu, avait un chiffre d'affaires de 30M\$ en 1978-1979. A partir d'une évaluation sommaire on peut estimer que ce chiffre d'affaires a triplé au cours des dernières années.

Le chiffre d'affaires moyen des 138 entreprises inscrites à la SGC a augmenté de 31% entre 1982 et 1983, possiblement en raison de la mise en place du fonds de Téléfilm Canada.

Le recours, par les télévisions francophones, aux producteurs indépendants demeure encore marginal. En 1983, 18% de la programmation canadienne du réseau français de Radio-Canada provenait du secteur privé. A Télé-Métropole, la part de la programmation allouée au secteur privé était infime en 1983-1984 et à Radio-Québec, elle représentait 7,3M\$ en acquisitions et co-productions.

CHAPITRE II CONSULTATIONS DES TÉLÉSPECTATEURS



CHAPITRE II CONSULTATIONS DES TÉLÉSPECTATEURS

Le Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone a effectué de nombreuses consultations, dans le but de vérifier des hypothèses d'orientation et des axes possibles de développement.

Dans le cadre de ces consultations, il a rencontré en trois occasions plus de quarante experts en matière de télévision: chercheurs, spécialistes en infrastructures (câblodistribution), en télévision, production, distribution et représentants d'agences gouvernementales.

1. Les francophones du Québec

Le Comité a aussi organisé six rencontres avec des téléspectateurs du Québec, quatre à Montréal, une à Québec et une à Rimouski. Au total, 67 téléspectateurs, judicieusement choisis selon des critères établis par une firme spécialisée, y ont participé.

Enfin, il a rencontré des représentants d'un certain nombre de groupes de francophones de l'extérieur du Québec.

On pourra prendre connaissance du détail de ces consultations dans la série d'études qui sera rendue disponible ultérieurement. Le Comité estime toutefois important de brièvement résumer ici les principaux points qui ressortent de ses rencontres avec les téléspectateurs, tant du Québec que de l'extérieur du Québec.

La grille d'entrevue pour les consultations de téléspectateurs comprenait quatre thèmes:

- intérêts, perceptions et reports d'écoute;
- effets des nouvelles technologies;
- rôle des gouvernements et culture francophone;
- avenir de la télévision francophone.

a) Intérêts, perceptions et reports d'écoute

Les personnes rencontrées regardent la télévision pour se détendre, se changer les idées, mais aussi,

apprendre des choses nouvelles. Il apparaît que leur désir n'était pas forcément de recevoir des contenus légers et des contenus sérieux, en alternance, mais plutôt de combiner les deux à la fois. On souhaite des formats "souples et relax" qui présentent de l'information diversifiée. Des échanges autour d'une table, des discussions avec le public, des docu-drames sont des formules qui plaisent et semblent répondre à ce désir d'approfondir des thèmes sans avoir l'impression de faire des efforts trop grands. Devant la multiplicité des informations émanant de toute part, on a peur de perdre la maîtrise sur le réel. On s'attend à ce que la télévision aide à voir clair, fournisse des éléments de solutions en rapport avec des problèmes quotidiens: travail, chômage, stress, divorce, violence, etc. Par contre, on ne veut aborder ces thèmes ni dans la lourdeur, ni dans une perspective défaitiste.

De façon générale, les participants se disent assez peu satisfaits de la télévision francophone. La répartition de la programmation est critiquée: "C'est très chargé le lundi et inégal les autres jours". La programmation de la fin de semaine mécontente la plupart: "Trop de sports, pas de bons films". Quand Radio-Canada et TVA ont des grilles-horaires équivalentes, plusieurs s'estiment frustrés: "C'est la guerre pour les cotes d'écoute; il y a trop de compétition; l'un cherche à copier l'autre et ça devient inutile d'avoir autant de canaux, puisqu'ils sont semblables".

On considère aussi que la télévision francophone présente du "réchauffé" de la télévision anglophone, soit en copiant des formules américaines (quizz, spectacles), soit en présentant des séries ou mini-séries américaines, deux ou trois ans après leur sortie en version originale.

La perception que plusieurs ont de la télévision francophone se résume en une phrase-choc: "C'est québécoise". Quand on incite les gens à préciser ce qu'ils veulent dire, voici ce qu'on obtient:

- "Quand la télévision francophone copie les Américains, c'est du mauvais copiage et c'est québécoise". Des exemples ont été donnés: "Si on compare "The Price is right" et "Galaxie", les prix sont de 20 000\$ à l'un et on offre un fer à friser à l'autre".

- "Quand on fait du mauvais doublage, c'est québécoise". On cite ainsi des voix qui ne correspondent pas aux personnages, des textes mal traduits: "Une joke en anglais ne sera jamais une joke en français"; on critique fortement les traductions de "Vivre à trois" et de "Sheriff, fais-moi peur".
- "Quand le public participe à des émissions et qu'on lui fait faire des choses ridicules, c'est québécoise". On se remémore à ce propos "Les tannants".
- "Quand on essaie de faire rire et qu'on n'y arrive pas, c'est québécoise". L'émission "101 Avenue des Pins" est citée comme un exemple d'échec à cet égard.

Pour la majorité des participants, la télévision francophone est une télévision qui présente la pauvreté et "rabâche les oreilles avec la misère québécoise" ("Bonheur d'occasion", "Maria Chapdelaine", "Entre chien et loup"). C'est une télévision axée sur le passé ("Le Parc des Braves", "Le Temps d'une paix"). C'est une télévision centrée sur le noyau familial, témoignant d'une dynamique sociale restreinte et non d'horizons ouverts sur le monde. Enfin, c'est une télévision vieillissante: "Au début de la télévision, c'était des jeunes artistes et créateurs; ceux-ci sont devenus vieux et se répètent. Il faudrait renouveler le bassin de vedettes, d'animateurs et de créateurs".

A l'opposé, la télévision américaine apparaît comme une télévision véhiculant la richesse ("Dallas", "Hotel", "Dynasty"), le rêve et l'espoir ("The Price is right"). On la dit axée sur le futur: "Les horizons sont ouverts" et on lui donne la caractéristique de pensée positive. Par contre, plusieurs considèrent que le rêve américain est démesuré et nettement inaccessible pour eux. Soixante-quinze pour-cent des téléspectateurs recrutés étaient bilingues. Comme plusieurs études l'ont souligné (Caron, 1983, Beauchamp, 1982), il y a une très forte corrélation entre le bilinguisme et le transfert. Les groupes ont confirmé cette tendance. Quand on comprend l'anglais, on préfère regarder la télévision américaine, parce que c'est mieux fait et plus spectaculaire, que les environnements sont plus beaux, que les films sont plus récents, que les séries ou mini-séries sont meilleures dans leur version originale (sans traduction), que les mini-séries sont la plupart du

temps présentées de façon concertée, que les bulletins de nouvelles sont plus longs, plus détaillés et plus visuels (reportages en direct), que les animateurs de sport sont plus dynamiques, etc.

Cependant, les bilingues écoutent les émissions d'affaires publiques en français, de même que les nouvelles, parce "qu'on a besoin d'être informé sur ce qui se passe ici". Ils privilégient alors Radio-Canada. Ils affirment regarder aussi les nouvelles aux canaux canadiens-anglais, qu'ils préfèrent à celles en français, trop courtes et statiques: "On dirait qu'ils lisent le journal", et sans analyse: "On aimerait avoir des commentaires ou des explications sur les nouvelles".

Chez les francophones unilingues présents dans les groupes de consultation, on rencontre deux types de comportements: on est fidèle à la télévision francophone, parce qu'on ne comprend pas l'anglais: "On se contente de ce qu'on a". Ou encore, on écoute certaines émissions en anglais, même si on ne les comprend pas totalement (quizz, événements spéciaux), "parce que c'est plus beau et qu'on veut pratiquer son anglais". Parmi les téléspectateurs consultés, aucun n'est fidèle à une station en particulier mais environ 50% sont fidèles à des émissions, présentées à différents postes. Ceux-là se disent "attachés" à des émissions, d'une semaine à l'autre, qu'ils ne veulent pas manquer pour tout l'or au monde: téléromans, mini-séries, séries. Il y a aussi les téléspectateurs qui refusent de s'attacher, ont peur de devenir esclaves de la télévision, de ne plus "voir le monde", de n'avoir plus le temps de faire autre chose (sport, cinéma en salle, etc.). Ceux-là, quand ils regardent la télévision, choisissent plutôt une émission avec un discours fermé, où l'histoire est complète en elle-même (problématique, confrontation, résolution). Ils fuient les téléromans et mini-séries: "Quand tu en manques un, t'es fait", préfèrent les séries ("Si tu en rates deux ou trois, tu n'as rien perdu") et les films.

Les participants aux différents groupes écoutent les messages publicitaires quand ils sont bons (Pampers), collent à la réalité (la margarine) ou formulent un discours implicite (le sportif n'est

pas associé à la bière). Ils reconnaissent la nécessité de la publicité et l'acceptent très bien si elle est courte (comme la publicité de prestige). Cependant, ils en ont beaucoup à redire si elle est répétitive (le secret de la Labatt bleue), si elle interrompt le rythme des émissions et s'il y a trop de messages consécutifs à la fois. Dans ces cas, plusieurs ont tendance à passer à un autre canal. Les suggestions émises pour rendre la situation plus acceptable seraient de concentrer la publicité au début et à la fin des émissions, de baisser le volume des messages commerciaux, de confier la commandite d'une émission à un seul annonceur, de façon à enlever l'impression de brouhaha.

b) Effets des nouvelles technologies

Environ 60% des personnes rencontrées possèdent le câble et avouent que depuis, elles regardent beaucoup plus la télévision en anglais. Le comportement de "pitonnage" semble accompagner l'apparition du câblesélecteur de fréquence. Les répondants abonnés au câble considèrent qu'il y a beaucoup de répétition d'une station à l'autre et estiment qu'ils ont moins de choix réels qu'on veut bien leur laisser croire. Ceux qui ne se sont pas abonnés au câble évaluent que c'est trop cher pour leurs moyens.

Parmi les participants, au moins le quart se sont abonnés à la télévision payante et l'ont délaissée, deux ou trois mois plus tard: "C'est attrayant au début, mais ça ne dure pas". On est déçu parce que les mêmes films reviennent plusieurs fois par mois: "C'est un faux choix. Quand tu déduis ce que tu as déjà vu et ce qui se répète, il te reste 4 ou 5 films nouveaux. Aussi bien alors louer des films que tu choisis et ça coûte moins cher". Beaucoup de personnes estiment qu'il y a trop de films pornographiques et d'horreur. De plus, plusieurs ont la perception que c'est très coûteux et ne sont pas intéressés par le "package deal" qu'on leur offre. Selon certains, il n'y a pas assez d'abonnés au Québec pour justifier des services satisfaisants; on donne l'exemple de Home Box Office, aux Etats-Unis, qui compte 11 millions d'abonnés et "peut les gâter (combat de boxe en primeur ou autre), même si ça coûte 2 millions\$".

Il ne semble pas y avoir d'enthousiasme marqué pour les canaux spécialisés via le câble (Inter-Vision). Certains considèrent qu'ils n'ont aucun intérêt (50%), alors que les autres les écoutent occasionnellement. On parle du canal jeunesse (26) et du canal de sport (25): "On aime voir des jeunes ou des sportifs amateurs d'ici". Par contre, on trouve qu'il y a beaucoup de répétitions et de longueurs: "Une game de pool de deux heures et demie, c'est trop long". Quelques personnes regardent avec plaisir les documentaires, reportages et suivent Télé-Université. On ne souhaite pas avoir d'autres canaux spécialisés, qu'ils soient bilingues ou français. On ne désire pas payer davantage pour ces services.

