



L'ACTUALITÉ LOCALE, ÇA COMPTÉ

Repenser le rôle de CBC/Radio-Canada
dans un paysage médiatique en mutation



Pour plus d'informations, veuillez nous contacter par :

Courriel : TRCM@sen.parl.gc.ca

La poste : Comité sénatorial permanent des transports et des communications
Sénat du Canada, Ottawa (Ontario), Canada, K1A 0A4

Le rapport peut être téléchargé à l'adresse suivante : sencanada.ca

Le Sénat est présent sur X : @SenatCA

Suivez le comité à l'aide du mot-clic #TRCM

This report is also available in English.

Table des matières

Remerciements	4
Résumé	5
Membres du comité	7
Ordres de renvoi	9
Mise en contexte.....	11
Les médias locaux dans un écosystème médiatique en mutation.....	11
Le mandat de CBC/Radio-Canada : considérations générales	14
Le mandat et les services locaux et régionaux de CBC/Radio-Canada.....	17
Le financement de CBC/Radio-Canada.....	19
Les revenus commerciaux de CBC/Radio-Canada	24
Le définancement des services anglais de CBC.....	27
L’information et les nouvelles locales	28
Les arts et la culture	32
L’importance de créer des liens avec les populations locales	34
Les communautés de langue officielle en situation minoritaire.....	38
La production francophone des communautés de langue officielle en situation minoritaire	41
Les peuples autochtones.....	42
Les services d’urgence.....	44
Les plateformes traditionnelles et numériques.....	45
La collaboration avec les autres organisations médiatiques	48
La confiance envers l’information de CBC/Radio-Canada	53
Les biais dans l’information de CBC/Radio-Canada	56
Position du comité	57
Liste des recommandations	60
Annexe A – Exigences relatives à la programmation audio et audiovisuelle locale...	62
Annexe B – Témoins.....	64
Annexe C – Mémoires et autres documents	68

Remerciements

Le comité aimerait remercier les témoins qui ont partagé leur expertise avec nous. Nous désirons également souligner la contribution des sénateurs qui étaient membres de ce comité lors de la dernière législature et qui ont pris une part active à cette étude.

Résumé

En 2024 et 2025, le Comité sénatorial permanent des transports et des communications (le comité) a examiné l'offre de services locaux par CBC/Radio-Canada. Plus d'une soixantaine de témoins ont été entendus lors de ses audiences publiques.

Les témoins ont exprimé leurs points de vue sur la situation actuelle des services locaux offerts par CBC/Radio-Canada. Ils ont attiré l'attention du comité sur les enjeux et défis auxquels la Société est confrontée. Parmi ceux-ci, mentionnons :

- le défi de refléter les réalités locales dans un écosystème médiatique en pleine mutation;
- le rôle des plateformes traditionnelles et numériques de CBC/Radio-Canada dans la diffusion d'une programmation locale qui reflète les collectivités qu'elle dessert;
- les pressions financières de la Société.

Le comité a noté que le mandat législatif de CBC/Radio-Canada ne précise pas que les auditoires locaux doivent être ciblés de façon spécifique. Étant donné l'importance de la programmation locale, et plus particulièrement de l'information locale, le comité estime que le mandat de CBC/Radio-Canada devrait en faire mention de façon explicite. Un soutien financier stable et pluriannuel devrait également être accordé à la Société afin de renforcer la programmation destinée aux auditoires locaux.

Le comité a noté que les données financières des services locaux offerts par CBC/Radio-Canada ne sont pas divulguées publiquement. Après avoir constaté un manque de données à ce sujet, le comité estime qu'il serait nécessaire d'avoir plus de renseignements à ce sujet afin d'identifier où les besoins sont les plus urgents.

Par ailleurs, des témoins représentant des médias communautaires et privés se sont dits ouverts à une plus grande collaboration avec le radiodiffuseur public national. Il s'agit d'une avenue intéressante qui mérite d'être approfondie selon le comité.

Au cours des audiences publiques du comité, des organismes des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) ont lancé un message sans équivoque sur le rôle essentiel que jouent les stations régionales et locales de CBC/Radio Canada dans la vitalité des communautés qu'ils représentent. De plus, le comité a recommandé que la Société s'assure que ses investissements dans la

production télévisuelle des CLOSM respectent clairement et de manière équitable le principe d'égalité réelle¹.

Finalement, le comité recommande que les activités journalistiques de CBC/Radio-Canada fassent l'objet d'une analyse périodique afin d'en évaluer l'impartialité et l'équilibre.

¹ Selon le [Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada](#), l'égalité réelle est réalisée lorsque l'on prend en considération, là où cela est nécessaire, des différences dans les caractéristiques et les circonstances de la communauté minoritaire, en offrant des services avec un contenu distinct ou au moyen d'un mode de prestation différent afin d'assurer que la minorité reçoive les services de la même qualité que la majorité. Cette démarche est la norme en droit canadien.

Membres du comité



L'honorable
David M. Wells
Président



L'honorable
Donna Dasko
Vice-présidente

Les honorable sénateurs et sénatrices



Dawn Arnold



Réjean Aucoin



René Cormier



Todd Lewis



Fabian Manning



Julie Miville-
Dechêne



Farah Mohamed



Jim Quinn



Paula Simons



Duncan Wilson

Membres d'office du comité :

L'honorable Pierre Moreau, c.p., ou l'honorable Patti LaBoucane-Benson
L'honorable Leo Housakos ou l'honorable Yonah Martin
L'honorable Raymonde Saint-Germain ou l'honorable Bernadette Clement (*jusqu'au 31 décembre 2025*)
L'honorable Lucie Moncion ou l'honorable Joan Kingston (*depuis le 1^{er} janvier 2026*)
L'honorable Scott Tannas ou l'honorable Rebecca Patterson (*jusqu'au 4 janvier 2026*)
L'honorable Flordeliz (Gigi) Osler ou l'honorable Robert Black (*depuis le 5 janvier 2026*)
L'honorable Brian Francis ou l'honorable Judy A. White

Autres sénateurs ayant participé à l'étude :

L'honorable Andrew Cardozo
L'honorable Bernadette Clement
L'honorable Rodger Cuzner
L'honorable Percy E. Downe
L'honorable Daryl S. Fridhandler
L'honorable Clément Gignac
L'honorable Katherine Hay
L'honorable Leo Housakos
L'honorable Tracy Muggli
L'honorable Flordeliz (Gigi) Osler
L'honorable Mary Robinson
L'honorable Larry W. Smith
L'honorable Scott Tannas
L'honorable Suze Youance

Bibliothèque du Parlement :

Geneviève Gosselin, analyste
Marion Ménard, analyste

Direction des comités du Sénat :

Andrea Mugny, greffière du comité
Peniel Negre, adjointe administrative

Direction des communications du Sénat

Chelsea DeFazio, agente de communications

Ordres de renvoi

Première session de la quarante-cinquième législature

Extrait des *Journaux du Sénat* du mercredi 24 septembre 2025 :

L'honorable sénateur Smith propose, appuyé par l'honorable sénatrice Martin,

Que le Comité sénatorial permanent des transports et des communications soit autorisé à étudier, afin d'en faire rapport, les services locaux fournis par CBC/Radio-Canada;

Que les documents reçus, les témoignages entendus et les travaux accomplis par le Comité sénatorial permanent des transports et des communications au cours de la première session de la quarante-quatrième législature dans le cadre de son étude des questions concernant les transports et les communications en général soient renvoyés au comité;

Que le comité soumette son rapport final au Sénat au plus tard le 26 juin 2026 et qu'il conserve tous les pouvoirs nécessaires pour diffuser ses conclusions dans les 180 jours suivant le dépôt du rapport final;

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Greffière du Sénat

Shaila Anwar

Ordres de renvoi

Première session de la quarante-quatrième législature

Extrait des *Journaux du Sénat* du jeudi 10 février 2022 :

L'honorable sénatrice Miville-Dechêne propose, au nom de l'honorable sénateur Housakos, appuyée par l'honorable sénateur Dean,

Que le Comité sénatorial permanent des transports et des communications soit autorisé à examiner, pour en faire rapport, toute question concernant les transports et les communications en général, notamment :

- a) tous les moyens de transport et de communication;
- b) le tourisme;
- c) les transporteurs publics;
- d) la navigation, le transport maritime et les eaux navigables; et

Que le comité dépose son rapport final au plus tard le 30 septembre 2025, et qu'il conserve tous les pouvoirs nécessaires pour diffuser ses conclusions dans les 180 jours suivant le dépôt du rapport final.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Greffier intérimaire du Sénat

Gérald Lafrenière

Mise en contexte

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications (le comité ou le comité TRCM) publie le présent rapport sur les services locaux offerts par CBC/Radio-Canada (la Société). Cette étude s'est déroulée lors de la première session de la quarante-quatrième législature. Le comité a entendu approximativement 60 témoins au cours de 10 réunions qui se sont déroulées entre le 22 octobre et le 11 décembre 2024. Le comité n'avait pas soumis de rapport final en raison de la dissolution du Parlement en mars 2025. Le 24 septembre 2025, une [motion](#) a été adoptée par le Sénat du Canada autorisant le comité TRCM à étudier, afin d'en faire rapport, les services locaux fournis par CBC/Radio-Canada.

Le 21 octobre 2025, le comité a conclu son étude par le témoignage de Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale de la Société. De plus, trente mémoires ont été déposés à l'attention du comité.

Dans ce document, les termes « CBC/Radio-Canada », la « Société », CBC/SRC ou le « radiodiffuseur public national » réfèrent à l'ensemble de l'organisation. Le terme « CBC » équivaut aux services anglais de la Société et « Radio-Canada », à ses services français.

Les médias locaux dans un écosystème médiatique en mutation

Les médias locaux constituent une source importante d'information pour les collectivités vivant au Canada. Ils regroupent des services de télévision, de radio et des journaux qui offrent un reflet des réalités locales par l'entremise des plateformes traditionnelles et numériques.

Les médias locaux sont au premier rang des profondes transformations qui bouleversent le secteur de l'information au pays. Le déclin des abonnements aux journaux imprimés et la migration des revenus publicitaires vers les plateformes en ligne ont contribué à l'effondrement progressif du modèle d'affaires des médias traditionnels (télévision, radio et journaux imprimés). Le constat posé par la grande majorité des témoins qui ont participé à cette étude est sans équivoque : le secteur canadien des médias traverse une crise majeure.

Selon la directrice générale des Amis des médias canadiens, Marla Boltman, « les nouvelles locales sont en crise² ». Des propos similaires ont été tenus par les

² TRCM, Marla Boltman, directrice générale, Les Amis des médias canadiens, [30 octobre 2024](#). Sauf indication contraire, tous les témoignages sont tirés des réunions tenues par le Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

représentants de Liberté de la presse Canada³, du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada⁴ et de représentants gouvernementaux.

Lors de son témoignage, la professeure en journalisme de l'École de journalisme de l'Université de Toronto Metropolitan, April Lindgren, a expliqué par des exemples concrets les répercussions de la crise des médias à l'échelle locale. Selon des données recueillies par le [Local News Research Project](#) dirigé par la professeure Lindgren, plusieurs médias locaux ont fermé leurs portes ou réduit leurs services depuis 2008 :

[D]epuis 2008, 521 médias locaux ont fermé dans 347 collectivités du Canada. Il s'agissait, dans les trois quarts des cas, de journaux communautaires qui comptaient moins de 5 éditions par semaine, mais depuis les 18 derniers mois environ, les nouvelles radiodiffusées sont également touchées. CBC/Radio-Canada et Global ont annulé des bulletins de nouvelles locaux et fermé des stations de radio. Par rapport à ce que je disais plus tôt, j'ai vérifié récemment et 37 stations de radio locales ont disparu depuis 2008, mais un tiers d'entre elles, soit environ 11, ont fermé au cours des 18 derniers mois. Évidemment, des médias locaux ont également été créés depuis 2008, mais il s'en est ouvert moitié moins qu'il n'en est disparu, ce qui signifie que nous avons une perte nette⁵.

Selon la professeure Lindgren, ce sont les petites collectivités qui sont les plus touchées par la diminution des médias couvrant l'actualité locale. Cette crise des médias crée des « déserts d'information » selon la professeure Lindgren. Les déserts d'information se définissent de la façon suivante :

Des communautés où les citoyens n'ont pas accès à une information journalistique sur les enjeux et les institutions communautaires parce qu'il n'y a pas de quotidiens, de journaux communautaires ou d'autre média (par exemple, une radio ou une télévision communautaire⁶).

³ TRCM, Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

⁴ TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, [6 novembre 2024](#).

⁵ TRCM, April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université de Toronto Metropolitan, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

⁶ Ministère du Patrimoine canadien, [Glossaire des termes — Initiative de journalisme local](#).

En réponse à cette crise, le gouvernement a pris des mesures pour soutenir les nouvelles locales, indépendantes et fiables. Ces mesures comprennent un soutien fiscal comme le crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne, le crédit d'impôt pour les abonnements aux nouvelles numériques et l'Initiative de journalisme local.

Au cours de sa carrière, la journaliste indépendante du média The Line, Jen Gerson, a constaté sur le terrain une augmentation de ces déserts d'information et un rétrécissement des « zones de couverture⁷ ». De son côté, le Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada lutte avec d'autres organisations « contre ces déserts de l'information⁸ ».

Cette crise des médias et l'émergence des déserts d'information contribuent à diminuer la diversité des voix essentielle au bon fonctionnement des institutions démocratiques à l'échelle municipale. Selon l'ancien vice-président principal des Services anglais de CBC, Richard Stursberg, une couverture déficiente de la politique municipale entraîne une diminution de « la participation aux élections municipales⁹ » et une augmentation de la corruption. Kim Trynacity, professeure de journalisme à l'Université MacEwan et ancienne journaliste de la CBC à Edmonton, est également d'avis que la politique municipale « semble échapper à toute forme de contrôle¹⁰ » sans la présence de médias locaux.

Des témoins ont affirmé que les services de CBC/Radio-Canada étaient indispensables pour soutenir la vie démocratique des Canadiens. Selon l'ancien journaliste en télédiffusion de CBC/Radio-Canada, Terry Seguin, la Société a un rôle important à jouer pour assurer le bon fonctionnement de la démocratie à l'échelle municipale :

Peut-être que, lorsque nous finançons CBC/Radio-Canada, nous devrions lui dire, « le plus important, c'est votre production de nouvelles locales. Vous devez couvrir l'actualité locale, la politique locale et provinciale », parce que je pense que c'est ce qui importe le plus pour notre démocratie¹¹.

⁷ TRCM, Jen Gerson, journaliste indépendante, The Line, à titre personnel, [26 novembre 2024](#).