Le magnétoscope a séduit ceux qui en possèdent et fait envie à plusieurs qui n'en ont pas encore. L'argument le plus souvent invoqué est le choix réel qu'il permet: "Tu n'écoutes pas plus la télévision qu'avant, mais tu choisis d'écouter tes émissions préférées quand tu as le temps et non quand on te l'impose". Cependant, plusieurs se font happer par le jeu: on semble enregistrer beaucoup plus d'émissions qu'on peut en écouter, on "bouffe" beaucoup de films et on n'a plus guère le temps de faire autre chose; certains ont avoué que, depuis un an, ils passent leurs fins de semaine à regarder des films, enregistrés à la télévision ou loués.

Certains pensent que le magnétoscope va "réduire le taux de divorces", car le fait d'en posséder un permet de régler des conflits entre couples: "Si je veux écouter le hockey et que ma femme veut regarder un téléroman qui passe en même temps, elle enregistre son émission et nous sommes tous les deux contents". D'autres prétendent que le magnétoscope est devenu la nouvelle garderie pour enfants: "On les installe devant le vidéo toute la journée du samedi pour être tranquille et ils ne vont plus dehors". Plusieurs ont tendance à enregistrer des "kits de bricolage et d'informatique", qu'ils consultent comme des livres de référence. On loue beaucoup de films en anglais (comédie, horreur, science-fiction), parce qu'ils sont disponibles sur le marché plus rapidement que les versions traduites. Il y a d'ailleurs plus de choix qu'en français.

Seulement deux hommes, parmi les répondants, possédaient une coupole de satellite. Ces deux personnes se sont dites enchantées de cette technologie qui rend disponible une quantité de canaux (150). Une chose les inquiète cependant, c'est l'éventualité que certaines télévisions payantes américaines brouillent les ondes pour empêcher que les Canadiens reçoivent leurs signaux; ces derniers peuvent capter la télévision payante américaine sans payer; plusieurs films y sont présentés avant même qu'ils ne soient projetés dans les cinémas d'ici. Mais il semble que ce risque n'empêche pas les "mordus" du satellite d'aimer cette technologie et de considérer que c'est l'avenir des communications.

c) Rôle des gouvernements et culture francophone

Est-on inquiet de l'avenir de la culture francophone? Deux tendances se sont manifestées à ce propos. Les groupes de Montréal manifestent une attitude résignée: "La culture américaine fait partie de notre mode de vie. On aura accès de plus en plus à des canaux américains et c'est parfait, parce que la télévision américaine a trois ans d'avance sur nous". Les groupes en province (Québec et Rimouski) expriment leur inquiétude devant "l'envahissement" de la culture américaine. Même s'ils souhaitent une ouverture sur le monde, ce que leur apporte la télévision américaine, ils réclament une télévision francophone qui parle d'eux et qui leur ressemble. Et ils expriment une grande confiance envers le potentiel de création du Québec: "On a le potentiel, on est capable. Il faut recourir aux jeunes et les encadrer sur le plan technique par des professionnels plus âgés".

Quand il s'agit de vérifier si les gouvernements du Canada et du Québec auraient un rôle précis à jouer pour le maintien de la culture francophone, encore là, deux tendances émergent.

Un nombre restreint de personnes sont "allergiques" à toute forme de contrôle de la part des gouvernements. Voici la synthèse de leur point de vue: aucun contrôle sur la diffusion des émissions américaines: "De toute façon, on aura les coupoles

de satellite bientôt, et s'ils nous coupent des canaux américains, on trouvera des façons de les avoir quand même"; aucune censure au niveau du contenu (thèmes, valeurs) et des types d'émissions; s'en remettre à la loi du marché et de la concurrence.

La majorité des personnes rencontrées (environ 90%) souhaite un contrôle éclairé de la part des gouvernements:

- maintenir et respecter les normes de contenu canadien (CRTC) dans la programmation;
- effectuer une censure au niveau du contenu, concernant la violence et la pornographie, surtout dans le cas d'émissions pour enfants ou durant les périodes d'écoute dites familiales;
- exiger qu'il y ait davantage d'émissions destinées aux jeunes de 12 à 20 ans, pour combler le vide actuel dans la programmation francophone;
- exiger que les chaînes francophones aient une programmation différente à des heures semblables (contre-programmation), pour éliminer la grille-horaire équivalente qui frustre les téléspectateurs;
- imposer des normes de qualité pour le doublage des émissions américaines: traduction des textes, langue parlée, choix des voix et "lipsync";
- s'organiser pour accélérer le processus de doublage des séries et mini-séries américaines: l'idéal souhaité serait de six mois;
- établir des normes plus strictes concernant la publicité à la télévision, soit en réduisant le nombre de messages commerciaux consécutifs, soit en exigeant de les concentrer au début et à la fin des émissions, de façon à ne pas briser le rythme de celles-ci;
- être cohérent dans la réglementation sur la publicité pour éviter la situation actuelle: interdiction pour la cigarette et autorisation pour la bière.

- exiger que les chaînes privées réinvestissent une partie plus importante de leurs profits pour augmenter et améliorer la production canadienne et québécoise.

Pour améliorer la qualité de la télévision francophone, plusieurs suggèrent que les gouvernements investissent de préférence dans la production indépendante plutôt que dans la subvention additionnelle des réseaux publics :

- subventionner des organismes qui aideraient les firmes privées de production et les individus qui ont des projets ou des idées;
- encourager les projets émanant des jeunes et qu'on encadre la démarche de ces derniers, concepteurs ou artistes, en leur fournissant un support professionnel;
- encourager les projets axés sur le présent et le futur immédiat et présentant une vision positive du réel;
- faire davantage de recherche pour identifier les goûts et les attentes des téléspectateurs francophones (thèmes, formats).

d) Avenir de la télévision francophone

Plusieurs personnes seraient en faveur d'une nouvelle chaîne privée francophone, si elles avaient la garantie que celle-ci offrirait plus de qualité. Or, on se montre très sceptique à ce sujet: "Ce sera encore de la copie de la télévision américaine. Le marché québécois est petit, le bassin de créateurs aussi. Cela va nuire aux chaînes existantes et on n'est pas assuré que le meilleur gagne".

De tous les groupes, se dégage la constante suivante: "Il vaut mieux améliorer le réseau francophone existant". Et un chemin proposé pour y arriver est de renforcer Radio-Québec, étant donné que "c'est une télévision différente, qui a déjà manifesté un souci de qualité et d'innovation et qui exprime mieux le vécu des Québécois". Pour cela, il faudrait que Radio-Québec diffuse un plus grand nombre d'émissions ("autant que les autres"),

recoure à des productions canadiennes et québécoises indépendantes, offre une programmation de qualité en fin de semaine tout particulièrement, présente des émissions diversifiées à l'intention des jeunes, des personnes âgées, des femmes qui travaillent, des individus qui veulent se renseigner sur le bricolage, l'informatique, etc. On accepterait volontiers que Radio-Québec aille chercher davantage de publicité, à condition que les émissions ne soient pas constamment interrompues par des messages commerciaux. Dans ce scénario, Radio-Québec devrait garder sa spécificité: "Pas de téléromans, pas de nouvelles, des affaires publiques comme "Droit de parole", des télé-documents sur des thèmes actuels qui préoccupent le Québec (violence faite aux femmes et aux enfants, chômage, divorce, etc.), des formats "relax" qui approfondissent des contenus tout en restant simples, des films récents et bien choisis". On estime alors que, dans ce contexte, la cote d'écoute de Radio-Québec monterait progressivement et que la télévision francophone aurait son "visage distinctif".

Par ailleurs, on souhaite aussi que Radio-Canada et TVA s'améliorent. Les attentes sont plus élevées par rapport à Radio-Canada ("Ce sont nos taxes") que par rapport au réseau privé. On suggère que Radio-Canada consacre plus d'efforts à l'information: allonger les bulletins de nouvelles et réexaminer le traitement accordé à ceux-ci; on désire plus d'analyse et d'explication sur les événements; on demande d'effectuer davantage de reportages en direct; on a le goût d'entendre aussi des bonnes nouvelles (les gens ont l'impression qu'il y a plus de 90% de mauvaises nouvelles); on sollicite qu'il y ait davantage d'émissions d'affaires publiques, comme "Le Point".

Les participants proposent que les télévisions (et particulièrement Radio-Canada) investissent moins dans la gestion et plus dans la production, indépendante ou autonome. Il y a aussi une suggestion d'améliorer les émissions du genre "talk-show", en évitant de "passer huit invités à l'heure" et en optant plutôt pour approfondir les thèmes abordés, de façon à ce "qu'on soit mieux informé". Les participants ont manifesté le désir qu'on élargisse le réservoir des vedettes: "On est tanné de voir toujours le même monde".

Enfin, on affirme que la télévision francophone doit avoir le goût du risque plutôt que de se réfugier dans les formules américaines; on doit faire confiance au potentiel québécois de création et de réalisation et recourir aux idées nouvelles: "Il y en a beaucoup mais on ne les utilise pas; on revient toujours dans les mêmes talles". On doit afficher une attitude positive: "On est capable et on a des choses intéressantes à exprimer; si on ne fait rien pour favoriser cette expression, il n'y aura plus de télévision francophone d'ici 10 ans".

2. Les francophones hors-Québec

Les représentants de groupes francophones hors-Québec ont abondé dans le même sens que les téléspectateurs québécois, relativement aux quatre thèmes de discussion. Cependant, ils ont particulièrement dénoncé les points suivants: pénurie de choix francophones pour les téléspectateurs canadiens hors-Québec, et notamment dans l'Ouest; vision québécoise de la programmation francophone disponible; insuffisance de la production destinée aux jeunes (12 à 20 ans); inexistence de l'information régionale.

Voici les suggestions qu'ont émises les représentants des groupes francophones hors-Québec:

- le CRTC devrait réglementer la câblodistribution afin de rendre accessible aux abonnés les canaux francophones déjà existants et certains canaux communautaires;
- le gouvernement fédéral devrait offrir des ressources pour aider les producteurs et les réalisateurs des communautés locales dans le cadre d'ententes bilatérales avec les grands centres;
- Radio-Canada devrait décentraliser ses budgets afin de permettre aux stations régionales de produire en fonction de leurs besoins respectifs;

- avec l'aide de CANCOM, assurer la diffusion d'émissions francophones à compter de minuit, afin que celles-ci puissent être captées à divers points de chute. On pourrait par la suite rediffuser ces émissions à la population régionale. Il s'agirait de constituer des banques d'émissions francophones et de les rendre accessibles;
- le gouvernement devrait favoriser l'aide à la création et accorder une attention particulière au secteur "jeunesse".

3. Commentaires sur les consultations des téléspectateurs

Même si on ne peut généraliser ces conclusions à l'ensemble de la population, étant donné l'échantillon restreint, il n'en demeure pas moins que la formule utilisée (plus qualitative) a permis d'approfondir des thèmes que les sondages ne peuvent qu'esquisser. Un exemple de cet énoncé concerne la satisfaction des téléspectateurs. Les sondages récents démontrent que, de façon générale, 77% des gens sont satisfaits de la télévision francophone. Or, l'approche de type "focus groups" a permis de décortiquer la satisfaction et l'insatisfaction, de façon à nuancer le jugement. Les gens sont satisfaits de la télévision particulièrement le lundi soir, mais insatisfaits de la programmation de fin de semaine et mécontents de plusieurs aspects: grille-horaire équivalente des télévisions, insuffisance des émissions d'information et traitement peu dynamique de la nouvelle, misérabilisme de certains contenus canadiens, axés sur le passé et présentant une vision sociale rétrécie, etc.

Les téléspectateurs sont à la recherche de la qualité et la trouvent beaucoup plus souvent à la télévision américaine, qui exerce sur eux un attrait irrésistible, même s'ils sont unilingues.

D'autre part, les personnes rencontrées se disent déçues des nouvelles technologies qui devaient leur apporter l'hyper-choix. On se retrouve devant une quantité de nouveaux contenus beaucoup moins grande que promise et aux prises avec des répétitions de contenus déjà visionnés. On cite les exemples du câble (beaucoup de postes, mais plusieurs sont identiques), de la télévision payante (beaucoup de films mais la majorité ont déjà été montrés) et du satellite (de plus grands choix mais beaucoup de répétitions).

Les téléspectateurs croient essentiel de donner un coup de barre pour que la télévision francophone se régénère: besoin de renouveler le bassin de créateurs et de vedettes, en faisant de la place aux jeunes et en leur fournissant un support professionnel par les spécialistes du métier; nécessité de trouver un caractère distinctif, en évitant de copier la télévision américaine et en reflétant mieux les préoccupations des francophones canadiens, de toutes les régions; importance de croire au potentiel créateur des gens d'ici et de miser sur l'innovation.

4. Commentaires sur les consultations des spécialistes

Par ailleurs, tous les spécialistes rencontrés ont reconnu l'importance d'une plus grande concertation entre les différents acteurs du système télévisuel francophone, afin de mieux lutter contre l'envahissement des produits anglophones et de produire des contenus de qualité, qui plaisent aux auditoires canadiens et puissent s'exporter plus facilement.

Même si les spécialistes font reposer leur réflexion sur une problématique économique, ils n'en retiennent pas moins les dimensions culturelles. A ce propos, ils considèrent essentiel d'adopter des politiques et des règles distinctes pour la télévision francophone, qui tiendraient compte des particularités du marché et du contexte socio-culturel. Ils souhaitent dorénavant un système télévisuel axé sur la dualité

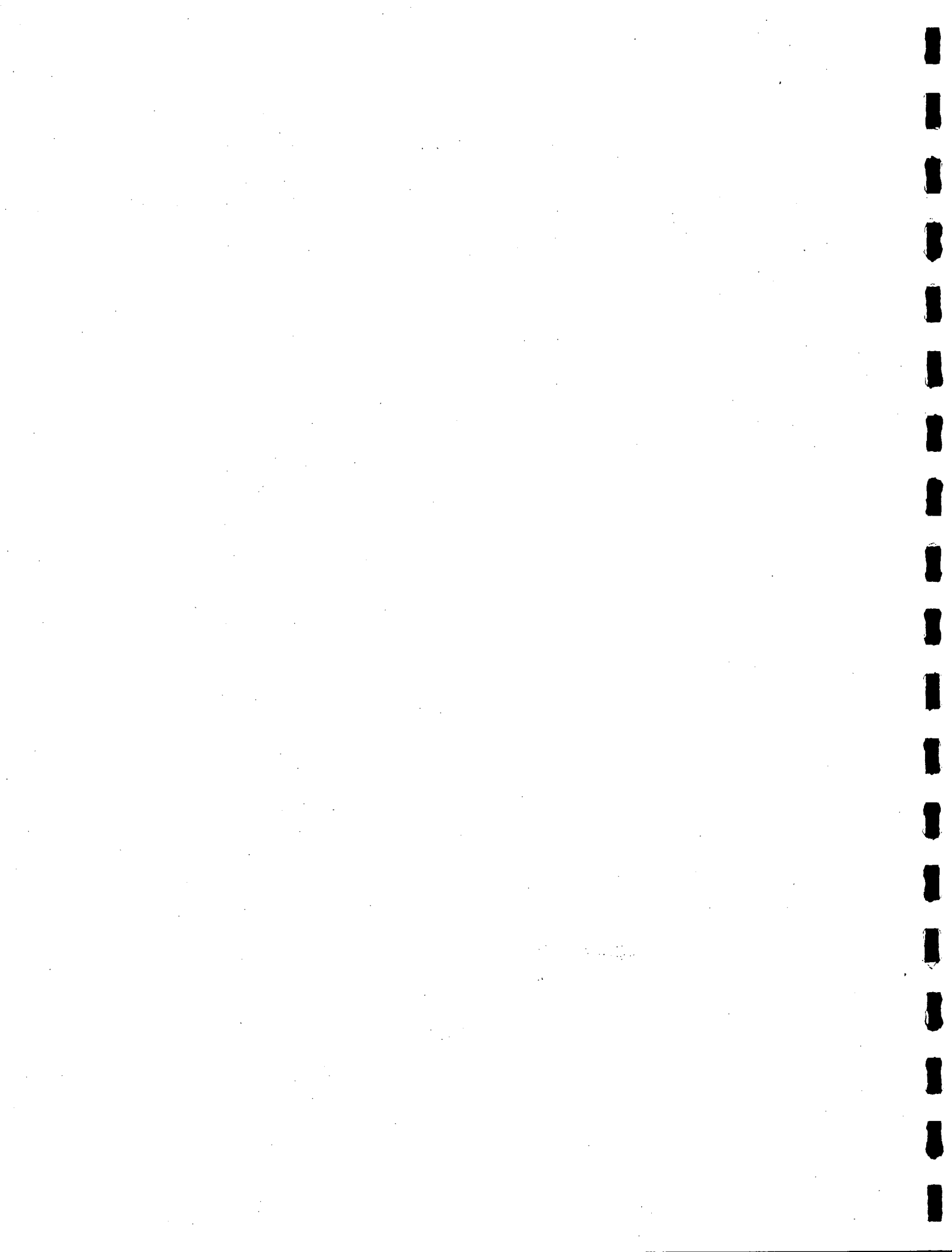
linguistique. S'il est important de protéger la culture francophone, il faut par ailleurs éviter de tomber dans le piège de la rigidité. Les spécialistes proposent une réglementation éclairée et souple, l'établissement de mesures incitatives, afin de favoriser le développement des entreprises et, de ce fait, stimuler la qualité des produits.

Les spécialistes se montrent prudents par rapport à la venue de nouveaux services francophones: comme la deuxième chaîne privée et les services spécialisés. Beaucoup craignent que, vu l'étroitesse du marché, l'assiette publicitaire ne puisse nourrir un nombre plus grand d'entreprises. Cette inquiétude s'amplifie, du fait que les télévisions publiques devront recourir davantage au financement publicitaire, étant donné le gel ou les coupures budgétaires qui leur sont infligés. Dans ce contexte, ne vaut-il pas mieux renforcer le système télévisuel existant plutôt que d'ajouter des services, dont les preuves de rentabilité sont discutables. Par contre, plusieurs estiment qu'une nouvelle chaîne francophone accroîtrait la concurrence et redynamiserait le système.

Concernant la production indépendante, tous les spécialistes consultés en reconnaissent la pertinence. Cependant, on est réticent à croire que les grandes maisons de télévision devraient abandonner sur le champ et de façon totale toute production autonome, pour la confier aux producteurs indépendants. On croit qu'il faudra implanter ces changements par étape, dans l'optique d'améliorer la qualité de la production indépendante et de rentabiliser les investissements déjà encourus par les télédiffuseurs.

L'avenir de la télévision francophone passe par la mise en oeuvre simultanée de plusieurs moyens qui doivent viser à assurer le maximum de retombées économiques: coproductions avec d'autres pays, échanges ou ventes d'émissions à des pays étrangers francophones ou non, augmentation du doublage fait au Canada, développement de la technologie, amélioration de la qualité des productions francophones.

CHAPITRE III ORIENTATIONS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT



CHAPITRE III ORIENTATIONS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

1. Evolution et tendances actuelles

Comme on l'a vu dans les pages précédentes, l'environnement télévisuel s'est fortement modifié au cours de la dernière décennie. L'expansion de la câblodistribution, l'utilisation des satellites et les possibilités de captation des signaux éloignés, la multiplication des signaux américains accessibles au Canada et les développements technologiques ayant pour base l'utilisation du téléviseur ont considérablement augmenté les choix offerts aux téléspectateurs francophones, particulièrement à ceux habitant dans les agglomérations urbaines.

Il en résulte quatre tendances qui peuvent être lourdes de conséquence:

- a) La très grande accessibilité des canaux américains et la diffusion considérable d'émissions américaines par les télédiffuseurs canadiens-anglais accroissent les choix anglophones et attirent de plus en plus les publics francophones, qu'ils soient bilingues ou non, avec, bien sûr, une incidence un peu moins grande auprès des unilingues. Cette tendance à l'augmentation des contenus télévisuels en anglais et les reports d'écoute qui en résultent ne peuvent que s'amplifier, sauf si le système télévisuel francophone s'organisait de manière à offrir une contrepartie francophone riche en qualité et en quantité.
- b) La fragmentation croissante des auditoires par type d'intérêts, d'âge ou de préoccupations socio-professionnelles exige de grands réservoirs de téléspectateurs ce que n'offre pas le petit marché francophone canadien.
- c) La multiplication des technologies et des produits télévisuels qui en dérivent coûte de plus en plus cher, tant au niveau de leur développement que de leur fonctionnement.
- d) En même temps, les capacités des gouvernements à subventionner le secteur télévisuel, comme d'autres secteurs, se voient réduites en raison de la nécessité de limiter les déficits budgétaires de plus en plus importants. Ces limites pesant sur les allocations de ressources en provenance en particulier

des gouvernements du Canada et du Québec semblent devoir forcer ces derniers à considérer des choix budgétaires les plus judicieux et à susciter la prise en charge croissante des activités télévisuelles et d'une partie de leur financement par l'entreprise privée, comme dans d'autres secteurs d'activités.

2. Le système télévisuel et ses acquis

Voici le portrait du système télévisuel qui prévaut présentement au Québec.

A) Le système francophone se résume comme suit:

- deux réseaux publics de télévision (Radio-Canada et ses affiliées privées et Radio-Québec);
- le réseau privé TVA (essentiellement Télé-Métropole et Pathonic);
- une télévision payante (Super-Ecran);
- pas de services spécialisés sur le câble (sauf les services thématiques d'Inter-Vision);
- un ensemble relativement développé de télévisions communautaires;
- un service câblé d'émissions françaises (TVFQ).

B) Des services anglophones qui s'avèrent de plus en plus disponibles avec:

- des réseaux canadiens (CBC, CTV, TVO);
- des stations américaines affiliées à CBS, NBC, ABC et PBS;
- des services canadiens et américains spécialisés sur le câble: télévision payante, musique, sports, nouvelles.

C) Les acquis à préserver au système francophone actuel sont:

- les forts auditoires pour les contenus canadiens francophones;
- la forte proportion en contenu canadien francophone des programmations en heures de pointe; ce qui lui confère une spécificité propre à l'intérieur du système canadien de radiodiffusion.

3. Les objectifs essentiels à l'évolution du système télévisuel francophone

Le contexte dans lequel évolue présentement le système télévisuel francophone et les tendances observées incitent, en plus de préserver ses acquis, à poursuivre trois objectifs essentiels à son évolution:

- accroître sa compétitivité vis-à-vis des services anglophones, notamment par le renforcement de la qualité des productions et des programmations télévisuelles francophones;
- augmenter la diversité et la disponibilité des produits télévisuels francophones, possiblement par l'introduction de nouveaux services sur le câble ou par voie hertzienne, par une utilisation optimale des canaux existants et aussi par une meilleure accessibilité aux différents services télévisuels francophones;
- renforcer le contenu culturel des télévisions publiques francophones en vue d'en faire de véritables instruments de diffusion et de production culturelles, par une utilisation maximale des diverses ressources créatrices.

4. La principale contrainte: le financement du système

Les acquis à préserver et les améliorations à apporter au système actuel dépendent de trois types de financement soit: les subventions gouvernementales, les redevances publicitaires et les divers types de redevances payées pour le câble (abonnements de base et abonnements supplémentaires).