⁸ TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, [6 novembre 2024](#).

⁹ TRCM, Richard Stursberg, président-directeur, Aljess, à titre personnel, [3 décembre 2024](#).

¹⁰ TRCM, Kim Trynacity, professeure de journalisme, Université MacEwan, à titre personnel, [3 décembre 2024](#).

¹¹ TRCM, Terry Seguin, ancien journaliste en télédiffusion principal de CBC/Radio-Canada, à titre personnel, [5 novembre 2024](#).

C'est dans ce contexte que la majorité des témoins ont réitéré l'importance de maintenir et renforcer la présence de CBC/Radio-Canada à l'échelle locale et régionale. La fermeture et la réduction des effectifs de plusieurs médias locaux exigent une présence forte du radiodiffuseur public national. Selon la sous-ministre adjointe principale aux Affaires culturelles du ministère du Patrimoine canadien, Joëlle Montminy, la présence de CBC/Radio-Canada dans certaines régions est devenue essentielle, car « bon nombre de ces marchés deviendraient des déserts médiatiques¹² ».

Le mandat de CBC/Radio-Canada : considérations générales

CBC/Radio-Canada a été créé à titre de Société en 1936 afin de contrer l'influence culturelle de la programmation étrangère à une époque où les réseaux de radio américains connaissaient une expansion rapide au Canada. Sue Gardner a expliqué que d'autres démocraties dans le monde se sont dotées d'un média de service public en mettant en lumière la spécificité du Canada en Amérique du Nord :

Presque tous les pays démocratiques possèdent une organisation médiatique publique. Ces organisations ont toutes été créées au XXe siècle, dans les années 1930, 1940 et 1950 et pour la même raison. On se rendait compte que le marché ne suffirait pas, surtout dans un pays vaste comme le Canada, qui dispose d'une population peu nombreuse, très dispersée et parlant deux langues. Il fallait une organisation dont le mandat était de raconter les récits nationaux et de faire connaître les habitants les uns aux autres. C'était impossible autrement. Le Canada aurait tôt fait d'être inondé de contenu américain et c'est là la raison de sa création¹³.

La Stratégie 2025-2030 de CBC/Radio-Canada énonce explicitement que « CBC/Radio-Canada est un média de service public national essentiel qui écoute et sert la population ». Lors de son témoignage, la présidente et directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, a affirmé que la Société doit agir « comme un service public essentiel » tout en demeurant indépendante par rapport au gouvernement. En réponse à une question, Mme Bouchard est demeurée évasive sur la nécessité de désigner officiellement CBC/Radio-Canada comme un service essentiel :

¹² TRCM, Joëlle Montminy, sous-ministre adjointe principale, Affaires culturelles, Patrimoine canadien, [23 octobre 2024](#).

¹³ TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

Je dois y réfléchir. J'ai toujours pensé que la façon dont la Loi sur la radiodiffusion a été rédigée, notre responsabilité au sein d'un système de radiodiffusion diversifié nous donnait une place très spéciale, avec une responsabilité très particulière. Elle assure notre indépendance par rapport au gouvernement, ce qui est important pour notre crédibilité et notre relation avec les Canadiens¹⁴.

CBC/Radio-Canada a le mandat d'offrir « des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit¹⁵ ». L'alinéa 3(1)m) de la *Loi sur la radiodiffusion* énonce des objectifs plus précis qui se traduisent dans les conditions de licence que le CRTC impose au moment du renouvellement des licences de la Société.

Les représentants du ministère du Patrimoine canadien¹⁶ et de CBC/Radio-Canada admettent que le mandat de la Société est « très large¹⁷ » et que sa mise en œuvre doit répondre aux besoins et aux intérêts d'une population diversifiée répartie sur un vaste territoire.

Par exemple, Mme Montminy du ministère du Patrimoine canadien a mentionné le « rôle essentiel¹⁸ » que joue la Société « dans la promotion de l'expression culturelle, du bilinguisme et de l'identité nationale¹⁹ ». Pour les Amis des médias canadiens, il est clair que le radiodiffuseur public national doit être désigné comme un service essentiel « surtout dans les régions où tous les autres médias locaux ont disparu²⁰ ».

En janvier 2020, le Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications (Rapport Yale) a recommandé de modifier le mandat de la Société afin d'ajouter les éléments suivants au mandat : le reflet des collectivités et

¹⁴ TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

¹⁵ *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11, al. 3(1)l).

¹⁶ TRCM, Joëlle Montminy, sous-ministre adjointe principale, Affaires culturelles, Patrimoine canadien, [23 octobre 2024](#).

¹⁷ TRCM, Bev Kirshenblatt, directrice, Affaires institutionnelles et réglementaires, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

¹⁸ TRCM, Joëlle Montminy, sous-ministre adjointe principale, Affaires culturelles, Patrimoine canadien, [23 octobre 2024](#).

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ TRCM, Marla Boltman, directrice générale, Les Amis des médias canadiens, [30 octobre 2024](#).

des auditoires locaux et la transmission des nouvelles nationales, régionales et locales²¹.

Au cours de cette étude, certains témoins ont souligné qu'une révision du mandat de CBC/Radio-Canada était nécessaire.

Pour Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, l'offre des services numériques par CBC/Radio-Canada n'est pas adéquatement reflétée dans le mandat actuel. La Société « étouffe sous des mandats non financés²² » selon Mme Gardner.

M. Stursberg de la firme Aljess a émis un commentaire similaire. Selon l'ancien vice-président principal des Services anglais de CBC, il est demandé à la Société d'offrir une multitude de services, sans pour autant lui donner des orientations claires « sur quoi concentrer ses efforts²³ ». Pour corriger la situation, M. Stursberg a proposé de négocier un nouveau contrat avec CBC/Radio-Canada, sur le modèle de la BBC au Royaume-Uni :

En Grande-Bretagne, la BBC est soumise à une charte royale qui définit son rôle pour dix ans et prescrit le financement nécessaire pour qu'elle puisse s'en acquitter. Il s'agit d'un contrat négocié entre le gouvernement et la BBC, qui lui fournit une orientation claire et un financement stable. À la fin de la septième année du contrat de dix ans, le processus s'enclenche pour définir la prochaine charte royale. Les diverses parties prenantes présentent des soumissions, et il y a des audiences publiques. À la lumière de tout cela, le gouvernement et la BBC s'entendent en vue des dix prochaines années²⁴.

Le professeur Christopher Waddell de l'Université Carleton est également d'avis que « l'environnement médiatique contemporain » dans lequel les médias de service public évoluent nécessite « une réforme radicale²⁵ » du mandat de la Société. David Clinton, éditeur de The Audit, est également de cet avis :

²¹ Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir*, janvier 2020. Voir la recommandation 80.

²² TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

²³ TRCM, Richard Stursberg, président-directeur, Aljess, à titre personnel, [3 décembre 2024](#).

²⁴ *Ibid.*

²⁵ TRCM, Christopher Waddell, professeur émérite, École de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel, [6 novembre 2024](#).

CBC/Radio-Canada devrait et pourrait peut-être prendre du recul et examiner tout ce qu'elle fait et décider de se concentrer sur ce qu'elle fait bien et ce qui réussit. Certaines parties du mandat de la Loi sur la radiodiffusion de CBC/Radio-Canada sont très anciennes²⁶.

Les Amis des médias canadiens déplorent que le mandat de la Société « parle uniquement de régions, et non de radiodiffusion locale²⁷ ». Ses représentants ont recommandé « que les nouvelles locales soient correctement priorisées grâce à un mandat actualisé pour CBC/Radio-Canada²⁸ ».

Pour Mme Gerson du média The Line, le nombre de journalistes de CBC/Radio-Canada assignés à l'information locale doit être déterminé en fonction du nombre de personnes que la Société dessert :

Si nous voulons que CBC/Radio-Canada diffuse des nouvelles locales, sera-t-il nécessaire de prévoir un journaliste par tranche de 100 000 personnes, de 25 000 personnes ? Il faudra l'inscrire dans le mandat. Il faut que ce soit explicite, que ce soit incontournable, puis il faudra chiffrer ce que représente ce mandat²⁹.

L'Association canadienne des radiodiffuseurs est d'avis que le rôle attribué à CBC/Radio-Canada dans la *Loi sur la radiodiffusion* fait généralement l'unanimité. Selon son président Kevin Desjardins, la Société doit plutôt jouer un rôle complémentaire aux radiodiffuseurs privés.

Le mandat et les services locaux et régionaux de CBC/Radio-Canada

La *Loi sur la radiodiffusion* énonce que CBC/Radio-Canada doit offrir une programmation dans les deux langues officielles qui reflète « la globalité canadienne », et qui rend « compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional³⁰ », tout en répondant aux besoins particuliers des régions. Toutefois, la *Loi* ne précise pas que les auditoires locaux doivent être ciblés

²⁶ TRCM, David Clinton, éditeur, The Audit, [19 novembre 2024](#).

²⁷ TRCM, Sarah Andrews, directrice, Relations gouvernementales et avec les médias, Les Amis des médias canadiens, [30 octobre 2024](#).

²⁸ *Ibid.*

²⁹ TRCM, Jen Gerson, journaliste indépendante, The Line, à titre personnel, [26 novembre 2024](#).

³⁰ [Loi sur la radiodiffusion](#), L.C. 1991, ch. 11, sous-al. 3(1)m)(ii).

de façon précise; elle n'insiste pas non plus pour que des niveaux particuliers de programmation soient offerts à l'échelon régional ou local. Bref, le mandat de la Société en ce qui concerne les auditoires locaux et régionaux prône à interprétation.

C'est par l'entremise de ses 27 stations de télévision, ses 88 stations de radio ainsi que ses plateformes numériques que CBC/Radio-Canada s'acquitte de cette responsabilité. Précisons que les conditions de licence imposées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le CRTC ou le Conseil) énoncent des obligations précises en matière de programmation locale.

Le 22 juin 2022, le CRTC a renouvelé les licences des services de programmation de CBC/Radio-Canada pour cinq ans, du 1^{er} septembre 2022 au 31 août 2027. En résumé, le CRTC a maintenu « certaines exigences concernant les seuils minimums de programmation locale dans les régions non métropolitaines du Canada » et a éliminé « ces exigences dans les marchés métropolitains³¹ ». Le sommaire des exigences relatives à la programmation audio et audiovisuelle locale figure à l'annexe A de ce rapport.

Après que le CRTC eut rendu sa décision, la gouverneure en conseil a reçu 16 demandes écrites lui demandant que la décision soit annulée ou renvoyée au Conseil pour réexamen et nouvelle audience. La majorité des demandes écrites ont été soumises par des associations, des syndicats et des guildes du secteur de la production et de la communauté créative³². Les questions soulevées dans ces demandes s'articulaient autour de plusieurs domaines de préoccupation, soit l'élimination de nombreuses conditions de licence fondées sur la diffusion de différentes catégories d'émissions et leur remplacement par des exigences en matière de dépenses, des attentes ou des obligations de faire rapport et la flexibilité quant à l'affectation de ressources entre les services traditionnels et les services en ligne. Le 16 septembre 2022, le gouvernement du Canada a publié un [décret](#) demandant au CRTC de réexaminer sa décision de juin 2022, notamment en ce qui a

³¹ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), [Décision de radiodiffusion CRTC 2022-165 et Ordonnances de radiodiffusion CRTC 2022-166 et 2022-167](#), 22 juin 2022, Introduction. Les marchés télévisuels métropolitains sont les marchés dont la population ayant une connaissance de la langue officielle de la station de télévision (autrement dit le français ou l'anglais) est égale ou supérieure à un million. Les marchés non métropolitains sont les marchés dont la population ayant une connaissance de la langue officielle de la station de télévision est inférieure à un million.

³² Il s'agit notamment de l'Association canadienne des producteurs médiatiques, l'Association canadienne des radiodiffuseurs, le Centre pour la défense de l'intérêt public, la Fédération nationale des retraités, le Bureau de l'écran des Noirs, la Guilde canadienne des réalisateurs, le Ministère de la Culture et des Communications du Québec, les Amis des médias canadiens et l'Association québécoise de la production médiatique.

trait « à la création, à la présentation et à la dissémination de nouvelles locales³³ ». Le CRTC n’a pas encore rendu de décision à ce jour.

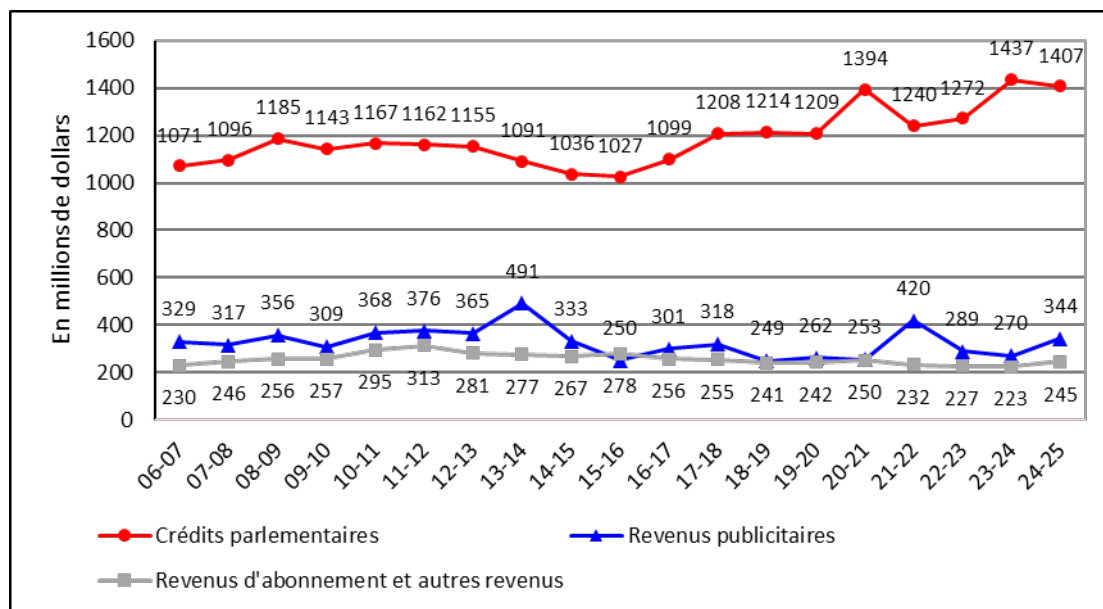
Le financement de CBC/Radio-Canada

CBC/Radio-Canada bénéficie de ressources financières par des crédits approuvés annuellement par le Parlement du Canada et des revenus commerciaux provenant de trois sources : les revenus publicitaires, les revenus d’abonnement et les autres revenus³⁴. En 2024-2025, ces sources de revenus se répartissaient comme suit :

- Les crédits parlementaires pour les activités d’exploitation, les dépenses en immobilisations et le fonds de roulement (1 407,4 millions de dollars).
- Les revenus publicitaires (343,9 millions de dollars).
- Les revenus d’abonnement et les autres revenus (244,8 millions de dollars).

La figure 1 présente la variation de ces ressources financières depuis l’exercice financier 2006-2007.

Figure 1 — Crédits parlementaires, revenus publicitaires et autres revenus incluant les revenus d’abonnement, CBC/SRC, 2006-2007 à 2024-2025 (en millions de dollars)



³³ Bureau du Conseil privé, *Décret 2022-0995*, 16 septembre 2022.

³⁴ Les autres revenus proviennent de la location d’actifs immobiliers, de la vente d’émissions et de la location d’espaces sur les sites émetteurs.

Source : CBC/Radio-Canada, Rapports annuels (années correspondantes). Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement.

Le financement public de CBC/Radio-Canada a fluctué au cours des 15 dernières années. Le budget fédéral de 2012 a diminué le crédit parlementaire annuel de la Société de 115 millions de dollars sur trois ans. Entre 2016 et 2021, le gouvernement du Canada a investi 675 millions de dollars sur cinq ans « pour diffuser et appuyer le contenu canadien de calibre mondial et offrir aux Canadiens un meilleur accès aux programmes et aux services à l'ère numérique³⁵ ». Plus récemment, en novembre 2025, le [budget de 2025](#) annonçait l'intention du gouvernement fédéral d'accorder un financement ponctuel de 150 millions de dollars à CBC/Radio-Canada « pour renforcer son mandat de servir le public » et « mieux répondre aux besoins de la population canadienne³⁶ ».

L'information financière concernant les catégories globales des revenus et des dépenses de CBC/Radio-Canada peuvent généralement être retracées dans les rapports annuels de la Société. Cependant, il en va autrement lorsque nous tentons de subdiviser ces composantes globales en sous-catégories telles que les revenus et les dépenses des services locaux et des plateformes numériques. Ce point a été soulevé par l'éditeur de *The Audit*, David Clinton, dans le cadre de cette étude : « les données fournies par la société et le CRTC au sujet de leurs dépenses ne sont pas bien ventilées pour les postes locaux et nationaux³⁷ ».

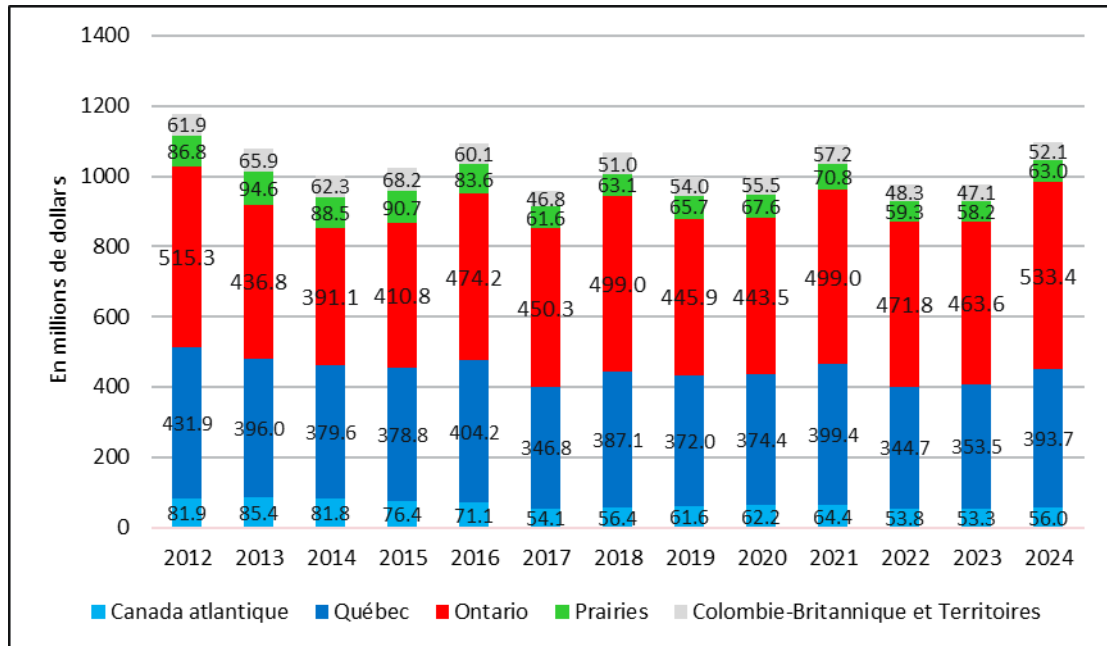
Les relevés statistiques et financiers ainsi que les rapports annuels cumulés publiés par le CRTC fournissent des données partielles sur les revenus et les dépenses de CBC/Radio-Canada pour cinq régions : Canada atlantique, Québec, Ontario, la Colombie-Britannique et les territoires et les Prairies. La figure 2 montre que le Québec et l'Ontario représentaient plus de 75 % des crédits parlementaires alloués aux services de radio et de télévision traditionnels de CBC/Radio-Canada entre 2012 et 2024. Quant aux régions de l'Atlantique, des Prairies de même que de la Colombie-Britannique et les Territoires, elles se partagent 16 % et 23 % des crédits parlementaires pour la même période. La proportion plus élevée des crédits parlementaires au Québec et à l'Ontario s'explique par le fait que le siège social de la Société est situé à Ottawa et que les deux têtes de réseau sont à Montréal (français) et à Toronto (anglais). Il est à noter que la figure 2 n'inclue pas les données financières des services numériques de CBC/Radio-Canada.

³⁵ Gouvernement du Canada, [Assurer la croissance de la classe moyenne](#), Budget 2016, p. 212.

³⁶ Gouvernement du Canada, [Un Canada fort. Budget 2025](#), p. 200.

³⁷ TRCM, David Clinton, éditeur, *The Audit*, [19 novembre 2024](#).

Figure 2 — Crédits parlementaires pour les services de radio et de télévision traditionnels de CBC/SRC, par région, 2012 à 2024 (en millions de \$)

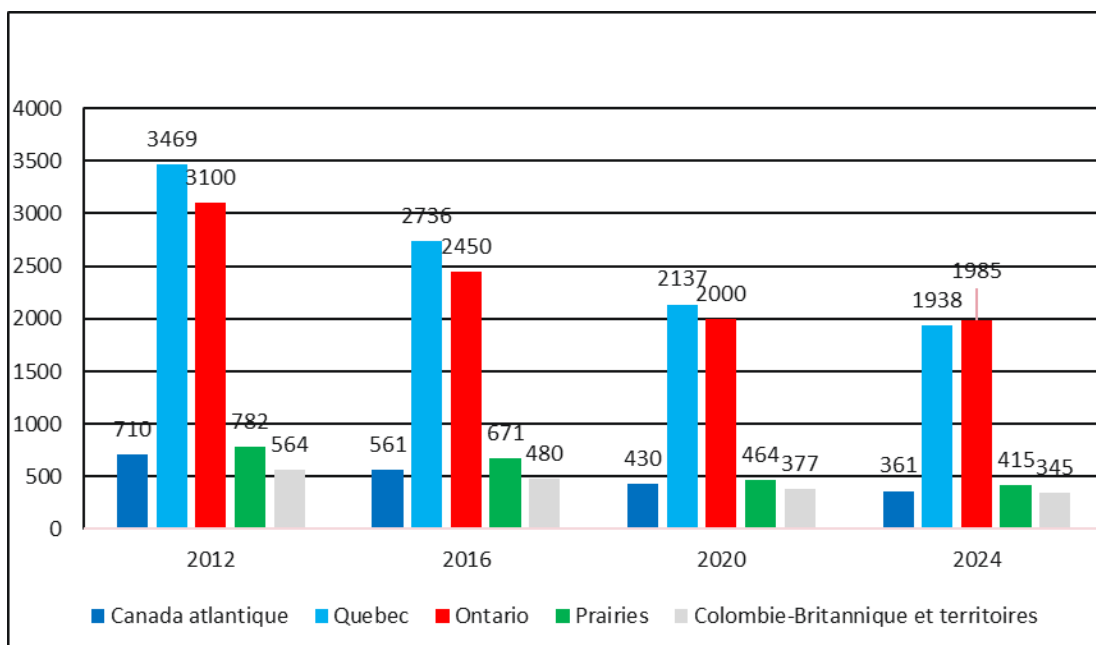


Note : Veuillez noter que les données fournies par CBC/Radio-Canada au CRTC sont basées sur l'année fiscale de la radiodiffusion, soit du 1^{er} septembre au 31 août et non sur l'année fiscale du gouvernement, du 1^{er} avril au 31 mars.

Source : Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement à partir de données tirées du Gouvernement du Canada, Relevés statistiques et financiers, [radio](#) et [télévision traditionnelle](#) (années correspondantes).

Plusieurs témoins ont affirmé que le manque de financement et les compressions financières successives à CBC/Radio-Canada ont touché plus fortement ses services locaux et régionaux. Ces réductions ont forcé la Société à réduire ses effectifs et sa programmation en région. La figure 3 ci-dessous montre la diminution du nombre d'employés de CBC/Radio-Canada pour cinq régions. Entre 2012 et 2024, il y a eu une diminution significative de 3 581 employés.

Figure 3 – Nombre d’employés de CBC/SRC par région, 2012, 2016, 2020 et 2024 (Services de radio et de télévision traditionnels de CBC/SRC)



Source : Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement à partir de données tirées du Gouvernement du Canada, Relevés statistiques et financiers, [radio](#) et [télévision traditionnelle](#) (années correspondantes).

Les Amis des médias canadiens ont recommandé que la création et la diffusion des nouvelles locales par CBC/Radio-Canada « soient adéquatement financées³⁸ » et que le mandat de la Société soit « actualisé³⁹ » afin de prioriser les nouvelles locales. Les représentants de cet organisme ont recommandé de déterminer « un minimum de dépenses⁴⁰ » en matière de nouvelles locales dans les conditions de licences de CBC/Radio-Canada :

³⁸ TRCM, Sarah Andrews, directrice, Relations gouvernementales et avec les médias, Les Amis des médias canadiens, [30 octobre 2024](#).

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ *Ibid.*

Le problème que nous soulevons en tant qu'organisation, c'est que dans les conditions actuelles, en matière de nouvelles locales, il n'y a pas de minimum de dépenses pour CBC/Radio-Canada. C'est quelque chose de nouveau que le CRTC a intégré dans les dernières licences, et c'est le motif de notre appel auprès du Cabinet afin que le CRTC revoie la décision⁴¹.

Pierre Tousignant, président du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, est également d'avis que le CRTC doit revoir les conditions de licence des services français de Radio-Canada « pour obliger une répartition plus équitable des budgets au profit des régions⁴² ».

Pour Kevin Desjardins de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, CBC/Radio-Canada devrait dépenser ses crédits parlementaires « vers les actualités locales⁴³ » et moins vers des émissions de variété qui génèrent des revenus publicitaires. Selon M. Desjardins, « Vous sortez CBC/Radio-Canada du jeu de la publicité et elle peut alors se concentrer sur son mandat⁴⁴ ».

Pour Annick R. Forest, présidente de la Guilde canadienne des médias, il faut accorder à la Société un financement stable et à long terme, ce qui lui permettrait « d'installer plus de journalistes et d'équipement dans un plus grand nombre de collectivités partout au pays⁴⁵ ».

Selon l'ancien journaliste en télédiffusion de CBC/Radio-Canada, Terry Seguin, « il y a un déséquilibre dans les ressources accessibles dans les grands centres et dans les régions, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard⁴⁶ ».

Les représentants d'organismes représentant les CLOSM ont réclamé d'une même voix que CBC/Radio-Canada augmente les budgets accordés aux services locaux et régionaux de CBC/Radio-Canada. Pour la présidente de la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique, Marie-Nicole Dubois :

⁴¹ *Ibid.*

⁴² TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada), [6 novembre 2024](#).

⁴³ TRCM, Kevin Desjardins, président, Association canadienne des radiodiffuseurs, [30 octobre 2024](#).

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

⁴⁶ TRCM, Terry Seguin, ancien journaliste en télédiffusion principal de CBC/Radio-Canada, à titre personnel, [5 novembre 2024](#).

La société d'État est l'un des piliers qui soutiennent la politique du Canada en matière de langues officielles. Dans ce contexte, il est important qu'on lui donne les ressources nécessaires pour qu'elle soit en mesure de réaliser son mandat et de refléter les différentes régions⁴⁷.

Il est à noter que les avis divergent sur l'allocation de plus de ressources financières à CBC/Radio-Canada. Pour l'éditeur de The Audit, David Clinton, « il y a de grands problèmes systémiques et certains problèmes externes qu'un financement accru ne saurait résoudre⁴⁸ ». L'ancienne dirigeante de CBC, Sue Gardner, a également invité le comité à faire preuve de prudence avant de recommander d'investir plus d'argent dans les services locaux. Selon Mme Gardner, la Société doit tout d'abord examiner la pertinence d'offrir certains services :

Beaucoup de gens sont passés par ici pour dire — presque à l'unanimité, je crois — que CBC/Radio-Canada devrait investir dans les services locaux; les services locaux sont importants. Je suis instinctivement d'accord avec cela [...] Mais je tiens aussi à vous exhorter à la prudence. La raison en est que tout le monde y va allègrement s'il s'agit d'ajouter quelque chose à la liste de tâches de CBC, mais personne ne veut jamais supprimer quoi que ce soit, de sorte que la société étouffe sous des mandats non financés⁴⁹.