De lourdes contraintes pèsent cependant sur ces types de financement:

- Les subventions des gouvernements du Canada et du Québec ne semblent pas devoir être augmentées.
- Les redevances d'abonnement au câble sont déjà plus élevées au Québec qu'ailleurs au Canada. Or, l'apparition de services spécialisés dépend largement de la pénétration du câble, donc de coûts d'abonnement les plus bas possibles.
- Il ne reste donc comme "marge de manoeuvre" que les revenus publicitaires.

Qu'en est-il de cette marge de manoeuvre? Est-elle suffisante pour financer toutes les améliorations jugées souhaitables?

a) Evaluation de la demande totale de publicité pour le système télévisuel au Québec

Pour évaluer le marché publicitaire en télévision au Québec, nous nous sommes appuyés sur les hypothèses suivantes:

- Les revenus publicitaires des entreprises de télévision au Québec ont atteint 195M\$ en 1982-1983, soit:
 - entreprises privées 165M\$ (1)
 - Radio-Canada 30M\$ (2)
- L'excédent de la demande par rapport à l'offre de temps d'antenne pour des fins publicitaires atteignait 25M\$ en 1982-1983 (3) pour l'ensemble du Québec.
- La demande totale de temps d'antenne croîtra, en dollars courants, de 9% en 1983-1984, de 8% en 1984-1985 et, en dollars constants, de 4% à chaque année de 1985-1986 à 1989-1990.
- Nous ne tenons aucun compte de déplacements possibles d'une partie de la masse publicitaire de la radio et de la presse écrite vers la télévision (4).
- Etant donné que nous avons estimé la demande potentielle totale de publicité plutôt que l'évolution des quantités échangées sur le marché, nous ne tiendrons pas compte de la hausse des revenus publicitaires observée généralement lorsqu'une nouvelle station fait son entrée sur le marché, puisque cette hausse est déjà incluse dans notre estimé de demande totale de publicité.

-
- (1) Statistique Canada. Radiodiffusion et télévision, catalogue 56-204; 1983.
 - (2) Estimé du Comité.
 - (3) Estimé du Comité; selon COGECO, cette variable atteignait 18M\$ pour les régions de Montréal et Québec seulement.
 - (4) Des compilations récemment effectuées par la maison Stratégem, société spécialisée dans les analyses de marchés et les stratégies média, vont dans le sens de cette hypothèse.

Voici les résultats auxquels nous parvenons :

Estimé de la demande totale de publicité aux entreprises de télévision du Québec 1982-1983 à 1989-1990 millions de \$ 1985		
Années	Demande totale	Croissance %
1982-1983	220 (1)	
1983-1984	240 (1)	9,0
1984-1985	259	8,0
1985-1986	269	4,0
1986-1987	280	4,0
1987-1988	291	4,0
1988-1989	303	4,0
1989-1990	315	4,0

b) Evaluation du marché publicitaire disponible

Deux séries d'hypothèses nous ont permis d'évaluer les fourchettes du marché publicitaire en télévision disponible au Québec: une première série d'hypothèses favorables et une deuxième série d'hypothèses plus restrictives.

Série d'hypothèses favorables

- En 1984-1985, nous supposerons que les revenus des télévisions privées existantes seront égaux à la différence entre la demande totale et les besoins exprimés par Radio-Canada, soit 204M\$.
- De 1985-1986 à 1989-1990, nous supposerons que ni Radio-Canada ni les stations privées existantes n'augmenteront leurs revenus en termes réels.

(1) Les données de 1982-1983 et 1983-1984 sont en dollars courants alors que celles des années subséquentes sont en dollars constants de 1985.

Les résultats sont les suivants :

Estimé du marché publicitaire
disponible au Québec, 1982-1983 à 1989-1990

,000,000\$ de 1985

Années	Demande totale	Revenus publicitaires de Radio-Québec	Revenus publicitaires des entrepri- ses privées existantes	Marché dispo- nible
1982-1983	220,0	30,0	165,0	25,0(3)
1983-1984	240,0	35,0 (1)	190,0 (2)	15,0(3)
1984-1985	259,0	55,0 (1)	204,0	-
1985-1986	269,0	55,0	204,0	10,0
1986-1987	280,0	55,0	204,0	21,0
1987-1988	291,0	55,0	204,0	32,0
1988-1989	303,0	55,0	204,0	44,0
1989-1990	315,0	55,0	204,0	56,0

On notera que la croissance rapide des revenus de Radio-Canada en 1984-1985 par rapport à l'année précédente a éliminé toute la marge publicitaire disponible jusqu'alors. Puis, dans les années ultérieures, le marché disponible croît progressivement pour atteindre en 1990, quelque 56M\$ en dollars de 1985.

-
- (1) Estimé du Comité.
 - (2) Etant donné que le revenu de la taxe sur la publicité dans les médias électroniques a augmenté de 15,3% de 1982-1983 à 1983-1984, nous avons supposé que les revenus publicitaires des stations privées s'étaient accrus au même rythme au cours de la même période.
 - (3) Les données de 1982-1983 et 1983-1984 sont en dollars courants alors que celles des années subséquentes sont en dollars constants de 1985.

Série d'hypothèses restrictives

- Les revenus publicitaires de Radio-Canada augmenteront, de 1984-1985 à 1989-1990, au même rythme que la demande totale, soit de 4% par année en terme réel.
- Les revenus publicitaires de Radio-Québec atteindront 10M\$ en 1989-1990, et ce en \$ de 1985 (1).
- Divers canaux spécialisés feront appel à la publicité pour un montant de 5M\$ en 1989-1990, et ce en \$ de 1985.
- Les entreprises privées existantes s'accapareront le marché restant jusqu'en 1989-1990, leurs revenus se haussant ainsi à un rythme inférieur à celui de la demande totale, soit à un peu moins de 3% par année.

Ces hypothèses nous conduisent aux résultats suivants:

Estimé du marché publicitaire disponible au Québec, 1982-1983 à 1989-1990						
00,000\$ de 1985						
Années	Demande totale	Revenus publici- taires de Radio- Canada	Revenus publici- taires des télé- visions privées existantes	Revenus publici- taires de Radio- Québec	Revenus publici- taires des canaux spécia- lisés	Marché disponi- ble
1982-1983	220,0	30,0	165,0	-	-	25,0 (2)
1983-1984	240,0	35,0	190,0	-	-	15,0 (2)
1984-1985	259,0	55,0	203,0	1,0	-	-
1985-1986	269,0	57,0	210,0	2,0	-	-
1986-1987	280,0	59,0	216,0	4,0	1,0	-
1987-1988	291,0	62,0	221,0	6,0	2,0	-
1988-1989	303,0	64,0	228,0	8,0	3,0	-
1989-1990	315,0	67,0	233,0	10,0	5,0	-

(1) Déclaration du président de Radio-Québec, 11 mars 1985.

(2) Les données de 1982-1983 et 1983-1984 sont en dollars courants alors que celles des années subséquentes sont en dollars constants de 1985.

Les deux derniers tableaux montrent que la marge de manoeuvre publicitaire en 1990 pourrait varier entre zéro et 56M\$ (en dollars de 1985).

Or, les revenus publicitaires perçus par les secteurs privé et public en 1990 par rapport à 1985 pourraient s'élever à plus de 100M\$:

- nouveau réseau privé: environ 50M\$ (1);
- nouveaux services spécialisés: au moins 5M\$;
- Radio-Québec: environ 10M\$;
- Radio-Canada: environ 12M\$;
- télévisions privées existantes: environ 30M\$.

Par conséquent, on ne peut à la fois obtenir une expansion des secteurs privé et public. Il faut donc envisager plusieurs scénarios possibles selon qu'ils mettent davantage l'accent sur le secteur privé ou davantage sur le secteur public.

5. Les futurs possibles

Quelle sorte de système télévisuel voulons-nous?

Un système attrayant, compétitif tant par la qualité que par la diversité de ses programmes, en mesure d'offrir des choix multiples et diversifiés compte tenu de son marché étroit: tel est en résumé l'essentiel de nos objectifs.

Pour les atteindre, il nous faut toutefois tenir compte:

- des tendances lourdes auxquelles est présentement soumis notre environnement télévisuel;
- des acquis du système télévisuel francophone;
- des nouveaux développements possibles comme une nouvelle chaîne privée de télévision ou des services spécialisés sur le câble;
- de la contrainte majeure que constitue le financement disponible pour l'évolution de notre système télévisuel.

Ces différents facteurs nous forcent à considérer le système télévisuel francophone comme un ensemble où chaque élément doit remplir un rôle susceptible de maintenir en équilibre son architecture fragile, constamment soumise à des changements aussi nombreux qu'importants.

(1) Selon les estimés du MCQ, de Cégir et de Cogeco.

Bien que difficiles à élaborer en raison des imprévus qui peuvent survenir, voici les scénarios réalistes mais extrêmes d'évolution du système qui semblent devoir encadrer l'avenir.

a) Scénario A: le statu quo amélioré

Dans ce scénario, le système actuel ne subit pas de modifications majeures, sauf l'introduction de services spécialisés. Par contre, pour améliorer l'efficacité du système, des réglementations plus contraignantes doivent être imposées:

i) Le mandat en ce qui a trait à la programmation de Radio-Canada est maintenu tel quel, mais cette dernière est tenue de rendre compte de sa performance de manière plus précise:

- Les budgets et états financiers sont structurés de manière à permettre l'évaluation de sa performance annuelle.
- La concurrence avec le secteur privé existant est maintenue et encouragée.
- Radio-Canada doit augmenter ses revenus publicitaires.

ii) Des obligations accrues incombent au réseau TVA, en particulier à Télé-Métropole, concernant son rôle dans le développement du système télévisuel:

- Une part accrue des profits doit être réinvestie dans la production d'émissions canadiennes francophones.
- La proportion d'émissions canadiennes de langue française en heures de pointe est augmentée.
- Le recours à la production extra-muros est fortement incité.

iii) Une responsabilité accrue incombe à Radio-Québec dans l'obtention d'auditoires plus étendus par une programmation plus attrayante nécessitant des revenus autonomes plus élevés. Le rôle de complémentarité de Radio-Québec par rapport aux deux autres chaînes devient plus important afin de renforcer sa vocation de télévision éducative et culturelle.

- iv) Des services spécialisés apparaissent sur une base universelle avec financement publicitaire.

Avantages:

- La marge de manoeuvre publicitaire existante permet aux gouvernements d'Ottawa et de Québec de ne pas avoir à augmenter leurs subventions tout en permettant à Radio-Canada et à Radio-Québec de maintenir et développer leur mandat.
- Les profits importants de Télé-Métropole permettent un réinvestissement intéressant dans l'amélioration de sa production.
- L'utilisation accrue des producteurs indépendants amène l'expansion de leur industrie.
- La marge de manoeuvre publicitaire permet d'envisager le financement complémentaire de services spécialisés sur le câble.
- L'augmentation générale de la qualité des programmes des télévisions existantes permet d'espérer un "rapatriement" de l'écoute anglophone par les francophones; voire même une augmentation de l'écoute des services francophones par les anglophones et les allophones.
- L'apparition de services spécialisés augmente la diversité et permet également d'envisager un "rapatriement" de l'écoute anglophone par les francophones.

Inconvénients:

- Le niveau des subventions à Radio-Canada et à Radio-Québec doit demeurer relativement stable pour permettre à celles-ci de conserver leurs acquis et de les développer.
- L'augmentation de l'offre d'émissions en langue française provient des canaux spécialisés du câble qui ont, sur l'écoute, un impact différent de celui des télévisions conventionnelles.
- Ce scénario exclut la naissance d'une nouvelle activité économique importante dans le secteur audiovisuel: une deuxième chaîne privée, avec ses retombées favorables sur la production télévisuelle et ses effets secondaires potentiels sur l'industrie du cinéma et sur le financement des activités artistiques.
- La réglementation et le contrôle de l'Etat s'accroissent.