Les revenus commerciaux de CBC/Radio-Canada

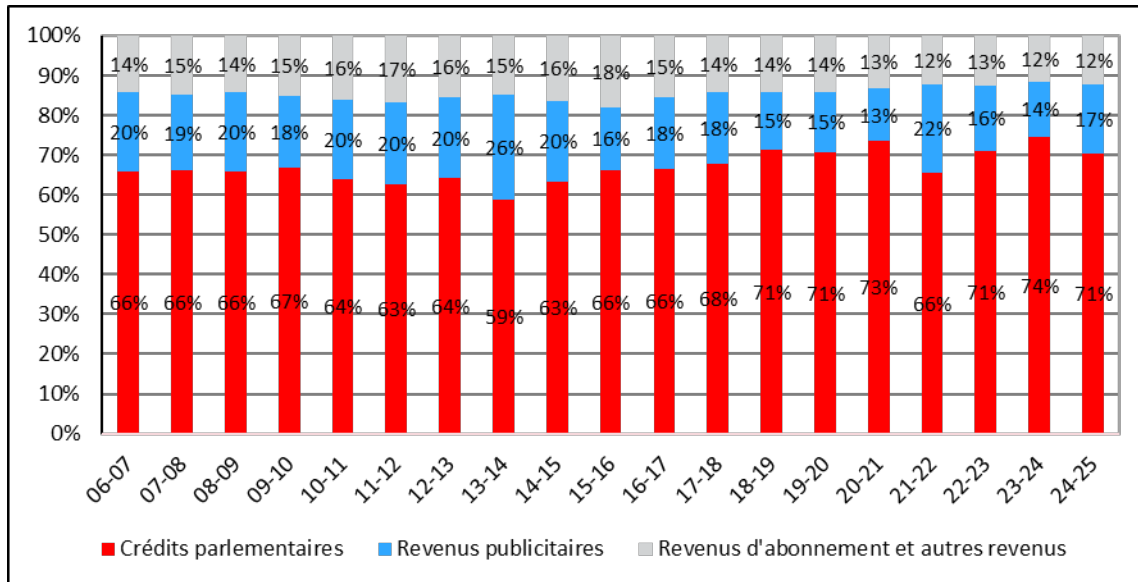
CBC/Radio-Canada tire des revenus commerciaux de la vente d'espace publicitaire, des abonnements à ses chaînes spécialisées et d'autres sources (location d'actifs immobiliers, la vente de contenus, la location d'espaces sur ces sites d'émetteurs, etc.). La figure 4 montre que la part des revenus publicitaires générés par la Société a varié entre 13 % et 26 % au cours des 19 dernières années.

⁴⁷ TRCM, Marie-Nicole Dubois, présidente du conseil d'administration, Fédération des francophones de la Colombie-Britannique, [20 novembre 2024](#).

⁴⁸ TRCM, David Clinton, éditeur, The Audit, [19 novembre 2024](#).

⁴⁹ TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

Figure 4 — Pourcentage des crédits parlementaires, des revenus publicitaires et autres revenus de CBC/SRC, 2006-2007 à 2024-2025 (en millions de dollars)



Source : Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement à partir de données tirées des rapports annuels de CBC/Radio-Canada (années correspondantes).

Le fait que CBC/Radio-Canada tire des revenus de la vente de publicité sur ses différentes plateformes est problématique selon certains témoins. Par exemple, la présence de CBC/Radio-Canada dans le marché publicitaire crée une concurrence déloyale aux autres radiodiffuseurs privés selon l'Association canadienne des radiodiffuseurs :

Pour ce concurrent de taille, la publicité représente une source secondaire de revenus, alors que c'est le nerf de la guerre pour les diffuseurs privés. Chaque dollar que CBC/Radio-Canada empêche pour des annonces publicitaires sur les plateformes de radiodiffusion réduit la part de moins en moins importante de l'assiette publicitaire destinée à la télévision et à la radio⁵⁰.

L'Association canadienne des radiodiffuseurs est d'avis que CBC/Radio-Canada est en compétition avec les radiodiffuseurs privés, non seulement dans la quête de revenus publicitaires, mais aussi pour les « droits de diffusion » et le « recrutement de talents⁵¹ ». Selon son président, Kevin Desjardins, la présence du radiodiffuseur public dans ces trois secteurs « détourne CBC/Radio-Canada de son mandat de

⁵⁰ TRCM, Kevin Desjardins, président, Association canadienne des radiodiffuseurs, [30 octobre 2024](#).

⁵¹ *Ibid.*

service public⁵² ». La Guilde canadienne des médias est également d’avis que CBC/Radio-Canada ne doit pas « concurrencer les chaînes privées⁵³ » pour des revenus publicitaires.

Pour l’ancienne dirigeante de CBC, Sue Gardner, la présence de CBC/Radio-Canada dans le marché publicitaire l’empêche « de remplir sa mission de service public⁵⁴ ». Dans le même ordre d’idée, Heather Bakken de Liberté de la presse Canada, estime que CBC/Radio-Canada doit cesser « de faire de la publicité⁵⁵ » afin de revenir à son mandat de radiodiffuseur public. De son côté, le professeur Waddell de l’Université Carleton a affirmé que la recherche de revenus publicitaires « influe indûment⁵⁶ » sur les décisions de la Société en matière de programmation et de politique éditoriale.

D’autres témoins ont pris une position plus nuancée sur la question. Le président d’Acadia Broadcasting Corporation, Chris Pearson, ne croit pas que son entreprise rivalise avec CBC/Radio-Canada « pour les revenus générés par la publicité⁵⁷ » sur ses plateformes traditionnelles. Le fait que le gouvernement du Canada consacre « plus de 71 % de son budget de publicité à la publicité numérique⁵⁸ » sur des plateformes étrangères est plus problématique selon M. Pearson.

À titre d’information, mentionnons qu’une étude récente publiée par le Groupe Nordicity estimait que la perte de tous les revenus commerciaux de la Société « creuserait un déficit annuel de 200 à 300 millions de dollars⁵⁹ ». Plus spécifiquement, l’élimination de la publicité à CBC/Radio-Canada entraînerait « une baisse annuelle des dépenses en émissions canadiennes de l’ordre de 204,9 millions de dollars » en plus de requérir des dépenses additionnelles « pour meubler le temps d’antenne libéré⁶⁰ ».

Selon la présidente et directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, un éventuel retrait de CBC/Radio-Canada du marché de la publicité n’entraînerait pas « forcément⁶¹ » une augmentation de la publicité vendue par les

⁵² *Ibid.*

⁵³ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

⁵⁴ TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

⁵⁵ TRCM, Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

⁵⁶ TRCM, Christopher Waddell, professeur émérite, École de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel, [6 novembre 2024](#).

⁵⁷ TRCM, Chris Pearson, président, Acadia Broadcasting Corporation, [5 novembre 2024](#).

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ CBC/Radio-Canada, [L’avenir du service public dans un monde numérique](#), 2 octobre 2024, p. 98.

⁶⁰ Groupe Nordicity, [Plaidoyer pour la publicité à CBC/Radio-Canada](#), juillet 2024, p. 49.

⁶¹ TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

autres médias canadiens. L'élimination de la publicité à CBC/Radio-Canada pourrait conduire à un exode des dépenses publicitaires vers des plateformes numériques et des sites web contrôlés par des intérêts étrangers selon l'étude du Groupe Nordicity.

Le définancement des services anglais de CBC

Des témoins se sont prononcés sur une possible suppression des services anglais de CBC. Ils ont fait écho aux audiences du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes qui, à l'automne 2024, menait une étude sur les conséquences potentielles de la suppression du financement de CBC et de Radio-Canada. L'étude de ce comité de la Chambre des communes faisait suite à un [ordre de renvoi](#) adopté par la Chambre des communes le 29 octobre 2024. La possibilité que le financement de l'un des deux services de CBC/Radio-Canada soit supprimé a suscité de vives réactions de la part de certains témoins lors de l'étude du comité TRCM.

Deux divisions distinctes sont responsables des activités de programmation de CBC/Radio-Canada : les services français de la Société Radio-Canada (les services français de la SRC) et les services anglais de la Canadian Broadcasting Corporation (les services anglais de CBC). Les deux entités partagent des ressources humaines, techniques et immobilières. La présidente-directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, a confirmé au comité que les deux services étaient fortement intégrés :

À Moncton, à Vancouver ou à Edmonton, les équipes collaborent pour certaines affectations et elles échangent de l'information sur les sujets qui sont couverts. Les réseaux ont des objectifs différents parce qu'ils s'adressent à des auditoires différents. Néanmoins, il arrive souvent, surtout dans les communautés minoritaires de langue française, que les efforts soient conjugués parce que les spectateurs regardent à la fois CBC et Radio-Canada. Nous essayons de rendre les deux services complémentaires pour proposer un contenu informationnel varié et diversifié⁶².

Pour M. Tousignant du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, le définancement du service anglais de CBC contribuerait à « mettre à mal le réseau français, surtout en situation minoritaire à l'extérieur du Québec⁶³ ». Ce point de

⁶² *Ibid.*

⁶³ TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada). [6 novembre 2024](#).

vue a été partagé par le maire de Gaspé, Daniel Côté⁶⁴, ainsi que les représentants de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec⁶⁵ et de la Guilde canadienne des médias⁶⁶.

Des organismes représentant les CLOSM ont également exprimé des craintes quant à une possible suppression des services anglais de CBC. Les représentants de la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique⁶⁷, de l'Assemblée communautaire fransaskoise⁶⁸, de la Société Nationale de l'Acadie⁶⁹, de l'Alliance des producteurs francophones du Canada⁷⁰, de la Société de la francophonie manitobaine⁷¹, du Quebec Community Groups Network⁷² et de l'English Language Arts Network⁷³ ont rappelé que les deux services étaient intégrés et que la fermeture du service anglais de CBC aurait irrémédiablement des impacts négatifs sur les CLOSM.

D'autres témoins doutent de la légalité d'une telle décision. Pour les représentants de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario⁷⁴, de l'Association franco-yukonnaise⁷⁵ et du Conseil québécois de la production de langue anglaise⁷⁶, la suppression des services anglais de CBC pourrait contrevenir à la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les langues officielles*.

L'information et les nouvelles locales

Les Canadiens accordent une grande importance à l'information locale. Au cours des dernières années, des enquêtes ont démontré que les Canadiens et Canadiennes veulent avoir accès à de l'information qui reflète la réalité de leurs communautés

⁶⁴ TRCM, Daniel Côté, maire, Ville de Gaspé, [6 novembre 2024](#).

⁶⁵ TRCM, Amélie Hinse, directrice générale, Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, [6 novembre 2024](#).

⁶⁶ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

⁶⁷ TRCM, Marie-Nicole Dubois, présidente du conseil d'administration, Fédération des francophones de la Colombie-Britannique, [20 novembre 2024](#).

⁶⁸ TRCM, Denis Simard, président, Assemblée communautaire fransaskoise, [20 novembre 2024](#).

⁶⁹ TRCM, Martin Théberge, président, Société Nationale de l'Acadie, [27 novembre 2024](#).

⁷⁰ TRCM, Carol Ann Pilon, directrice générale, Alliance des producteurs francophones du Canada, [3 décembre 2024](#).

⁷¹ TRCM, Jean-Michel Beaudry, directeur général, Société de la francophonie manitobaine, [3 décembre 2024](#).

⁷² TRCM, Eva Ludvig, présidente, Quebec Community Groups Network, [27 novembre 2024](#).

⁷³ TRCM, Miranda Castravelli, directrice générale, English Language Arts Network, [27 novembre 2024](#).

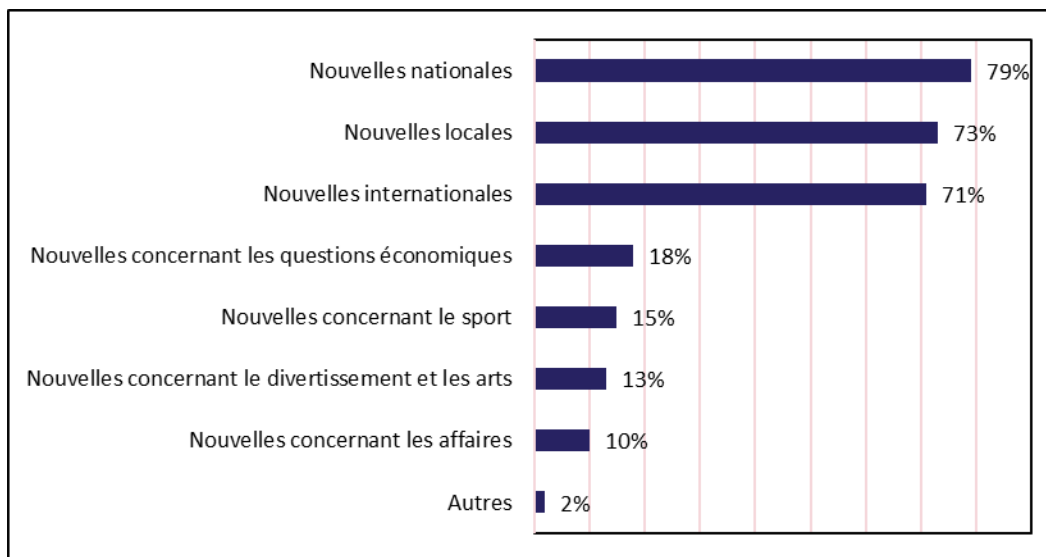
⁷⁴ TRCM, Peter Hominuk, directeur général, Assemblée de la francophonie de l'Ontario, [3 décembre 2024](#).

⁷⁵ TRCM, Isabelle Salesse, directrice générale, Association franco-yukonnaise, [3 décembre 2024](#).

⁷⁶ TRCM, Arnie Gelbart, co-président du conseil d'administration, Conseil québécois de la production de langue anglaise, [27 novembre 2024](#).

immédiates. La figure 5 montre qu'environ trois répondants sur quatre (73 %) étaient intéressés par les nouvelles locales en 2024.

Figure 5 — Types de nouvelles ou sujets d'actualité qui intéressent le plus les Canadiens et Canadiennes (2024)



Source : CRTC, [Les perceptions au sujet de la programmation canadienne et des nouvelles](#). Rapport final, 2025 p. 30.

En 2024, un autre sondage réalisé par la firme [Ipsos](#) [EN ANGLAIS] montrait que 77 % des répondants considéraient qu'il était important pour eux de disposer d'une source d'information locale fiable.

Il est important de mentionner que les nouvelles locales « sont coûteuses à produire⁷⁷ ». Pour le CRTC, leur financement est « l'une des questions les plus pressantes⁷⁸ » que l'organisme réglementaire doit résoudre.

L'importance accordée aux nouvelles locales par les Canadiens s'est reflétée dans les témoignages entendus par le comité. En étant présent dans « plus de 60 communautés dans toutes les régions du Canada⁷⁹ », CBC/Radio-Canada joue un rôle crucial dans ce domaine. Selon Mme Montminy du ministère du Patrimoine canadien, CBC/Radio-Canada peut jouer un rôle clé dans certaines petites

⁷⁷ CRTC, [Décision de radiodiffusion CRTC 2025-133. Examen du Fonds pour les nouvelles locales indépendantes](#), 9 juin 2025.

⁷⁸ TRCM, Scott Shortliffe, directeur exécutif, Radiodiffusion, CRTC, [29 octobre 2024](#).

⁷⁹ TRCM, Joëlle Montminy, sous-ministre adjointe principale, Affaires culturelles, Patrimoine canadien, [23 octobre 2024](#).

collectivités en servant « les Canadiens où qu'ils soient au pays⁸⁰ ». Le CRTC a exprimé le même point de vue :

[Il] y a de grandes préoccupations quant au besoin d'avoir plus d'informations locales, pas seulement parce que c'est important pour le mandat de CBC/Radio-Canada, mais parce qu'il y a une diminution des journaux locaux et des radios locales⁸¹.

Selon la directrice des relations gouvernementales avec les Amis des médias canadiens, Sarah Andrews, « c'est vers CBC/Radio-Canada que les gens se tournent pour obtenir de l'information et des nouvelles⁸² ». Cet organisme a recommandé que les nouvelles locales de CBC/Radio-Canada soient « adéquatement financées⁸³ » et que la Société en fasse une priorité dans la mise en œuvre de son mandat.

Le maire de Gaspé, Daniel Côté, a constaté « une amélioration de la couverture offerte par la Société depuis 7 ans⁸⁴ ». Cependant, la couverture des séances du conseil municipal de Gaspé est encore déficiente :

Par exemple, lors de nos séances du conseil municipal à Gaspé, qui est la plus grande ville de la région, il est rare de voir un journaliste de Radio-Canada, alors que d'autres médias viennent quasi systématiquement. Est-ce parce que les conseils municipaux offrent des sujets locaux et que Radio-Canada a une vocation plus large, régionale ou nationale ?⁸⁵

Pierre Tousignant du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada a corroboré les propos du maire de Gaspé. Selon M. Tousignant, il y a « moins de journalistes actuellement pour couvrir les régions du Québec⁸⁶ ».

Par ailleurs, des francophones vivant en situation minoritaire doivent parfois se tourner vers des services locaux offerts dans d'autres provinces pour s'informer. Malheureusement, ces services ne couvrent pas l'actualité de leur milieu immédiat.

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ TRCM, Scott Shortliffe, directeur exécutif, Radiodiffusion, CRTC, [29 octobre 2024](#).

⁸² TRCM, Sarah Andrews, directrice, Relations gouvernementales et avec les médias, Les Amis des médias canadiens, [30 octobre 2024](#).

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ TRCM, Daniel Côté, maire, Ville de Gaspé, [6 novembre 2024](#).

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, [6 novembre 2024](#).

C'est notamment le cas à Terre-Neuve-et-Labrador selon le président de la Société Nationale de l'Acadie, Martin Théberge :

Autre lacune, les francophones de l'île de Terre-Neuve reçoivent leurs nouvelles et la programmation régionale des stations de Moncton et d'Halifax, alors que ceux du Labrador obtiennent ce service en provenance du Québec. C'est une situation unique au pays qui prive la communauté francophone provinciale d'un lieu d'échange commun⁸⁷.

Outre la politique municipale, les nouvelles locales produites et diffusées par les services locaux de CBC/Radio-Canada apportent un éclairage sur des enjeux spécifiques qui intéressent plus particulièrement certains auditoires. Cependant, il serait possible d'améliorer cette couverture en Alberta selon Mme Gerson du média The Line :

Dans de nombreuses régions rurales à l'extérieur de Calgary et d'Edmonton, les gens parlent de leurs problèmes de logement, des dernières récoltes et de la situation dramatique du milieu agricole. Les gens parlent de ces problèmes quotidiens. Or, ces valeurs sont de moins en moins reflétées par CBC Calgary. Les résidents locaux estiment que CBC Calgary ne présente pas leurs réalités⁸⁸.

La directrice générale de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, Amélie Hinse, ainsi que la directrice générale de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, Angelica Carrero, ont rappelé qu'il y a un consensus clair sur le « rôle primordial⁸⁹ » que doit jouer CBC/Radio-Canada dans la production et la diffusion de nouvelles locales. Mme Hinse est d'avis que Radio-Canada remplit bien « son rôle à l'échelle régionale⁹⁰ », mais que la couverture à l'échelle locale laisse à désirer.

Certains témoins sont d'avis que CBC/Radio-Canada doit cibler sa programmation sur l'information ou des questions connexes. Le professeur Waddell de l'Université Carleton croit que la programmation de la télévision anglaise de CBC doit se concentrer sur huit thèmes : « la vie urbaine au Canada; les affaires et l'économie;

⁸⁷ TRCM, Martin Théberge, président, Société Nationale de l'Acadie, [27 novembre 2024](#).

⁸⁸ TRCM, Jen Gerson, journaliste indépendante, The Line, à titre personnel, [26 novembre 2024](#).

⁸⁹ TRCM, Amélie Hinse, directrice générale, Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, [6 novembre 2024](#) et Angelica Carrero, directrice générale, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, [6 novembre 2024](#).

⁹⁰ *Ibid.*

les politiques publiques aux niveaux fédéral, provincial et municipal; la santé, les sciences et les technologies; les figures canadiennes influentes⁹¹ ». Pour Mme Gerson du média The Line, la Société doit « se concentrer sur les nouvelles et la couverture médiatique, surtout en dehors des grands centres », afin d’offrir des services « dans les endroits qui sont actuellement non desservis par les médias⁹² ».

Les arts et la culture

Le sous-alinéa 3(1)m)(iii) de la *Loi sur la radiodiffusion* énonce que la programmation de CBC/Radio-Canada doit contribuer activement à l’expression culturelle et à l’échange des diverses formes qu’elle peut prendre. CBC/Radio-Canada représente le véhicule le plus important dans la promotion, le soutien et la stimulation des arts et dans l’exploration et la création d’une identité au niveau local, régional et national.

En résumé, des témoins ont réitéré l’importance que CBC/Radio-Canada remplisse son mandat culturel et artistique en faisant la promotion des artistes canadiens et des événements culturels locaux. Cependant, certains d’entre eux ont souligné qu’il est de plus en plus difficile pour la Société de s’acquitter de cette responsabilité avec des ressources financières limitées.

Miranda Castravelli de l’English Language Arts Network a souligné le rôle essentiel joué par CBC/Radio-Canada dans « l’écosystème des arts⁹³ » et « l’économie du Canada⁹⁴ ». Pour une grande majorité des artistes canadiens, « CBC représente une méthode de publicité, un canal de distribution et un organe permettant d’offrir certains services aux collectivités, grandes et petites, y compris là où d’autres diffuseurs ne voudraient pas ou ne pourraient pas aller⁹⁵ ».

Le président de Fentunes Media, Richard Fenton, a rappelé au comité que « la musique, les arts et la culture font partie intégrante⁹⁶ » du mandat de la Société. Pour le Quebec Community Groups Network, le radiodiffuseur public doit se concentrer sur « les histoires, les arts et la culture locales⁹⁷ ».

⁹¹ TRCM, Christopher Waddell, professeur émérite, École de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel, [6 novembre 2024](#).

⁹² TRCM, Jen Gerson, journaliste indépendante, The Line, à titre personnel, [26 novembre 2024](#).

⁹³ TRCM, Miranda Castravelli, directrice générale, English Language Arts Network, [27 novembre 2024](#).

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ *Ibid.*

⁹⁶ TRCM, Richard Fenton, fondateur et président, Fentunes Media, [20 novembre 2024](#).

⁹⁷ Quebec Community Groups Network, [Mémoire au Comité sénatorial permanent des transports et des communications. Étude sur les questions relatives aux transports et aux communications en général : services locaux](#), 27 novembre 2024, p. 3.

M. Fenton, qui a été producteur artistique pendant 18 ans à CBC, a rappelé que la contribution de CBC/Radio-Canada dans le domaine des arts et de la culture se reflète notamment par les revenus générés par la diffusion, les tournées, la vente de billets et les emplois. Toutefois, à mesure que les revenus et la propriété culturels s'érodent dans l'univers numérique, il est crucial que CBC/Radio-Canada demeure un « bastion central des arts et de la musique canadiens⁹⁸ » selon M. Fenton.

CBC/Radio-Canada est également un partenaire clé dans la diffusion et la promotion d'événements culturels locaux. Il peut s'agir de spectacles musicaux, de concerts symphoniques, de festivals et de pièces de théâtre. Selon M. Fenton, l'implication de la Société dans la vie culturelle locale a eu des retombées positives pendant de nombreuses années :

La participation de la SRC permettait à ces événements d'allonger leur budget artistique, de faire de la publicité, de vendre des billets, ce qui améliorait leur faisabilité à long terme. Cela fonctionnait dans les deux sens, puisque ces publics devenaient un auditoire fidèle⁹⁹.

Pour Arnie Gelbart du Conseil québécois de la production de langue anglaise, CBC/Radio-Canada fait face à de nombreux problèmes, « en particulier dans le domaine de la télévision anglaise¹⁰⁰ ». La plupart de ces difficultés sont attribuables à « un sous-financement chronique¹⁰¹ ». Le Conseil québécois de la production de langue anglaise voudrait que CBC/Radio-Canada en fasse plus pour appuyer la production locale dans les différentes régions du Québec.

Un des témoins entendus par le comité, Havoc Franklin, est commissaire avec la Canadian Journalists for Free Expression. M. Franklin a consacré plus de trois décennies au journalisme, au développement de contenu et à la programmation à la télévision et à la radio de CBC, tant au niveau national que local. Il a souligné le rôle des stations de radio locales de CBC/Radio-Canada dans la diffusion de la culture, notamment dans le domaine de la musique :

⁹⁸ TRCM, Richard Fenton, fondateur et président, Fentunes Media, [20 novembre 2024](#).

⁹⁹ *Ibid.*

¹⁰⁰ TRCM, Arnie Gelbart, co-président du conseil d'administration, Conseil québécois de la production de langue anglaise, [27 novembre 2024](#).

¹⁰¹ *Ibid.*

Toutes les stations locales respectent et dépassent l'exigence selon laquelle la moitié du contenu musical doit être canadien. Aucune autre station locale ne fait la même chose dans l'Ouest canadien¹⁰².

M. Franklin a expliqué que CBC/Radio-Canada est soumise à des « contraintes financières¹⁰³ » et que l'augmentation des coûts de production est un facteur à prendre en considération pour évaluer si la Société s'acquitte de son mandat culturel. Par exemple, dans le domaine de la musique, « ce ne sont pas les ressources humaines qui ont diminué, mais les dépenses pour effectuer un enregistrement qui ont explosé¹⁰⁴ ». Par ailleurs, M. Franklin a réitéré l'importance que CBC/Radio-Canada soutienne « la musique émergente¹⁰⁵ » même avec des ressources financières limitées.

Dans son mémoire, M. Franklin a recommandé d'inclure « un éventail plus riche et plus pertinent de contenu culturel local¹⁰⁶ » qui tient compte de la diversité canadienne. Selon M. Franklin, il est nécessaire de mettre en place de nouveaux moyens de faire connaître ce contenu à la population canadienne.

L'importance de créer des liens avec les populations locales

Le sous-alinéa 3(1)m)(vi) de la *Loi sur la radiodiffusion* énonce que Radio-Canada doit « contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales¹⁰⁷ ». La présence de CBC/Radio-Canada dans toutes les régions du pays permet aux Canadiens et aux Canadiennes de se connaître mutuellement et de découvrir leurs différences et leurs points en commun. Des témoins ont émis des commentaires à ce sujet.

L'ancienne dirigeante de CBC, Sue Gardner, déplore le manque « d'expériences communes¹⁰⁸ » et la perte d'une « sentiment de communion¹⁰⁹ » entre les Canadiens. Elle a ajouté que CBC/Radio-Canada éprouve de la difficulté à refléter les

¹⁰² Havoc Franklin, *Mémoire*, 20 novembre 2024, p. 3.

¹⁰³ TRCM, Havoc Franklin, commissaire, Canadian Journalists for Free Expression, à titre personnel, [20 novembre 2024](#).

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ Havoc Franklin, *Mémoire*, 20 novembre 2024, p. 3.

¹⁰⁷ *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11, sous-al. 3(1)m)(vi).

¹⁰⁸ TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

¹⁰⁹ *Ibid.*

histoires du pays et de les expliquer « d’une région à une autre¹¹⁰ ». Pour l’ancien journaliste de CBC, Terry Seguin, il serait possible de faire connaître la région de l’Atlantique aux autres Canadiens : « [Je] pense que nous pouvons certainement utiliser davantage de programmation pour expliquer le Canada atlantique au reste du pays¹¹¹ ». M. Tousignant du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada a émis des commentaires similaires à M. Seguin :

La beauté de CBC/Radio-Canada, c’est de pouvoir connecter les communautés les unes avec les autres. Même si la nouvelle est très locale ou régionale, il faut pouvoir la rendre transnationale ou canadienne, ce que les autres médias ne peuvent pas faire¹¹².

Le professeur Waddell de l’Université Carleton se demande pourquoi « de nombreuses régions n’apparaissent jamais dans les nouvelles et les actualités présentées à la télévision¹¹³ ». Selon M. Waddell, CBC/Radio-Canada pourrait comparer les différentes politiques publiques des provinces :

Nous avons 10 provinces, et combien de fois voyez-vous des histoires dans les médias, sans parler de CBC, qui comparent le système de santé de la Colombie-Britannique à celui de l’Ontario ou de la Saskatchewan ?¹¹⁴

M. Waddell est d’avis que des reportages sur de tels enjeux seraient « susceptibles de toucher l’ensemble des collectivités d’un océan à l’autre¹¹⁵ ».

Pour Kirk LaPointe, journaliste et ancien ombudsman de la CBC, le problème essentiel est que CBC/Radio-Canada « n’a pas été capable de créer un lien « palpable et tangible avec le public¹¹⁶ ». Mme Bakken de Liberté de la presse Canada a

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ TRCM, Terry Seguin, ancien journaliste en télédiffusion principal de CBC/Radio-Canada, à titre personnel, [5 novembre 2024](#).

¹¹² TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada. [6 novembre 2024](#).

¹¹³ TRCM, Christopher Waddell, professeur émérite, École de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel, [6 novembre 2024](#).

¹¹⁴ *Ibid.*

¹¹⁵ *Ibid.*

¹¹⁶ TRCM, Kirk LaPointe, journaliste, professeur agrégé de journalisme, Université de la Colombie-Britannique, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

également affirmé que la Société doit « revenir à l'échelle locale¹¹⁷ » en réaffectant des fonds pour soutenir les journalistes affectés aux affaires municipales.

Pour le directeur général de la Société de la francophonie manitobaine, Jean-Michel Beaudry, « le désinvestissement dans les régions partout au Canada, à la fois à Radio-Canada et à CBC » a effrité « le lien de proximité avec les antennes locales¹¹⁸ ».