- b) Scénario B: rôle accru du secteur privé et redéfinition du secteur public

Dans ce scénario, le système actuel subit des modifications majeures. Les mandats des chaînes publiques sont révisés de manière à donner le maximum de latitude au secteur privé. Voici ce qui pourrait en découler:

- i) Radio-Canada offre une programmation spécifique et diffuse des types d'émissions qui sont absents sur les chaînes privées, à savoir:
- des contenus plus culturels pour des auditoires plus précis avec possibilité de diminution de certaines émissions de divertissement;
 - l'accroissement des contenus régionaux couverts insuffisamment par le privé;

Ses sources de revenus publicitaires diminuent nettement puisque les créneaux "rentables" sont occupés principalement par les chaînes privées, de plus elle voit ses subventions se stabiliser ou diminuer. Radio-Canada diminue graduellement les activités non reliées directement à la programmation et à la diffusion. La concurrence avec le secteur privé n'est pas encouragée.

- ii) Le secteur privé occupe la grande partie du créneau des émissions de divertissement. Il fait le plein d'auditoires et de financement publicitaire.

- iii) Radio-Québec, à l'instar de Radio-Canada, se concentre sur des contenus culturels peu diffusés par le secteur privé. Ses revenus autonomes demeurent modestes étant donné le nombre d'acteurs dans le système. Elle voit ses subventions se stabiliser.

- iv) Des services spécialisés apparaissent sur une base universelle avec financement publicitaire.

Avantages:

- Une augmentation de l'offre des émissions en français.
- Une concentration des subventions gouvernementales sur des objectifs d'intérêt public.
- Ce scénario permet la naissance d'une nouvelle activité économique importante dans le secteur audiovisuel: une deuxième chaîne privée, avec ses

retombées favorables sur la production télévisuelle et ses effets secondaires potentiels sur l'industrie du cinéma et sur le financement des activités artistiques.

- Une diminution du rôle et de la responsabilité de l'Etat dans le système télévisuel.

Inconvénients:

- Radio-Canada voit diminuer sa performance auprès des auditoires de même que son financement, avec un risque de devenir une télévision de plus en plus mineure.
- La qualité du système télévisuel francophone peut se ressentir du rétrécissement du mandat de Radio-Canada dans la mesure où elle se retirerait de secteurs où elle excelle: dramatiques à large auditoire, variétés, sports, nouvelles.
- Radio-Canada occupe une partie du créneau de développement culturel de Radio-Québec.

C) Conclusion

Les deux scénarios précédents, quoique réalistes, sont des extrêmes à l'intérieur desquels les téléspectateurs, les entreprises et les gouvernements devront évoluer. Aussi, le Comité n'a pas voulu pour le moment choisir entre les deux options.

En effet, il est peut-être préférable de garder les options ouvertes de manière à pouvoir tendre plus vers l'un ou vers l'autre scénario afin de conserver les acquis et corriger les déficiences actuelles ou futures. Car ultimement, pour le téléspectateur, bénéficiaire final du système, ce qui importe n'est pas la nature publique ou privée de l'image, mais plutôt son intérêt ou son utilité.

Ainsi, dans cette optique, il pourrait être souhaitable que certaines réglementations ou politiques actuelles soient modifiées pour accroître la souplesse et la capacité d'adaptation du système ainsi que sa capacité de réponse à la demande, par exemple:

- l'élargissement du mandat de Radio-Québec et son aptitude à percevoir des revenus autonomes;

- l'autonomie complète de Radio-Canada français par rapport à Radio-Canada anglais pour accroître sa marge de manoeuvre dans une évolution qui pourrait différer de celle envisagée par Radio-Canada anglais;
- le retrait de la directive sur la propriété croisée afin de permettre aux autres médias de pénétrer dans le secteur de la radiodiffusion et de renforcer ainsi les entreprises publiques et privées avec du sang nouveau;
- l'encouragement au réinvestissement dans le secteur de la radiodiffusion afin d'éviter que les profits soient investis ailleurs;
- que le contenu canadien francophone des émissions soit non seulement réglementé en quantité mais également encouragé en qualité.

Cette souplesse désirée du système pour faire face à la concurrence externe et renforcer notre petit marché interne exigera avant tout que les gouvernements, le public téléspectateur et les entreprises se concertent fréquemment afin de déceler plus rapidement les lacunes du système, et ceci sans avoir à effectuer des choix de nature dogmatique: la petite taille du marché rend cette approche pragmatique plus facile et il serait dommage que pour une fois on ne l'exploite pas à notre avantage.

C'est pourquoi le Comité recommande que les deux gouvernements, à l'intérieur d'une Entente de concertation et d'harmonisation, telle que prévue dans l'Entente de développement Canada-Québec, créent un mécanisme de concertation permanent regroupant les différents intéressés, afin que les lacunes du système y soient analysées et discutées. Les deux gouvernements pourraient alors se servir de ce mécanisme pour apporter au système les corrections adéquates et susceptibles de renforcer l'écoute francophone et de développer notre industrie, compte tenu du rôle plus ou moins actif qu'ils voudraient y jouer.

6. Accroissement de la compétitivité et de l'attrait des télévisions francophones

Les consultations menées par le Comité ont clairement fait ressortir l'impérieuse nécessité de renforcer notre système télévisuel francophone en vue de le rendre le plus compétitif et attrayant possible face à un univers télévisuel anglophone qui séduit de plus en plus parce que disposant d'imposants moyens. A ce titre, des efforts devront donc être consentis pour intensifier l'aide à la création, consolider les contenus francophones diffusés par les stations de télévision, recourir davantage à l'ensemble des ressources créatrices existantes, étudier la possibilité d'améliorer la publicité télévisée, explorer systématiquement les diverses avenues d'exportation de nos produits télévisuels et augmenter la disponibilité des produits étrangers récents.

a) Aide à la création

La compétitivité de la télévision francophone par rapport aux télévisions anglophones passe par l'excellence des produits et la capacité unique de refléter notre culture. L'analyse de la situation actuelle révèle que jusqu'à maintenant, peu d'emphase a été portée sur l'aide à la création audiovisuelle. Il s'agit pourtant d'un stade moins coûteux que celui de la production et qui s'apparente à la Recherche et Développement indispensable au progrès de la plupart des secteurs d'activités socio-économiques. Des mécanismes spéciaux d'aide à la création s'avèrent alors essentiels, particulièrement en ce qui a trait à l'idéation, à la scénarisation et à l'expérimentation. De plus, le renouvellement des produits télévisuels passe aussi par l'apparition de nouveaux créateurs ou le perfectionnement des professionnels.

Diverses mesures peuvent être envisagées à cet égard.

Le ministre des Communications du Canada a annoncé, récemment, de nouveaux critères pour le développement d'émissions de télévision, critères qui devraient permettre un recours plus large au fonds d'aide de Téléfilm Canada. Il faudrait aussi que ce soutien accru à la création ne soit pas soumis aux mêmes exigences que l'aide à la production, puisqu'à ce

premier stade, on ne peut anticiper la rentabilité des projets et que l'obtention d'un financement privé externe est encore beaucoup moins probable. Aussi, les critères devraient être beaucoup plus généreux que ceux appliqués à l'aide à la production. De plus, Téléfilm Canada devrait accorder une attention toute particulière aux jeunes créateurs afin de leur fournir les moyens de stimuler leurs talents et l'occasion de développer leur expertise.

Enfin, il faudra s'assurer qu'une part importante du fonds soit allouée aux besoins francophones et l'état des déboursés devra être réévalué annuellement en ce qui a trait aux produits télévisuels francophones.

L'agence québécoise de soutien au milieu cinématographique, la SGC, pourrait, quant à elle, accroître son rôle dans la création télévisuelle, cette dernière étant appelée à prendre de plus en plus d'importance dans un contexte où une production audiovisuelle fait souvent carrière dans différents types de média: cinéma, télévision, vidéo-cassettes, câble, etc. Il pourrait aussi y avoir une concertation entre cette agence et celle du gouvernement fédéral, Téléfilm Canada.

Le renouvellement de la création passe aussi par l'expérimentation de nouvelles formes et de nouveaux contenus. Cette dernière se réalise cependant moins facilement dans les organisations soumises aux impératifs de l'approvisionnement de grilles horaires. Aussi, l'Office national du Film (ONF), dont la vocation de pionnier pour le cinéma est reconnue, pourrait se voir doter d'un mandat précis de centre télévisuel d'innovation et d'expérimentation et pourrait servir de structure nationale et internationale d'accueil aux créateurs francophones.

Dans un autre ordre d'idées, le rôle de l'ONF en région a fait l'objet de réévaluation ce qui a amené l'Office à considérer sérieusement la possibilité d'éliminer ses centres de production francophone à l'extérieur du Québec. Etant donné que l'ONF est souvent le principal soutien, avec Radio-Canada, à la production audiovisuelle dans ces régions, le Comité considère qu'il y va de l'intérêt de la francophonie pan-canadienne de conserver ces centres de production.

b) Consolidation du contenu francophone

A l'heure actuelle, les productions canadiennes francophones diffusées aux heures de forte écoute (dramatiques, téléromans, nouvelles et information) jouissent de cotes d'écoute élevées. C'est cet acquis qu'il importe de préserver. Or l'avenir n'apparaît pas

nécessairement aussi prometteur. En effet, les productions francophones sont en général plus coûteuses que les importations (américaines notamment). De plus, les téléspectateurs consultés demeurent très critiques envers certaines productions canadiennes francophones: contenu jugé souvent "misérabiliste", axé sur le passé, présentant une vision sociale réduite, par opposition aux contenus américains "luxueux", tournés vers l'avenir et porteurs d'espoir. Enfin, le succès des productions francophones ne peut compenser la tendance moyenne observée de glissement progressif de l'écoute francophone vers les stations anglophones.

Dans ce contexte, le Comité estime qu'il serait opportun de réévaluer la réglementation actuelle du CRTC pour ce qui touche le contenu canadien francophone. Afin de tenir davantage compte des capacités financières des stations, tout en suscitant la production canadienne francophone, le CRTC devrait étudier la possibilité d'obliger les télédiffuseurs privés francophones, par le biais des conditions de licence, à réinvestir un pourcentage de leurs revenus bruts dans la production d'origine canadienne. Cette mesure remplacerait ou accompagnerait la règle actuelle des quotas de contenu canadien.

S'il s'avérait plus efficace de remplacer la règle des quotas de contenu canadien, le CRTC devrait cependant continuer à jouer un rôle de surveillance quant à l'équilibre de l'offre de contenu canadien francophone. Le Comité considère en effet important que les télédiffuseurs continuent à offrir des productions domestiques diversifiées et une programmation équilibrée.

c) Recours aux producteurs indépendants

Tous les groupes consultés par le Comité ont reconnu l'importance du potentiel créateur de la production indépendante. Il n'y a pas cependant de consensus dans l'utilisation et l'intégration de ce potentiel par les télédiffuseurs existants. L'organisation actuelle de la production francophone est fortement associée aux télédiffuseurs. Il existe en fait trois grandes équipes intégrées de production: Radio-Canada, Télé-Métropole et Radio-Québec. Cette intégration semble obéir à un impératif de minimisation des coûts de production et on peut se demander si le petit marché francophone peut supporter d'autres producteurs viables et non intégrés à la télédiffusion, ainsi que semble l'indiquer l'analyse des premiers résultats de l'utilisation du Fonds de développement de Téléfilm Canada.

Sans aller aussi loin que de demander que les télédiffuseurs publics se départissent de leurs équipes de production, il semble souhaitable qu'une proportion croissante des budgets de programmation de Radio-Canada et de Radio-Québec soit consacrée à la production extra-muros.

Diverses mesures peuvent alors être envisagées.

Les budgets et les états financiers de Radio-Canada et de Radio-Québec devraient identifier formellement un fonds de production affecté à la production indépendante, ce qui permettrait d'en identifier la progression et la performance.