De son côté, Mme Forest de la Guilde canadienne des médias a expliqué que certains segments de la population canadienne ne se reconnaissent pas dans la programmation de la Société :

Pourquoi les gens délaissent-ils CBC/Radio-Canada ? Pourquoi ne l'écoutent-ils pas ? C'est parce qu'ils ne s'entendent pas. Et pourquoi ? Parce que CBC/Radio-Canada n'est pas présente dans la région et n'a pas de pied-à-terre à Prince George ou à Yarmouth¹¹⁹.

Lors de leur comparution en octobre 2025, les dirigeants de CBC/Radio-Canada ont affirmé prendre très au sérieux l'importance de faire connaître des sujets d'intérêt local à des auditoires nationaux. Le directeur général et rédacteur en chef de CBC News, Brodie Fenlon, a expliqué que la Société étendra sa couverture régionale dans les prochaines années :

Il s'agit de nous rendre dans un plus grand nombre d'endroits et de nous appuyer ensuite sur le réseau que nous avons le privilège de couvrir pour faire passer ce genre de traitement à un niveau supérieur afin de mieux refléter la vie des gens et notre époque¹²⁰.

La présidente et directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, a admis qu'il y a un « manque de liens avec la population dans certaines régions¹²¹ » qui s'explique notamment par un manque de ressources. La Société prévoit mettre

¹¹⁷ TRCM, Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

¹¹⁸ TRCM, Jean-Michel Beaudry, directeur général, Société de la francophonie manitobaine, [3 décembre 2024](#).

¹¹⁹ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

¹²⁰ TRCM, Brodie Fenlon, directeur général et rédacteur en chef, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

¹²¹ TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

en œuvre les initiatives suivantes d'ici 2030 pour que les différents segments de la population canadienne se sentent représentés :

- Plus de ressources pour la couverture de l'actualité dans les régions : l'objectif est de financer une couverture supplémentaire et d'embaucher suffisamment de journalistes pour couvrir 15 à 20 communautés dont la population est supérieure à 50 000 habitants et qui n'ont actuellement aucune ou peu de présence locale de CBC/Radio-Canada.
- Un soutien aux médias locaux : Un partage des ressources et formations en partenariat avec d'autres médias et partenaires pour renforcer les écosystèmes locaux d'information.
- Plus de culture, de musique et de sport amateur : une couverture pancanadienne, avec une attention particulière portée aux CLOSM et aux francophones. Cela permettra également aux organismes de bénéficier de commandites et d'une visibilité nationale et internationale.
- Investissements dans le Nord du Canada : capacité et résilience accrues pour améliorer les services dans tout le Nord, en incluant des partenariats avec la société civile, les médias publics et communautaires et les établissements d'enseignement.

Récemment, le 16 janvier 2026, CBC/Radio-Canada [annonçait](#) l'ouverture de 11 nouveaux bureaux locaux ainsi que le recrutement de 33 journalistes partout au pays. En voici la liste, d'ouest en est :

- Richmond (Colombie-Britannique);
- Haines Junction (Yukon);
- Dawson (Yukon);
- Swift Current (Saskatchewan);
- Yorkton (Saskatchewan);
- Moose Jaw (Saskatchewan);
- Région de Selkirk/d'Interlake (Manitoba);
- Flin Flon (Manitoba);
- Région de Peel (Ontario);
- Sept-Îles/Côte-Nord et Basse-Côte-Nord (Québec);

- Châteauguay/Montérégie (Québec).

Les communautés de langue officielle en situation minoritaire

En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, la programmation de CBC/Radio-Canada doit être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des collectivités de langue officielle, y compris les besoins et les intérêts propres aux CLOSM¹²². Par ailleurs, conformément à l'article 42.1 de la *Loi sur les langues officielles*, le gouvernement fédéral reconnaît explicitement que CBC/Radio-Canada contribue par ses activités « à l'épanouissement des minorités francophones et anglophones du Canada et à la protection et la promotion des deux langues officielles¹²³ ».

Pour M. Tousignant du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, la Société demeure « le principal lieu d'expression et de débats et le reflet de la vitalité économique, sociale, culturelle et sportive¹²⁴ » des CLOSM.

La grande majorité des représentants des organismes représentant des CLOSM ont affirmé avec force et conviction le rôle essentiel joué par CBC/Radio-Canada dans le développement et l'épanouissement des minorités linguistiques. Ce point de vue a notamment été émis par les dirigeants de l'Association des francophones du Nunavut¹²⁵, de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario¹²⁶ et de l'Association canadienne-française de l'Alberta¹²⁷. Comme l'a affirmé la directrice générale de la Fédération franco-ténoise, Audrey Fournier :

¹²² *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11, sous-al. 3(1)m)(iv).

¹²³ *Loi sur les langues officielles*, L.R.C. 1985, ch. 31 (4^e suppl.), art. 41.1.

¹²⁴ Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, [6 novembre 2024](#).

¹²⁵ TRCM, Christian Ouaka, directeur général, Association des francophones du Nunavut, [26 novembre 2024](#).

¹²⁶ TRCM, Peter Hominuk, directeur général, Assemblée de la francophonie de l'Ontario, [3 décembre 2024](#).

¹²⁷ TRCM, Nathalie Lachance, présidente, Association canadienne-française de l'Alberta, [20 novembre 2024](#).

À notre avis, Radio-Canada joue un rôle crucial dans le maintien de la vitalité de nos communautés. En offrant du contenu en français qui reflète nos réalités, elle contribue à préserver notre langue et notre identité, notamment auprès des jeunes. La diffusion de contenu local facilite aussi l'intégration des nouveaux arrivants dans notre communauté et la création d'un sentiment d'appartenance¹²⁸.

Pour les représentants des CLOSM, CBC/Radio-Canada est perçue comme un service essentiel pour l'épanouissement des minorités linguistiques. Pour Kirwan Cox, directeur général du Conseil québécois de la production de langue anglaise, « les services médiatiques publics de la CBC sont essentiels à la vitalité et à la survie culturelle de notre communauté¹²⁹ ».

De son côté, Nathalie Lachance de l'Association canadienne-française de l'Alberta a souligné le « rôle essentiel¹³⁰ » joué par les services français de la SRC pour assurer la vitalité des communautés francophones de l'Alberta. Dans le même ordre d'idée, Christian Ouaka de l'Association des francophones du Nunavut est d'avis que la SRC « représente un outil essentiel pour assurer le lien entre les communautés francophones éparpillées à travers le pays¹³¹ ». Les représentants de la Société Nationale de l'Acadie¹³², de la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador¹³³, de l'Alliance des producteurs francophones du Canada¹³⁴, de l'Assemblée de la Francophonie de l'Ontario¹³⁵ et de l'Association franco-yukonnaise¹³⁶ ont également souligné le rôle essentiel joué par les services français de Radio-Canada pour resserrer les liens entre les différentes communautés francophones en situation minoritaire.

¹²⁸ TRCM, Audrey Fournier, directrice générale, Fédération franco-ténoise, [26 novembre 2024](#).

¹²⁹ Kirwan Cox, directeur général, Conseil québécois de la production de langue anglaise, [27 novembre 2024](#).

¹³⁰ TRCM, Nathalie Lachance, présidente, Association canadienne-française de l'Alberta, [20 novembre 2024](#).

¹³¹ TRCM, Christian Ouaka, directeur général, Association des francophones du Nunavut, 26 novembre 2024.

¹³² TRCM, Martin Théberge, président, Société Nationale de l'Acadie, [27 novembre 2024](#).

¹³³ TRCM, Tony Cornect, président, Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador, [27 novembre 2024](#).

¹³⁴ TRCM, Carol Ann Pilon, directrice générale, Alliance des producteurs francophones du Canada, [3 décembre 2024](#).

¹³⁵ TRCM, Peter Hominuk, directeur général, Assemblée de la francophonie de l'Ontario, [3 décembre 2024](#).

¹³⁶ TRCM, Isabelle Salesse, directrice générale, Association franco-yukonnaise, [3 décembre 2024](#).

La principale critique formulée par les associations représentant les minorités francophones est que la programmation des services français de Radio-Canada est principalement axée sur le Québec et que leur réalité n'est pas reflétée. Ces commentaires ont été formulés par les dirigeants de la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique¹³⁷, de la Fédération franco-ténoise¹³⁸, de la Société Nationale de l'Acadie¹³⁹, de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario¹⁴⁰, de l'Association franco-yukonnaise¹⁴¹ et de l'Alliance des producteurs francophones du Canada¹⁴². Denis Simard de l'Assemblée communautaire fransaskoise a expliqué les impacts de cette absence dans la programmation sur les jeunes Fransaskois :

Quand les jeunes ne se voient pas ou ne voient pas de Fransaskois à la barre du Téléjournal ou d'autres émissions, on soupçonne que ce sont seulement des Québécois, des Montréalais, qui peuvent occuper ce genre d'emplois. Si les jeunes ne se voient pas, ils ne vont pas imaginer un avenir où ils peuvent devenir ces personnes¹⁴³.

Eva Ludvig du Quebec Community Groups Network a également mentionné que la réalité des communautés anglophones qui vivent dans les régions du Québec n'est pas adéquatement représentée sur les ondes de CBC :

Notre représentation dans les émissions de CBC qui ne sont pas consacrées aux actualités demeure limitée, ce qui fait que de nombreux Québécois d'expression anglaise se sentent exclus des récits plus généraux¹⁴⁴.

Par ailleurs, certaines régions du pays n'ont pas encore un accès à tous les services de télévision et de radio traditionnels de la Société. En Colombie-Britannique, il existerait des régions « où le signal provincial de Radio-Canada n'est pas

¹³⁷ TRCM, Marie-Nicole Dubois, présidente du conseil d'administration, Fédération des francophones de la Colombie-Britannique, [20 novembre 2024](#).

¹³⁸ TRCM, Audrey Fournier, directrice générale, Fédération franco-ténoise, [26 novembre 2024](#).

¹³⁹ TRCM, Martin Théberge, président, Société Nationale de l'Acadie, [27 novembre 2024](#).

¹⁴⁰ TRCM, Fabien Hébert, président, Assemblée de la francophonie de l'Ontario, [3 décembre 2024](#).

¹⁴¹ TRCM, Isabelle Salesse, directrice générale, Association franco-yukonnaise, [3 décembre 2024](#).

¹⁴² TRCM, Carol Ann Pilon, directrice générale, Alliance des producteurs francophones du Canada, [3 décembre 2024](#).

¹⁴³ TRCM, Denis Simard, président, Assemblée communautaire fransaskoise, [20 novembre 2024](#).

¹⁴⁴ TRCM, Eva Ludvig, présidente, Quebec Community Groups Network, [27 novembre 2024](#).

disponible¹⁴⁵ » selon Mme Dubois de la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique.

La production francophone des communautés de langue officielle en situation minoritaire

En vertu de ses conditions de licence, Radio-Canada consacre une proportion de ses dépenses à de la programmation provenant de producteurs indépendants issus des CLOSM. Par exemple, entre 2019-2020 et 2021-2022, une moyenne de 40 % « des émissions originales produites dans la francophonie canadienne¹⁴⁶ » étaient diffusées par Radio-Canada.

Les représentants de l'Association canadienne-française de l'Alberta¹⁴⁷ et de l'Alliance des producteurs francophones du Canada¹⁴⁸ ont affirmé que l'augmentation de la production indépendante en région permettrait de mieux refléter les particularités des communautés francophones en situation minoritaire.

Des témoins ont réclamé que la Société crée un deuxième centre de production en français à l'extérieur du Québec. Pour les représentants de la Société Nationale de l'Acadie¹⁴⁹ et de l'Assemblée communautaire fransaskoise¹⁵⁰, la décentralisation de la production francophone à l'extérieur du Québec assurerait « une diversité dans la programmation nationale de Radio-Canada¹⁵¹ ».

La méthode utilisée par CBC/Radio-Canada pour calculer ses dépenses de production en français dans les communautés minoritaires a également été soulevée lors de la comparution des hauts dirigeants de la Société. Actuellement, il semblerait que les dépenses en émissions produites par les producteurs des CLOSM déclarées par la Société au CRTC incluent la totalité des droits de licence versés aux projets coproduits avec des producteurs non issus d'une CLOSM.

CBC/Radio-Canada est bien au fait de cette problématique. En réponse à une question à ce sujet, la présidente et directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, a affirmé qu'il s'agit d'un « système qui a été agréé de part

¹⁴⁵ TRCM, Marie-Nicole Dubois, présidente du conseil d'administration, Fédération des francophones de la Colombie-Britannique, [20 novembre 2024](#).

¹⁴⁶ TRCM, Carol Ann Pilon, directrice générale, Alliance des producteurs francophones du Canada, [3 décembre 2024](#).

¹⁴⁷ TRCM, Nathalie Lachance, présidente, Association canadienne-française de l'Alberta, [20 novembre 2024](#).

¹⁴⁸ TRCM, Carol Ann Pilon, directrice générale, Alliance des producteurs francophones du Canada, [3 décembre 2024](#).

¹⁴⁹ TRCM, Martin Théberge, président, Société nationale de l'Acadie, [27 novembre 2024](#).

¹⁵⁰ TRCM, Denis Simard, président, Assemblée communautaire fransaskoise, [20 novembre 2024](#).

¹⁵¹ *Ibid.*

et d'autre¹⁵² » au cours des années. La révision de cette méthode de calcul est possible, mais le CRTC doit être impliqué dans les discussions selon Mme Bouchard.

Les peuples autochtones

Lors du dernier renouvellement des licences de radiodiffusion des services traditionnels de CBC/Radio-Canada, le CRTC a reconnu que l'[appel à l'action 84 de la Commission de vérité et de réconciliation](#) et l'[article 16 de la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones](#) étaient liés à certains objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* en faisant référence au reflet des peuples autochtones dans la programmation diffusée par CBC/Radio-Canada.

Plus spécifiquement, le CRTC a imposé à CBC/Radio-Canada des exigences en matière de dépenses et de rapports afin de s'assurer que le radiodiffuseur public national soutienne et diffuse une programmation pertinente et représentative des peuples autochtones vivant au Canada. Le CRTC a exigé également que CBC/Radio-Canada tienne des consultations officielles tous les deux ans avec les peuples autochtones.

CBC/Radio-Canada offre des contenus autochtones aux auditoires autochtones et non autochtones, en français, en anglais et en huit langues autochtones. En 2024, la Société a lancé une [Stratégie nationale autochtone 2024-2027](#). Ce plan a été développé en consultation avec « les communautés et les leaders autochtones¹⁵³ ». Selon la directrice aux Affaires culturelles du ministère du Patrimoine canadien, Annick Munezero, la Société s'est donné comme objectif d'améliorer « les services et le contenu offerts, pour mieux représenter les communautés autochtones dans leurs contenus¹⁵⁴ ». Un rapport annuel est produit chaque année pour décrire les résultats obtenus et les leçons apprises afin d'améliorer les services.