En ce qui concerne les télédiffuseurs privés, tout en reconnaissant les incitations accrues de Téléfilm Canada, on peut estimer que l'entreprise privée de télédiffusion a le choix de ses moyens de production et que sa priorité est la rentabilisation de ses investissements; on peut aussi considérer que les télédiffuseurs francophones privés devraient s'engager à offrir à l'industrie indépendante un débouché sur le petit écran. C'est pourquoi le Comité pense que le CRTC devrait examiner la possibilité que tout télédiffuseur s'engage à accorder une proportion minimale de son budget de programmation à la production extra-muros; le CRTC serait alors chargé d'élever progressivement cette proportion par conditions de licence, en tenant compte de la capacité financière de chaque télédiffuseur.

d) Publicité télévisée

Les groupes de téléspectateurs consultés par le comité ont reconnu la nécessité de la publicité télévisée et disent l'accepter très bien dans la mesure où elle est courte et bien faite. Cependant, ils ont estimé qu'elle était généralement répétitive, envahissante et dérangement et ont critiqué le grand nombre de messages consécutifs qui interrompent le rythme des émissions. Plusieurs ont admis alors avoir tendance à passer à un autre canal télévisé.

Le Comité s'est demandé s'il n'y avait pas lieu d'envisager une amélioration globale de la qualité de la télévision francophone en limitant l'interruption publicitaire de certaines émissions ou en modifiant, voire en libérant, le nombre de minutes par heure permises de publicité. Comme la publicité constitue un facteur de financement crucial non seulement pour les télédiffuseurs mais également pour les industries cinématographiques et les artisans et que, sans étude approfondie, les effets néfastes d'un tel changement sont difficilement évaluables (fuite des annonceurs, diminution du marché publicitaire global, raccourcissement des émissions, "zapping" en faveur des stations anglophones, etc.), le Comité estime qu'une telle étude devrait être effectuée en collaboration avec le CRTC et l'industrie en vue d'une possible modification de la réglementation relative à la publicité en milieu francophone.

e) Développement des marchés de l'exportation

On connaît la très faible part des exportations dans les activités et les revenus des télédiffuseurs. La situation apparaît encore plus anormale lorsqu'on compare ces chiffres à ceux des importations, américaines en particulier. Pourtant, on peut considérer les exportations comme un bon indice de performance, et en particulier de compétitivité, de nos produits télévisuels. Déjà le gouvernement du Québec, avec les producteurs indépendants, l'Office national du film et certains télédiffuseurs francophones, s'est engagé dans une opération d'exportation: vente de 200 heures de programmation canadienne francophone pour le câble en France. Les gouvernements du Canada et du Québec ont aussi travaillé à la mise sur pied d'un consortium, présentement en voie de réalisation, pour une participation canadienne et québécoise francophone au canal satellisé européen, TV5. Cette collaboration devrait s'intensifier et développer systématiquement de nouvelles avenues et, dans cette optique, le Comité suggère qu'une étude soit entreprise par Ottawa, Québec et l'industrie qui analyserait l'ensemble des modalités de la mise en marché des produits francophones et plus particulièrement:

- les possibilités d'exportation vers les pays francophones mais également vers d'autres marchés potentiels;

- l'implication du public et du privé (gouvernements, télédiffuseurs, distributeurs);
- les possibilités et le potentiel du tournage dans les deux langues et du doublage;
- les moyens de maximiser les coproductions avec l'étranger;
- l'adaptation des droits d'auteur aux nouveaux marchés audiovisuels.

f) Disponibilité des produits étrangers récents

Comme on l'a montré dans le Chapitre I, la disponibilité de produits étrangers récents et leur doublage au Québec posent des obstacles au développement de la télévision canadienne francophone.

Face à ces problèmes, le Comité ne peut qu'encourager les deux gouvernements, particulièrement celui de Canada dont la juridiction est davantage impliquée, à poursuivre les démarches amorcées pour apporter les correctifs voulus, notamment reconnaissance par les Américains du marché francophone canadien comme marché étranger et négociation d'une entente avec les Français en ce qui concerne le doublage.

Le Comité estime toutefois qu'il est également possible de sensibiliser à ces problèmes les différents intervenants au niveau de la commercialisation: producteurs-distributeurs étrangers, American Actors Equity Association, distributeurs américains représentés au Canada (Majors à Toronto et Fox à Montréal), ainsi que réseaux et stations anglophones du Canada. Certaines démarches ont d'ailleurs déjà été entreprises dans ce sens. Elles doivent se poursuivre, pendant que l'on cherche à mettre au point des formules "coop ou consortium" entre diffuseurs francophones et même possiblement entre diffuseurs francophones et anglophones (Radio-Canada et CBC le font déjà) pour se porter collectivement acquéreurs des droits sur certains produits étrangers et les exploiter conjointement dans les deux langues, simultanément ou avec des écarts minima, sur l'ensemble du territoire canadien.

C'est dans cet esprit que le Comité recommande aux deux gouvernements d'oeuvrer conjointement dans ce domaine méconnu et négligé, mais pourtant crucial pour la rétention des auditoires de la télévision francophone, particulièrement au Québec.

7. Augmentation de la diversité et de la disponibilité des produits francophones

Même si l'augmentation de la compétitivité et de l'attrait des services télévisuels existants semble constituer une priorité indéniable et confirmée par les consultations auxquelles le Comité s'est livré, il n'en demeure par moins que l'abondance croissante des services anglophones disponibles aux francophones ne laisse pas le choix et demande l'étude des contreparties francophones possibles.

Certaines existent déjà. Par exemple, pour susciter de la diversité dans notre système télévisuel, il suffirait simplement de mettre davantage en valeur nos émissions télévisées par une meilleure concertation entre les télédiffuseurs francophones en ce qui a trait à leur programmation. D'autres contreparties sont à créer et pour ce, ont besoin d'un milieu favorable à leur éclosion, d'où la nécessité d'établir une politique francophone du câble, de favoriser la création de services francophones spécialisés et d'améliorer la programmation des canaux communautaires. Enfin, il faut aussi, dans la mesure du possible, chercher à rendre accessible à tous les francophones ce qui existe déjà en matière de services télévisuels francophones.

a) Concertation entre télévisions francophones

Il est admis que les téléspectateurs choisissent de regarder des émissions plutôt que des stations. D'autre part, les études et consultations menées par le Comité montrent qu'une répartition plus judicieuse des divers types d'émissions diffusées aux mêmes heures semble avoir un effet marqué de rapatriement de l'écoute francophone alors qu'à l'inverse une certaine concurrence entre stations francophones consistant à diffuser le même type d'émission à la même heure semble globalement profiter aux stations anglophones.

Le Comité estime donc qu'il y va autant de l'intérêt des télédiffuseurs que des téléspectateurs qu'une certaine concertation des programmations, déjà amorcée, soit encouragée. Les gouvernements canadien et québécois devraient faire des demandes en ce sens à toutes les télévisions et en particulier à Radio-Canada et à Radio-Québec. De plus, cette concertation entre Radio-Canada, Radio-Québec et le futur TVO français devrait pouvoir s'étendre à d'autres projets communs, tels que les coproductions, soit purement publiques soit mixtes.

De tous les moyens envisagés pour diminuer les reports d'écoute aux stations anglophones, il semble que celui-ci soit un des plus efficace et des moins coûteux. Toutefois, il est loin d'être certain qu'il soit appliqué, étant donné l'esprit de concurrence qui règne entre télédiffuseurs francophones.

b) Politique francophone du câble

Jusqu'à présent, la câblodistribution a eu surtout comme effet (et comme attrait) de rendre accessibles les signaux anglophones éloignés, et en particulier les grandes chaînes américaines. S'ajoutent maintenant les services spécialisés anglophones (nouvelles, sports, musique) et la télévision payante. En raison de l'étroitesse du marché francophone et des ressources financières limitées des gouvernements, il faut se demander à quelles conditions des services câblés francophones peuvent offrir une contrepartie valable à la marée montante anglophone. Celle-ci nous force en effet à accroître l'offre francophone afin d'utiliser davantage les canaux du câble pour des contenus en français en vue d'éviter qu'ils ne soient entièrement accaparés par des services en anglais.

Priorité aux services en français

Le CRTC devrait donner priorité sur le câble à ce qui est déjà disponible gratuitement en français: les stations conventionnelles de télévision et les canaux thématiques développés par les câblodistributeurs eux-mêmes (Inter-Vision).

Etant donné notre environnement nord-américain, nous avons de plus en plus facilement accès à plusieurs signaux et services en anglais et il est encore possible d'en accroître le nombre en transportant certains d'entre eux plus éloignés par la voie du câble ou du satellite. La capacité technologique offerte par le câble se trouve donc de plus en plus accaparée par des contenus anglophones. Cette capacité technologique devrait demeurer accessible, par le biais d'un moratoire pour une certaine période, permettant à d'éventuels services francophones de démarrer et de s'implanter, alors que l'introduction de nouveaux signaux éloignés anglophones sur le volet du service de base serait suspendue.

Accès au câble

Il est possible que les câblodistributeurs francophones soient les entreprises les mieux placées pour développer la contrepartie francophone en matière de canaux spécialisés. Cependant, jusqu'à présent, les câblodistributeurs affirment que la production développée (via le réseau Inter-Vision) sert à suppléer à l'absence de produits francophones. Plusieurs câblodistributeurs préféreraient se consacrer uniquement au transport des contenus produits par d'autres, tout en envisageant le développement de services non programmés (vidéotext, transactions financières, etc.).

Le Comité pense qu'une des solutions à cette ambiguïté serait de modifier la Loi sur la radiodiffusion pour que le CRTC soit en mesure d'obliger les câblodistributeurs à louer des canaux aux fournisseurs de nouveaux services francophones de programmation et hors programmation (même s'il s'agit de services concurrents), et cela à des prix justes et raisonnables et sans discrimination. Les câblodistributeurs acquerraient ainsi un statut partiel d'entreprise de télécommunication ("common carrier") et conserveraient également leur statut d'entreprise de réception de radiodiffusion.

c) Développement de services spécialisés francophones

Pour pallier le manque de produits francophones disponibles sur le câble et pour restructurer les services offerts sur le câble en vue de renforcer l'offre francophone, diverses solutions sont possibles.

- Vu l'étroitesse évidente du marché francophone pour les services spécialisés, dont l'équivalent anglophone ne cesse d'augmenter, le Comité croit opportun de favoriser la création de nouveaux services spécialisés francophones dans l'Est du Canada, soit sur une base universelle, soit sur une base discrétionnaire pour le câblodistributeur, moyennant un léger supplément au tarif d'abonnement: ce supplément est déjà perçu par plusieurs câblodistributeurs québécois pour les services thématiques d'Inter-Vision et de TVFQ dont certains pourraient laisser place aux nouveaux services spécialisés. Les câblodistributeurs pourraient devenir des associés, instigateurs ou partenaires dans de tels projets. Des entreprises formées de différents intervenants seraient alors créées, entreprises qui pourraient regrouper les télédiffuseurs traditionnels, d'autres producteurs et les câblodistributeurs, afin de programmer et de produire ces services spécialisés. Il est également possible d'envisager la création d'un canal "mixte" qui diffuse différents services spécialisés par bloc horaire (jeunesse, sports, musique, etc.), et qui préfigurerait des canaux spécialisés distincts. Le Comité pense qu'à ce sujet, le CRTC devrait adapter ses règlements aux réalités et particularités du marché francophone, dans l'Est du pays et ailleurs au Canada. Le Comité estime enfin que les gouvernements devraient étudier la possibilité que les productions destinées aux services spécialisés et à la télévision payante francophone soient éligibles aux programmes d'aide gouvernementaux afin de favoriser la diffusion d'émissions canadiennes par ces services.

- En ce qui concerne la possibilité d'offrir un service spécialisé "jeunesse", la question de son financement par la publicité pose évidemment le problème de la réglementation du Québec qui restreint sérieusement cette publicité. Le Comité estime qu'il y a lieu pour le gouvernement du Québec de réexaminer ce problème à la lumière du fait que les télévisions anglophones à l'extérieur du Québec ne sont pas soumises à ce règlement et que dans ces conditions les enfants francophones regardent la publicité anglophone. L'absence de publicité a réduit considérablement le nombre de productions d'émissions pour enfants et les heures de diffusion à la télévision privée au Québec. Dans ce contexte, la création d'un canal jeunesse s'avère difficile.

- Les gouvernements du Canada et du Québec pourraient mettre à profit les résultats de l'entente sur TV5 et favoriser l'importation de ce service pour retransmission sur le territoire nord-américain. Le consortium d'entreprises importateur de ce signal pourrait rentabiliser cette activité en faisant appel au financement publicitaire. L'intérêt d'une telle opération serait d'augmenter l'offre de services francophones.
- Le Comité considère qu'un moyen d'assurer une diversité de l'offre en programmation à un coût réduit pourrait être la création d'une télévision (satellite/câble) dont la programmation serait composée de reprises des meilleures émissions des télévisions francophones, des producteurs indépendants et de l'ONF. Cette approche pourrait utiliser le temps d'antenne disponible sur les canaux parlementaires. Les gouvernements canadien et québécois pourraient travailler conjointement à réunir les différents partenaires intéressés en vue de la formation d'un consortium chargé de mettre sur pied et de gérer ces canaux, lesquels pourraient éventuellement s'autofinancer par la publicité.

d) Statut des télévisions communautaires

En vertu de la réglementation actuelle, les câblodistributeurs sont obligés de réserver un canal à des fins de programmation communautaire sur le volet de base. Cependant, les relations entre les organismes de télévisions communautaires et les câblodistributeurs reposent principalement sur la collaboration de ces derniers, en termes de programmation, d'accès au câble et de financement. Afin de clarifier cette situation, le Comité estime que trois mesures devraient être prises par le CRTC.

- Le CRTC devrait préciser, dans sa réglementation actuelle, le statut des télévisions communautaires et leur donner des responsabilités spécifiques en ce qui concerne la programmation communautaire.
- Le CRTC devrait examiner la possibilité que chaque câblodistributeur consacre un pourcentage raisonnable de ses revenus annuels bruts à la programmation communautaire.

- Le CRTC devrait de plus examiner la possibilité de permettre certains types de publicité sur le canal communautaire dans le but d'augmenter le financement des émissions de télévision locales et communautaires.

e) Accessibilité aux services francophones des communautés mal desservies

A l'extérieur du Québec

A l'heure actuelle, les communautés francophones hors-Québec se plaignent à juste titre de la pauvreté des signaux français reçus, en particulier dans l'Ouest canadien.

Le problème est de taille, puisque extensionner les services disponibles à l'Ouest ne peut être rentable. De plus, un problème logistique se pose dans la mesure où cette extension doit se faire par satellite et être captée au sol par des installations (câblodistribution en particulier) qui diffusent majoritairement des signaux anglophones. Le Comité estime qu'il appartient au gouvernement du Canada et aux gouvernements provinciaux concernés d'examiner dans quelle mesure ils pourraient contribuer à favoriser une meilleure accessibilité aux signaux transmis par satellite (ceux de CANCOM, Radio-Québec et du futur TVOntario francophone).

Dans ce cadre d'extension des services francophones hors-Québec et hors-Ontario, le problème des droits d'auteur payables par les télévisions se pose de manière aiguë. A l'heure actuelle, toute extension de services provinciaux à l'extérieur de leur territoire respectif supposerait un paiement de droits selon les cachets initiaux, ce qui rend les "exportations" hors-Québec et hors-Ontario très coûteuses.

Le Comité estime que le gouvernement fédéral devrait étudier et discuter de ce problème avec les gouvernements responsables des télévisions publiques ainsi que les provinces canadiennes qui pourraient bénéficier de l'importation de ces services.

Le CRTC devrait envisager d'obliger les câblodistributeurs à distribuer au moins deux signaux francophones dans les communautés de plus de 500 habitants dont la langue maternelle ou la langue d'usage est le français.

L'augmentation des produits francophones hors-Québec pourrait aussi être générée par les communautés francophones elles-mêmes. Ces productions pourraient ainsi mieux correspondre à leurs intérêts et préoccupations. Aussi, le Comité estime que les communautés francophones hors-Québec pourraient favoriser l'émergence d'organismes de télévision communautaire semblables à ceux qui existent au Québec et dont les émissions seraient distribuées sur les canaux communautaires des systèmes de câblodistribution.

Au Québec

Au Québec, certaines communautés mal desservies en matière de télévision ne se situent non pas tellement en territoire éloigné mais plutôt à la périphérie des grands centres. L'évolution normale de l'industrie du câble nous permet de croire à une extension des réseaux câblés vers ces communautés. Dans certains cas d'exception toutefois, une certaine aide gouvernementale pourrait être apportée à cette fin. De plus, l'interconnexion de ces nouveaux réseaux locaux aux réseaux régionaux existants de type Inter-Vision devrait être favorisée.

Par ailleurs, certaines communautés mal desservies sont situées en périphérie de petits centres urbains, dans des régions éloignées des grands centres là où les populations sont les plus dispersées (Bas St-Laurent, Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord, par exemple). Pour aider ces communautés, diverses actions devraient être entreprises par les deux gouvernements en collaboration avec les principaux intéressés:

- financer conjointement, par exemple par l'entremise de la récente entente auxiliaire Canada-Québec en matière de communication, l'établissement de certaines infrastructures, avec possibilité de participation financière des intéressés;
- interrelier les petits réseaux locaux de câble à l'intérieur d'un réseau régional de type Inter-Vision;

Par ailleurs, le Comité a identifié un certain nombre de problèmes qui entravent l'épanouissement de la télévision francophone, notamment ceux ayant trait au doublage, à la publicité, à l'exportation, aux droits d'auteur, au financement et à l'accès au petit écran de la production indépendante, à l'interdiction de la publicité pour les enfants.

Le Comité estime que ces problèmes dont il a seulement esquissé les solutions, méritent d'être approfondis au cours des prochains mois par les deux gouvernements.

De plus, ces derniers devront constamment être à l'écoute de ceux qui produisent, diffusent et utilisent les produits télévisuels francophones. Les quelques consultations que le Comité a tenues avec des groupes de téléspectateurs, de chercheurs, de câblodistributeurs et de télédiffuseurs semblent montrer la nécessité pour les deux gouvernements de fournir une structure d'accueil souple à la consultation des principaux intéressés.

C'est pourquoi le Comité estime qu'un gain important d'efficacité et de temps serait réalisé si les deux gouvernements s'entendaient sur un certain nombre de domaines dans lesquels une action concertée est souhaitable:

- création télévisuelle: il s'agit de concerter les efforts d'aide à la création via la SGC et Téléfilm Canada afin de s'assurer que ces efforts sont pleinement complémentaires.
- publicité: tout changement à la réglementation actuelle aurait de telles répercussions que seule une concertation gouvernements-industries pourrait en arriver à des solutions satisfaisantes.
- exportation: le Comité estime que la petite taille du marché francophone actuel doit être augmentée par l'exportation et les coproductions. Toute action gouvernementale dans ce secteur doit passer par les producteurs et les télédiffuseurs, voire par l'encouragement à la formation de consortium.
- droits d'auteur: ici encore, le déblocage de ce problème passe par des négociations avec les diffuseurs et les ayants droit pour en arriver à des droits d'exportation acceptables aux deux parties.

- examiner les possibilités d'interfinancement en matière de tarification du câble entre les systèmes appartenant à une même entreprise;
- permettre aux municipalités de ces régions d'obtenir une licence de radiodiffusion.

Enfin, pour ce qui est des communautés établies dans des régions très éloignées des grands centres ou fortement disséminées, la solution réside davantage dans l'amélioration des contenus francophones sur satellite.

8. Les actions concertées des gouvernements du Canada et du Québec

Il n'entrait pas dans le mandat du Comité d'examiner les juridictions respectives des gouvernements du Canada et du Québec en matière de communications, d'éducation et de culture, domaines pour lesquels la télévision francophone constitue souvent une sorte de carrefour névralgique.

A l'heure actuelle, la plus grande partie des responsabilités de financement et de réglementation de la télévision francophone est du ressort du gouvernement du Canada, avec principalement le pouvoir de réglementation et de surveillance imparti au CRTC et le pouvoir de directives d'orientations générales bientôt dévolu au ministre des Communications du Canada.

Néanmoins, des activités de financement et de réglementation sont exercées par le gouvernement du Québec, avec le financement de Radio-Québec et des producteurs québécois (par la SGC), avec la réglementation du contenu de la programmation de Radio-Québec par la Régie des services publics (RSPQ), avec diverses réglementations concernant notamment la publicité pour enfants, par le biais de la taxation (taxe de 2% sur la publicité dans les médias électroniques, taxe sur la câblodistribution), par l'entremise de la coopération France-Québec (TV5, TV/MC et TVFQ), par la participation financière à certaines entreprises (Super Ecran) et par l'aide au développement des télévisions communautaires.

- doublage: différents problèmes liés au doublage d'émissions importées ou à la difficulté de doubler pour exportation vers la France ont été identifiés. La solution à ces problèmes passe par une action concertée du Canada et du Québec auprès des télédiffuseurs et de la France.
- canaux parlementaires: si les deux gouvernements sont d'accord pour augmenter l'utilisation de ces canaux, encore faut-il asseoir à une même table les producteurs et diffuseurs intéressés à rentabiliser ces canaux.
- communautés mal desservies au Québec: de concert avec les intéressés, diverses actions pourraient être entreprises conjointement par les deux niveaux de gouvernement afin d'établir certaines infrastructures aptes à leur donner accès au plus grand nombre possible de services en français (via l'entente auxiliaire Canada-Québec).
- création de télévisions communautaires hors-Québec: les gouvernements du Canada et du Québec instaure- raient un programme de collaboration qui ferait bénéficier les communautés francophones hors-Québec de l'expertise québécoise en matière de télévision communautaire en leur assurant une assistance technique et en fournissant le financement requis.

Ces actions concertées pourront s'ajouter à celle identifiée à la section 5, paragraphe c du présent mémoire qui prévoit la conclusion d'une Entente de concertation et d'harmonisation entre les ministres des Communications du Canada et du Québec.

CHAPITRE IV RECOMMANDATIONS



CHAPITRE IV RECOMMANDATIONS

Système télévisuel francophone

Compte tenu

- de l'importance culturelle de la télévision francophone;
- du marché particulièrement restreint qu'il dessert;
- de l'importance des auditoires que suscitent les productions canadiennes francophones;
- des particularités linguistiques et culturelles;
- des contributions différentes qu'y apportent les secteurs public et privé;
- des besoins de la population francophone dans le domaine des services câblés;
- des contextes particuliers des groupes francophones de l'extérieur du Québec.

Le Comité recommande:

1. Que l'on reconnaisse la spécificité du système télévisuel francophone par rapport à l'ensemble du système canadien et que les politiques gouvernementales et les réglementations soient adaptées en conséquence.

Configuration du système télévisuel francophone

Considérant que les structures actuelles peuvent être modifiées et enrichies de diverses façons, compte tenu des objectifs poursuivis par les deux niveaux de gouvernement et des marges de manoeuvre financières limitées dont dispose le système, et ce, tout en respectant les acquis positifs actuels, particulièrement en ce qui concerne le rôle essentiel joué par Radio-Canada.