Des témoins ont mentionné que CBC/Radio-Canada faisait un bon travail pour soutenir la production et la promotion de contenus de créateurs autochtones. Selon la professeure Lindgren de l'Université de Toronto Metropolitan, « le service de programmation autochtone de CBC/Radio-Canada remporte un bon succès » et « l'offre est abondante¹⁵⁵ ».

La programmation de CBC North, qui inclut des histoires autochtones locales, permet de diffuser du contenu à de nombreuses communautés du Nord. Selon Mme

¹⁵² TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

¹⁵³ TRCM, Annick Munezero, directrice, Affaires culturelles, Patrimoine canadien, [23 octobre 2024](#).

¹⁵⁴ *Ibid.*

¹⁵⁵ TRCM, April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université de Toronto Metropolitan, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

Bakken de Liberté de la presse Canada, ce service joue un rôle crucial dans certaines régions en tant que source unique d'information :

CBC North transmet l'actualité dans huit langues autochtones aux collectivités éloignées du Nord. Comme dans les autres régions dont nous avons entendu parler aujourd'hui, cette chaîne est la seule source d'actualité et d'information. Pendant les situations de crise, elle fournit aux gens un filin de sécurité¹⁵⁶.

La directrice générale de l'Inuvialuit Communications Society, Tamara Voudrach, a mentionné que la radiodiffusion permet de renforcer les relations entre les régions inuites. Sur le plan local, des organisations telles que CBC/Radio-Canada dans le Nord, Cabin Radio à Yellowknife et NNSL Media dans les Territoires du Nord-Ouest « jouent un rôle de premier plan pour que les habitants du Nord aient accès à des nouvelles et prennent connaissance de l'actualité¹⁵⁷ ».

La directrice générale de l'Inuit Broadcasting Corporation, Manitok Thompson, a expliqué au comité que l'expansion de la radiodiffusion dans les années 1970 a été perçue comme une menace aux cultures autochtones. Aujourd'hui, des ressources ont été assignées dans le Nord selon Mme Thompson :

[Je] sais que dans chaque communauté, il y a un journaliste de CBC. Cette personne est souvent unilingue, et elle ne fait que diffuser les nouvelles communautaires. Il y a des nouvelles ou des faits saillants concernant chaque collectivité, alors c'est cette personne qui est écoutée. Il y a une personne-ressource dans chaque collectivité¹⁵⁸.

Mme Thompson a ajouté que la radio de CBC/Radio-Canada en inuktitut est la seule source d'information des aînés unilingues « sur ce qui se produit dans le monde ou sur la politique¹⁵⁹ ».

Lors de son témoignage, la présidente-directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, a souligné que la Société s'efforce de refléter « le plus

¹⁵⁶ TRCM, Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

¹⁵⁷ TRCM, Tamara Voudrach, directrice générale, Inuvialuit Communications Society, [26 novembre 2024](#).

¹⁵⁸ TRCM, Manitok Thompson, directrice générale, Inuit Broadcasting Corporation, [26 novembre 2024](#).

¹⁵⁹ *ibid.*

efficacement possible¹⁶⁰ » la diversité et la nature originale de la culture en français, en anglais et dans huit langues autochtones.

Les services d'urgence

Des témoins ont souligné le rôle joué par les services de radio et de télévision traditionnels lors des situations d'urgence. Pour la professeure Lindgren de l'Université de Toronto Metropolitan, la radio traditionnelle demeure un média de choix pour rejoindre la population :

La radio reste un élément très important de la notification et de la transmission d'informations aux personnes se trouvant dans des situations très difficiles. Ce n'est pas une coïncidence si les trousseaux d'urgence que l'on recommande aux gens d'avoir en cas d'incendie ou d'inondation contiennent une radio à manivelle¹⁶¹.

Selon Mme Lachance de l'Association canadienne-française de l'Alberta, les services de Radio-Canada furent « la seule source d'information accessible en français¹⁶² » lors des inondations de Calgary en 2013, des feux de forêt de Fort McMurray en 2016 et des incendies des Territoires du Nord-Ouest en 2023. Mme Forest de la Guilde canadienne des médias a émis un commentaire similaire :

Quand les incendies ont dévoré Fort McMurray et Lytton, quand le Sud de l'Alberta a été inondé, quand la tempête Fiona s'est abattue sur l'Atlantique, quand Yellowknife a été évacuée, le diffuseur public et ses infrastructures étaient là pour informer les sinistrés et maintenir leur lien avec le reste du pays¹⁶³.

¹⁶⁰ TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

¹⁶¹ TRCM, April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université de Toronto Metropolitan, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

¹⁶² TRCM, Nathalie Lachance, présidente, Association canadienne-française de l'Alberta, [20 novembre 2024](#).

¹⁶³ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

Les représentants de Liberté de la presse Canada¹⁶⁴, de la Canadian Journalists for Free Expression¹⁶⁵, de la Fédération franco-ténoise¹⁶⁶ ainsi que l'ancienne journaliste de la CBC à Edmonton, Kim Trynacity¹⁶⁷, ont également mentionné que les services de la Société étaient indispensables dans les situations d'urgence.

L'honorable sénateur Percy Downe a porté à l'attention du comité les répercussions de la suspension de la diffusion des bulletins de nouvelles locales de CBC/Radio-Canada à l'Île-du-Prince-Édouard en mars 2020. Selon le sénateur, la pandémie de COVID-19 a démontré « que les services de la Société sont essentiels¹⁶⁸ ». Cependant, le sénateur Downe est critique envers CBC/Radio-Canada qui aurait manqué « à son devoir et à ses responsabilités¹⁶⁹ » en annulant ces bulletins. La Société aurait dû être sanctionnée par le CRTC selon le sénateur.

À titre d'information, le Canada dispose d'un [Système national d'alertes au public](#) appelé [En Alerte](#) qui procure aux organisations responsables de la gestion des urgences la capacité d'avertir rapidement les Canadiens des risques qui mettent leur vie en danger. CBC/Radio-Canada est partie prenante à ce système en mettant à profit son infrastructure de transmission et de distribution partout au pays afin d'informer les Canadiens en cas de danger.

Les plateformes traditionnelles et numériques

Pendant de nombreuses années, les radiodiffuseurs offraient une programmation locale par l'entremise de leurs services de télévision et de radio traditionnels. Cependant, l'Internet et l'amélioration des technologies sans fil et de réseaux filaires à large bande ont révolutionné le système canadien de radiodiffusion.

Les sites de nouvelles en ligne, incluant les médias sociaux, sont devenus la principale source d'information pour 73 % des Canadiens (figure 6). À l'inverse, les parts de la télévision et des médias imprimés (journaux et magazines) comme sources de nouvelles principales sont passées de 31 % en 2018 à 14 % entre 2018 et 2025.

¹⁶⁴ TRCM, Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

¹⁶⁵ TRCM, Havoc Franklin, commissaire, Canadian Journalists for Free Expression, à titre personnel, [20 novembre 2024](#).

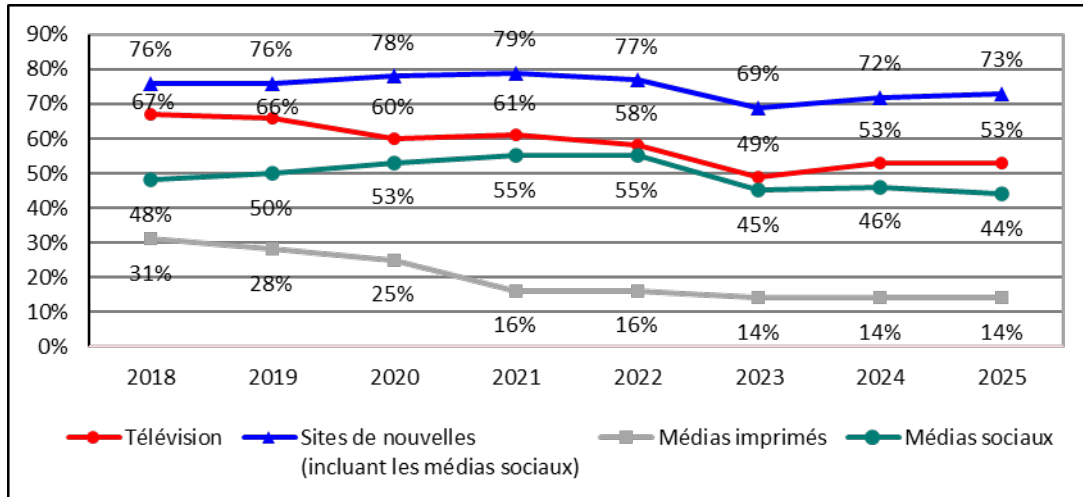
¹⁶⁶ TRCM, Audrey Fournier, directrice générale, Fédération franco-ténoise, [26 novembre 2024](#).

¹⁶⁷ TRCM, Kim Trynacity, professeure de journalisme, Université MacEwan, à titre personnel, [3 décembre 2024](#).

¹⁶⁸ TRCM, L'hon. Percy E. Downe, [5 novembre 2024](#).

¹⁶⁹ *Ibid.*

Figure 6 — Sources d'information utilisées par les Canadiens (2018 à 2025)



Source : Reuters Institute for the Study of Journalism, *Reuters Institute Digital News Reports: 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025*. [EN ANGLAIS SEULEMENT] Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement.

CBC/Radio-Canada est bien implanté dans le secteur numérique depuis plus de deux décennies. La Société utilise une panoplie de plateformes pour offrir du contenu qui attire un vaste auditoire. En 2024-2025, la moyenne mensuelle de visiteurs uniques des services numériques de Radio-Canada était de 5,4 millions (3,8 millions en 2017-2018) tandis que les services numériques de CBC attiraient une moyenne mensuelle de visiteurs uniques de 16,2 millions (14,8 millions en 2017-2018)¹⁷⁰.

Du contenu produit par CBC/Radio-Canada est disponible sur des plateformes numériques telles que YouTube, Snapchat et TikTok. De plus, depuis 2022, CBC/Radio-Canada a lancé des chaînes FAST (diffusion en continu gratuite financée par la publicité) diffusées par des entreprises de distribution de radiodiffusion virtuelles et des services comme Samsung, Roku et LG.

Comme l'a affirmé la présidente et directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, la Société prévoit continuer d'utiliser ses services numériques pour offrir une diversité de contenus à l'échelle locale :

¹⁷⁰ CBC/Radio-Canada, *Rapport annuel 2024-2025*, p. 24.

Nous continuons de mettre au point des technologies qui nous permettent de produire du contenu complet — pas seulement des informations, mais aussi des sports et de la culture — avec de l'équipement très léger. Par conséquent, nous pouvons imaginer un monde où nous pourrions être présents dans plus de localités où il se passe des choses importantes — pas seulement des problèmes — pour la population locale, qui se sentira représentée, prise en compte¹⁷¹.

Des témoins sont d'accord avec l'approche numérique préconisée par CBC/Radio-Canada. Pour l'ancienne dirigeante de CBC, Sue Gardner, un réinvestissement dans les nouvelles locales est souhaitable dans la mesure où cette programmation est transmise « au moyen des services numériques, et non sur la radio et la télévision traditionnelles¹⁷² ». Matthew Hatfield d'Open Media est également favorable à une telle orientation stratégique :

Peut-être faudrait-il encourager CBC/Radio-Canada à se doter d'équipes plus légères, peut-être axées sur le numérique ou l'audio dans de nombreuses collectivités canadiennes et s'assurer qu'elles sont présentes dans toutes les collectivités canadiennes¹⁷³.

Une connexion Internet à large bande est nécessaire pour avoir accès aux plateformes numériques de CBC/Radio-Canada. Selon certains témoins, il existe encore des lacunes en matière de connectivité dans les collectivités rurales et éloignées du Canada. Pour Mme Forest de la Guilde canadienne des médias, l'accès aux services Internet à large bande est encore problématique dans le Nord :

Savez-vous à quelle fréquence la connexion avec Whitehorse est coupée; à quelle fréquence les gens perdent leurs services téléphoniques ? Ils n'ont qu'un seul fournisseur, et parfois ça ne fonctionne tout simplement pas. On perd la connexion¹⁷⁴.

¹⁷¹ TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

¹⁷² TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

¹⁷³ TRCM, Matthew Hatfield, directeur exécutif, OpenMedia, [30 octobre 2024](#).

¹⁷⁴ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

Les représentants de l'Assemblée communautaire fransaskoise¹⁷⁵, de la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador¹⁷⁶, de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario¹⁷⁷ et de l'Inuit Broadcasting Corporation¹⁷⁸ ont également mentionné qu'il y avait encore des écarts régionaux en matière d'accès Internet à large bande dans leur région. Selon Mme Bakken de Liberté de la presse Canada, il est nécessaire de faire de l'accès à la large bande un service public afin de pouvoir accéder au contenu en ligne de CBC/Radio-Canada.

Nous sommes maintenant un diffuseur numérique. Il faut que la large bande couvre tout le pays. Nous devons être en mesure d'offrir un service numérique parce que même dans le bulletin de nouvelles du soir, la plupart des choses que vous voyez sont tirées de séquences filmées à l'aide d'un téléphone¹⁷⁹.

La collaboration avec les autres organisations médiatiques

Des témoins ont suggéré de resserrer la collaboration entre CBC/Radio-Canada et d'autres organisations médiatiques afin d'assurer une meilleure couverture des enjeux locaux et régionaux. De tels partenariats permettraient d'offrir une diversité de voix et d'attirer l'attention d'un public plus large sur certains enjeux locaux.

De tels partenariats existent déjà sous différentes formes. Par exemple, le site web institutionnel de la Société donne un accès au [répertoire des médias locaux](#) qui permet d'accéder rapidement à des sources locales de nouvelles et d'information. Ce répertoire a été développé par CBC/Radio-Canada et 11 associations et organisations médiatiques du Canada.

La professeure Lindgren de l'Université de Toronto Metropolitan a affirmé que CBC/Radio-Canada pourrait en faire davantage dans la diffusion de nouvelles locales. La Société pourrait notamment collaborer avec les médias locaux dans les communautés mal desservies :

¹⁷⁵ TRCM, Denis Simard, président, Assemblée communautaire fransaskoise, [20 novembre 2024](#).

¹⁷⁶ TRCM, Tony Cornect, président, Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador, [27 novembre 2024](#).

¹⁷⁷ TRCM, Fabien Hébert, président, Assemblée de la francophonie de l'Ontario, [3 décembre 2024](#).