Le Comité recommande:

2. Que dans le cadre d'une Entente de concertation et d'harmonisation, les ministres des Communications du Canada et du Québec créent un mécanisme formel de concertation de tous les intéressés.

Ce mécanisme devrait permettre d'adapter les politiques télévisuelles de manière à ce que les secteurs public et privé conservent et améliorent leur potentiel de développement. Il permettrait aussi l'identification et l'analyse permanentes des

lacunes du système et des propositions d'améliorations des divers groupes intéressés afin qu'un consensus durable s'élabore graduellement sur l'évolution du système et les rôles des secteurs public et privé.

Le Comité recommande aussi:

Quant à création télévisuelle:

3. Que l'état des déboursés de Téléfilm Canada (à l'égard du "Fonds de développement d'émissions canadiennes") soit revu chaque année afin de vérifier les montants investis dans la création, la scénarisation, l'expérimentation, la production francophones et l'aide aux jeunes créateurs, afin que le gouvernement fédéral y apporte des correctifs si nécessaire.
4. Que le gouvernement du Québec examine la possibilité d'augmenter le rôle de la SGC dans la création télévisuelle, en concertation avec Téléfilm Canada.
5. Que si le mandat de l'ONF est révisé, l'on considère la possibilité de le doter d'un mandat précis de centre d'innovation et d'expérimentation pour la télévision afin de fournir une structure d'accueil nationale et internationale aux créateurs francophones.
6. Que l'intention de l'ONF d'éliminer les centres de production francophones hors-Québec soit révisée, parce que cette décision signifierait une réduction importante de la capacité de production régionale.

Quant au renforcement des contenus francophones:

7. Que le CRTC étudie les moyens susceptibles d'améliorer la qualité des émissions des télédiffuseurs privés francophones, notamment la possibilité que les télédiffuseurs privés réinvestissent un pourcentage suffisant de leurs revenus bruts dans la production canadienne francophone.

Quant à la production indépendante:

8. Que Radio-Canada et Radio-Québec considèrent la possibilité d'identifier formellement dans leur budget et états financiers un fonds de production affecté à la production indépendante, afin de permettre d'en évaluer la progression et la performance.
9. Que le CRTC examine les moyens d'encourager les télédiffuseurs privés à accorder une proportion minimale de leur budget de programmation à la production extra-muros, et que cette proportion soit élevée progressivement.

Quant à la publicité en milieu francophone:

10. Qu'une étude gouvernements-industries soit effectuée en vue d'une possible modification à la réglementation actuelle ou aux pratiques relativement à la durée de la publicité à la télévision, à l'interruption des émissions et aux autres aspects connexes.

Quant aux marchés d'exportation:

11. Qu'une étude complète financée par les gouvernements et l'industrie analyse l'ensemble des questions relatives à l'exportation: les marchés potentiels, l'implication du public et du privé, le tournage dans les deux langues, le doublage, la coproduction et les droits d'auteur.
12. Que les gouvernements du Canada et du Québec négocient avec la France une entente permettant l'accès au marché français des produits télévisuels doublés au Québec.

Quant à la disponibilité d'émissions étrangères récentes:

13. Que les gouvernements du Canada et du Québec augmentent leurs efforts afin de faire reconnaître la dualité des marchés (francophone-anglophone) au Canada en ce qui a trait à la disponibilité d'émissions américaines récentes dans les deux marchés en même temps.

Quant à la concertation entre les télévisions francophones en matière de programmation:

14. Que les gouvernements du Canada et du Québec encouragent les télévisions francophones, et en particulier les télévisions publiques, à se concerter régulièrement afin d'assurer une répartition plus judicieuse des divers types d'émissions diffusées aux mêmes heures en vue d'améliorer la diversité de l'offre et de maintenir l'écoute francophone.
15. Que les gouvernements encouragent les télédiffuseurs publics à accroître le nombre de projets communs en y associant au besoin les producteurs indépendants.

Quant à une politique francophone du câble:

16. Qu'au Québec et dans les marchés francophones, le CRTC donne priorité sur le câble à tous les signaux en français qui sont disponibles gratuitement et à tous les services spécialisés francophones par rapport à leurs équivalents d'une autre langue.
17. Qu'un moratoire soit décrété sur la retransmission de tout nouveau signal de station de télévision anglophone éloignée sur le volet de service de base des câblodistributeurs québécois.
18. Que le CRTC examine la possibilité que les câblodistributeurs puissent être tenus de louer des canaux aux fournisseurs de nouveaux services francophones de programmation.

Quant aux services spécialisés:

19. Que le CRTC favorise la création de services spécialisés francophones dans l'Est du Canada, dont le financement serait assuré par la publicité et un léger supplément au tarif d'abonnement au service de base.
20. Que les gouvernements du Canada et du Québec examinent la possibilité d'autoriser les organismes de soutien à financer les productions canadiennes francophones destinées aux services spécialisés et à la télévision payante.

21. Que le gouvernement du Québec étudie la possibilité de modifier la loi du Québec qui restreint sérieusement la publicité pour enfants, afin de favoriser l'émergence d'un service spécialisé "jeunesse" rentable et afin d'augmenter le nombre de productions pour enfants à la télévision au Québec.
22. Que les gouvernements du Canada et du Québec, en collaboration avec les entreprises concernées, prévoit l'introduction du signal de TV5 au Canada.
23. Que soit étudiée la possibilité de créer un service utilisant les temps d'antenne disponibles des canaux parlementaires, dont la programmation serait composée de reprises des meilleures émissions des télévisions francophones, des producteurs indépendants et de l'ONF, dans le but d'assurer une diversité de l'offre en programmation à un coût réduit.

Quant aux télévisions communautaires :

24. Que dans le domaine des télévisions communautaires, le CRTC:
 - précise dans sa réglementation actuelle, le statut des télévisions communautaires et leur donne des responsabilités spécifiques en ce qui concerne la programmation communautaire;
 - examine la possibilité que chaque câblodistributeur consacre un pourcentage raisonnable de ses revenus annuels bruts à la programmation communautaire;
 - examine la possibilité de permettre certains types de publicité sur le canal communautaire dans le but d'augmenter le financement des émissions de télévision locales et communautaires.

Quant à une plus grande accessibilité pour les régions mal desservies :

25. Que le CRTC envisage d'obliger les câblodistributeurs hors-Québec à distribuer au moins deux signaux de langue française dans les communautés de plus de 500 habitants dont la langue maternelle ou la langue d'usage sont le français.

26. Que dans le cadre de l'extension des services francophones à l'ensemble du territoire canadien, les gouvernements fédéral et provinciaux s'entendent sur la meilleure façon de fournir des services additionnels aux francophones et sur la question des droits d'auteur supplémentaires à payer.
27. Qu'en ce qui concerne certaines communautés québécoises mal desservies, l'on envisage l'établissement de certaines infrastructures de redistribution par divers moyens, dont la récente Entente Canada-Québec en matière de communications.
28. Que les gouvernements examinent la possibilité de permettre aux municipalités de ces régions d'obtenir une licence de radiodiffusion.

Quant à la concertation Canada-Québec:

29. Que dans le cadre de l'Entente de concertation et d'harmonisation entre les ministres des Communications du Canada et du Québec, telle que prévue à la recommandation no 2, des actions concertées telles que figurant ci-dessous soient amorcées:
 - la concertation des organismes d'aide à la création;
 - les modifications possible dans la publicité télévisuelle;
 - l'exportation des produits télévisuels;
 - l'amélioration des ententes sur les droits d'auteur relativement aux exportations;
 - le doublage des émissions étrangères en français et l'exportation des émissions doublées au Québec;
 - l'utilisation optimale des canaux parlementaires;
 - l'extension de la redistribution des signaux dans les régions mal desservies au Québec;
 - l'aide aux communautés francophones hors-Québec pour la création de télévisions communautaires.

REPORT ON THE FUTURE OF FRENCH-LANGUAGE TELEVISION

SUMMARY

The Federal-Provincial Committee on the Future of French-Language Television was created in December 1984 with a mandate to examine the French-language television situation and submit to the Communications Ministers of Canada and Quebec an outline of possible trends and concerted short- and medium-term actions.

The Committee paid particular attention to two major characteristics of the French-language television system.

1. The French-language television system has achieved a number of advances that must be preserved and enhanced:
 - the existence of a relatively well-developed and profitable private sector with strong ratings;
 - the existence of a diversified public television network (Radio-Canada) with a sizeable viewing audience and aiming at high standards of quality;
 - a growing and wholesome competitiveness between these two networks;
 - a considerable proportion of Canadian French-language programs at the top of the ratings, which would appear to be one of the major positive distinctions from English-language television in Canada;
 - a third television network (Radio-Québec) that is slowly developing an audience while striving to offer a more cultural alternative to the programs presented by the other two networks;
 - an active group of Quebec community television stations concerned with meeting local needs that the major networks are largely unable to satisfy.

2. A number of increasingly acute problems are threatening the relative success of the present system:
- reports of francophone television viewers increasingly switching to English programming (more than 20% of the viewing time of the francophone audience), which would seem to indicate that French-language programming is losing its appeal, especially for a growing number of Quebec residents;
 - an ever-increasing range of specialty English-language cable services (music, sports, news, etc.), which will result in even more switching if the French-language television system does not take action to offset this trend;
 - a small francophone market that is less easily adaptable to a profitable division of audiences for these specialty cable services;
 - a decision by the governments to stabilize budget allocations to public television networks, due to the present state of the economy;
 - independent producers with little access to the small screen, which gravely curbs creative renewal and innovation;
 - a lack of French-language television services outside Quebec and in many small communities in the province.

Recognizing these characteristics that are peculiar to the French-language television system, the Committee has drawn up a number of recommendations capable of both consolidating present accomplishments and dealing with new problems.

Firstly, the Committee recommends that the French-language television system be recognized as a separate entity in the Canadian broadcasting system, and thus be governed by different policies.

- Radio-Canada (French) should be allowed to develop separately from the CBC (English), given its importance and its impact on the francophone public.

- Ongoing consultation between the governments of Canada and Quebec will be necessary to achieve as broad a consensus as possible regarding the respective roles of public and private networks in the development of the French-language television system.
- A French-language cable policy must protect the emergence of French-language specialty services against the massive influx of English-language services and, at the same time, encourage this emergence by allowing them to benefit from more favorable financing arrangements.
- Private television networks are urged to use the services of independent producers more frequently, and public production-assistance agencies are asked to increase their support for production outside the system.
- Public and private television networks, while still remaining competitive, are urged to consult one another to obtain maximum audience penetration and slow down the switching of audiences to English-language stations.
- Quebec community television stations should have their status clarified, their opportunities for financing increased, and their experience used to promote the development of community television outside Quebec.
- The Canadian and Quebec governments should combine their efforts to promote the rebroadcasting of French-language signals to underserved areas.

Secondly, the Committee recommends that, within the formal context of an agreement to co-ordinate and harmonize their policies, the Canadian and Quebec governments continue the work initiated by the Committee, by addressing a number of problems that the Committee identified but for which it only broadly outlined solutions, and that they do so with the help of the parties involved, as part of an ongoing consultative process.

- In this way, both governments will be able to combine their efforts regarding the exporting and dubbing of television products.
- It will also be necessary for both governments to urge writers and broadcasters to conclude viable agreements on copyright, especially with regard to exporting.
- Both governments should also try to make better use of the parliamentary channels, with the assistance of public and private broadcasters and producers.
- They should co-ordinate their activities to continue promoting the rebroadcast of French-language signals to underserved areas.
- They must develop practical methods to allow the expansion of community television outside Quebec.
- They must ensure that creative- and production-support agencies co-ordinate their activities and complement one another.
- They must develop permanent techniques to enable television viewers, broadcasters, producers and performers to share their problems and suggestions and, conversely, to allow the governments to make known the policies they would like to implement over the next few years.