¹⁷⁸ TRCM, Karen Prentice, directrice du contenu et des communications, Inuit Broadcasting Corporation, [26 novembre 2024](#).

¹⁷⁹ TRCM, Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

Dans une communauté où il y a un ou deux journalistes de CBC/Radio-Canada, une petite station de radio et un petit journal, ils pourraient collaborer à des projets et se pencher ensemble sur divers problèmes auxquels la communauté fait face afin de chercher des solutions et d'offrir un lieu de dialogue¹⁸⁰.

Pour M. Tousignant du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, la collaboration entre la radiodiffusion communautaire et le radiodiffuseur public national est une « piste intéressante » à explorer. Le défi consiste à transformer une nouvelle locale ou régionale et de la rendre « transnationale ou canadienne¹⁸¹ » selon M. Tousignant.

De son côté, M. Hatfield d'OpenMedia a suggéré de faire en sorte que le contenu journalistique produit par CBC/Radio-Canada soit mis à la disposition de tous les médias au moyen de licences de type Creative Commons :

Je pense que ce qui est formidable avec les licences Creative Commons, c'est que CBC/Radio-Canada et le CRTC n'ont pas à décider. Le contenu est disponible, et dans le cadre de paramètres assez larges. Je suis sûr que les médias locaux trouveraient des moyens intéressants et uniques de mettre en valeur le contenu de CBC/Radio-Canada et probablement de lui attirer des publics qu'il n'atteindrait jamais selon les paramètres de CBC/Radio-Canada¹⁸².

Selon le professeur Waddell de l'Université Carleton, « CBC devrait permettre à toutes les agences de presse au Canada d'utiliser gratuitement ses reportages sur ce qui se passe au pays et à l'étranger¹⁸³ ». M. Waddell a suggéré que La Presse canadienne se charge de distribuer ces reportages. À l'inverse, CBC devrait diffuser des reportages produits par de petites agences de presse :

¹⁸⁰ TRCM, April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université de Toronto Metropolitan, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

¹⁸¹ TRCM, Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, [6 novembre 2024](#).

¹⁸² TRCM, Matthew Hatfield, directeur exécutif, OpenMedia, [30 octobre 2024](#).

¹⁸³ TRCM, Christopher Waddell, professeur émérite, École de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel, [6 novembre 2024](#).

La plateforme en ligne de CBC devrait diffuser des reportages réalisés par de petites agences de presse en démarrage pour donner à leur travail une visibilité auprès d'une grande partie du public qu'elles ont perdu en raison du blocage sur Facebook du contenu de nouvelles canadien. CBC pourrait encourager ses auditoires à s'abonner à ces petits médias, ce qui favoriserait leur croissance¹⁸⁴.

M. Pearson de l'Acadia Broadcasting Corporation est ouvert à l'idée de partager le contenu journalistique produit par son entreprise avec CBC/Radio-Canada. Un tel échange aiderait Acadia Broadcasting Corporation « à proposer plus de contenu à l'antenne à nos auditeurs¹⁸⁵ ». En retour, la Société devrait partager ses propres nouvelles selon M. Pearson.

La possibilité que CBC/Radio-Canada puisse offrir de la formation à des jeunes constitue une autre avenue à explorer selon certains témoins. Pour l'ancienne dirigeante de CBC, Sue Gardner, une partie du travail de la Société est de former des journalistes pour « couvrir les nouvelles locales¹⁸⁶ ».

Dans le secteur communautaire, une plus grande collaboration entre CBC/Radio-Canada et des stations de radio et de télévision communautaires est possible. Selon Mme Hinse de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec :

CBC/Radio-Canada pourrait tirer parti de la présence de petits radiodiffuseurs communautaires dans les petites communautés en accédant à leur contenu, et où, en contrepartie, les radiodiffuseurs communautaires pourraient tirer profit du leadership journalistique de CBC/Radio-Canada¹⁸⁷.

¹⁸⁴ TRCM, Christopher Waddell, professeur émérite, École de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel, [6 novembre 2024](#).

¹⁸⁵ TRCM, Chris Pearson, président, Acadia Broadcasting Corporation, [5 novembre 2024](#).

¹⁸⁶ TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

¹⁸⁷ TRCM, Amélie Hinse, directrice générale, Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, [6 novembre 2024](#).

Les radios communautaires pourraient également être mises à profit pour renforcer « la mission de Radio-Canada¹⁸⁸ » selon Mme Carrero de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec.

De leur côté, les organismes représentant les CLOSM voient d'un bon œil la création de partenariats entre CBC/Radio-Canada et les médias communautaires. Les représentants de l'Association des francophones du Nunavut¹⁸⁹, de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario¹⁹⁰, de l'Association canadienne-française de l'Alberta¹⁹¹ et du Quebec Community Groups Network¹⁹² ont affirmé qu'une telle collaboration serait bénéfique pour les deux parties.

Quelques témoins doutent que l'établissement de tels partenariats soit possible. Mme Voudrach de la Inuvialuit Communications Society et Corey Larocque de Nunatsiq News ont évoqué la concurrence que se livrent les médias dans le Nord :

Je ne sais pas s'il y a des possibilités de partenariat entre CBC/Radio-Canada et les médias du secteur privé. Dans le Nord, le paysage est très semblable à celui des zones urbaines du Sud. CBC/Radio-Canada est en concurrence avec les organismes de nouvelles du secteur privé, y compris CTV ou Global, mais aussi avec les journaux et les stations de radio. De même, je ne vois pas comment on pourrait former des partenariats entre CBC/Radio-Canada et Nunatsiq News. Ce sont des entités distinctes, qui disposent de budgets distincts et de ressources différentes. Chacun a sa façon de faire. Je ne sais pas comment des partenariats seraient possibles¹⁹³.

Le comité appuie une présence accrue de CBC/Radio-Canada dans les collectivités locales et le renforcement de la collaboration avec les médias privés et communautaires dans toutes les régions du pays. Toutefois, il est important que cette présence accrue ne se fasse pas au détriment des médias locaux déjà établis dans certains marchés. La compétition pour le recrutement de journalistes a été

¹⁸⁸ TRCM, Angelica Carrero, directrice générale, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, [6 novembre 2024](#).

¹⁸⁹ TRCM, Christian Ouaka, directeur général, Association des francophones du Nunavut, [26 novembre 2024](#).

¹⁹⁰ TRCM, Peter Hominuk, directeur général, Assemblée de la francophonie de l'Ontario, [3 décembre 2024](#).

¹⁹¹ TRCM, Nathalie Lachance, présidente, Association canadienne-française de l'Alberta, [20 novembre 2024](#).

¹⁹² TRCM, Eva Ludvig, présidente, Quebec Community Groups Network, [27 novembre 2024](#).

¹⁹³ TRCM, Corey Larocque, directeur-rédacteur en chef, Nunatsiq News, [26 novembre 2024](#).

soulevée par les représentants de l’Inuit Broadcasting Corporation¹⁹⁴ et du Nunatsiaq News :

Nous sommes également en concurrence avec CBC/Radio-Canada pour ce qui est du recrutement et du maintien en poste des journalistes. Avec l’appui massif du gouvernement fédéral, la société d’État peut offrir une rémunération supérieure à la nôtre et vole régulièrement des employés d’organismes de presse du secteur privé, y compris le nôtre¹⁹⁵.

Ce point a également été soulevé par l’Association canadienne des radiodiffuseurs. CBC/Radio-Canada serait en compétition avec les radiodiffuseurs privés dans certains marchés de taille petite ou moyenne dans la recherche de ressources humaines. Selon son président, Kevin Desjardins, les radiodiffuseurs privés ne peuvent concurrencer la Société lors de l’embauche de journalistes dans certains marchés de taille petite ou moyenne :

Je pense que c’est dans certains marchés de taille petite ou moyenne que la concurrence pour les talents se fait sentir, et que certaines petites stations de radio et de télévision n’ont pas forcément la capacité de proposer le même type d’offre concurrentielle que CBC/Radio-Canada lorsqu’elles décident de s’implanter dans un territoire. Cela s’est certainement produit à plusieurs reprises, lorsque nous avons entendu une belle histoire sur le fait que CBC/Radio-Canada investissait davantage dans certains endroits, mais lorsqu’elle le fait, cela signifie que le coût de l’embauche de journalistes dans ces endroits commence à augmenter¹⁹⁶.

Dans le domaine publicitaire, la présence de CBC/Radio-Canada dans certains marchés accroît également la concurrence avec « un certain nombre d’acteurs privés pour des budgets publicitaires dans les journaux télévisés du soir¹⁹⁷ » selon l’Association canadienne des radiodiffuseurs.

¹⁹⁴ TRCM, Manitok Thompson, directrice générale, Inuit Broadcasting Corporation, [26 novembre 2024](#).

¹⁹⁵ TRCM, Corey Larocque, directeur-rédacteur en chef, Nunatsiaq News, [26 novembre 2024](#).

¹⁹⁶ Kevin Desjardins, président, Association canadienne des radiodiffuseurs, [30 octobre 2024](#).

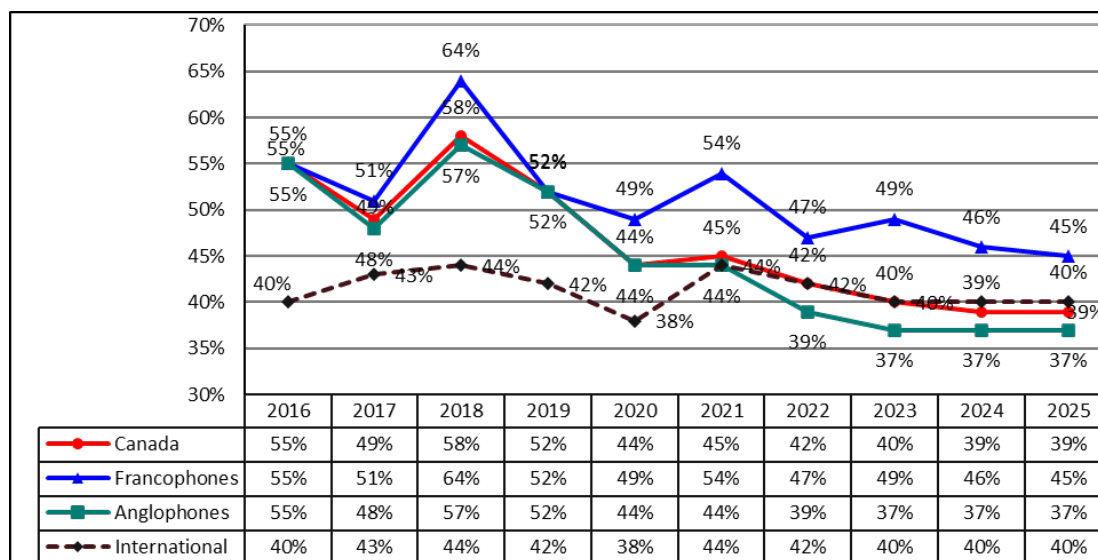
¹⁹⁷ *Ibid.*

La confiance envers l'information de CBC/Radio-Canada

Depuis 2016, le Reuters Institute for the Study of Journalism mène une enquête internationale annuelle sur la consommation et les perceptions des nouvelles sur diverses plateformes. Il s'agit de l'étude comparative la plus exhaustive sur la consommation de l'information dans le monde.

La figure 7 montre une diminution de la confiance des Canadiens envers les nouvelles. Cette confiance est passée de 55 % à 39 % entre 2016 et 2025. Le Canada se situait juste en dessous du résultat international consolidé qui était de 40 % en 2025 selon une analyse basée sur 48 marchés. Sur le plan linguistique, la figure 7 montre que les anglophones (37 % en 2025) sont moins enclins à accorder leur confiance à la plupart des nouvelles que les francophones (45 % en 2025).

Figure 7 — La confiance des Canadiens envers les nouvelles : International, Canada consolidé et par groupe linguistique au Canada (2016 à 2025)

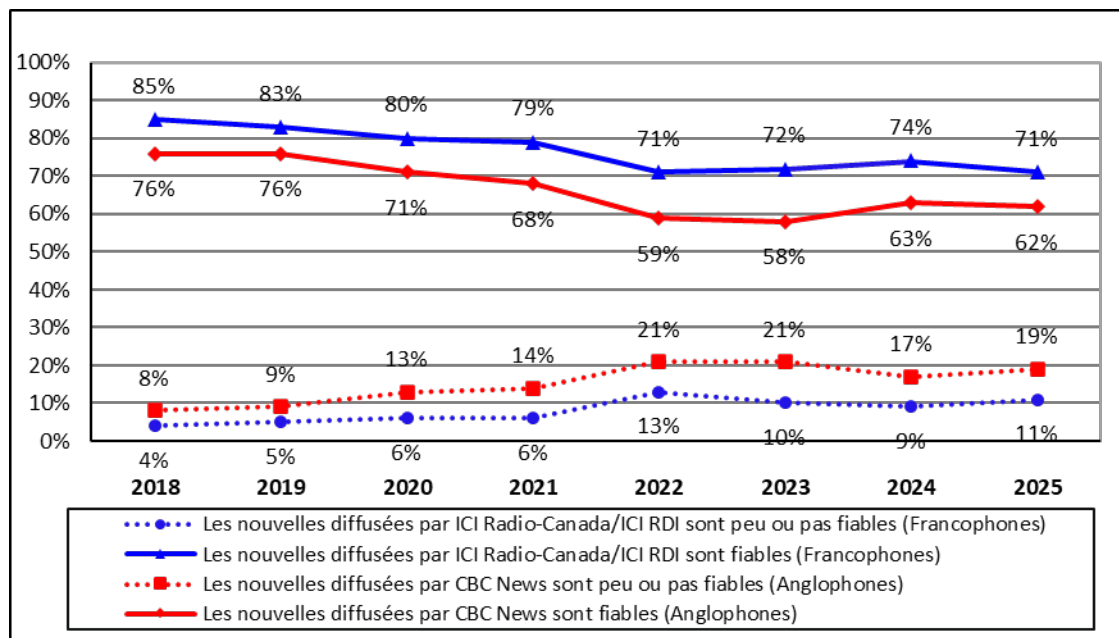


Source : Centre d'études sur les médias, *Digital News Report. Synthèse des données 2024*, p. 44 (pour les années 2016 à 2019) et Reuters Institute for the Study of Journalism, *Reuters Institute Digital News Reports : 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025*. [EN ANGLAIS SEULEMENT] Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement.

Selon la même enquête, CBC/Radio-Canada se classe au sommet des marques d'information les plus fiables du pays. On remarque toutefois que cette confiance est en diminution depuis sept ans. La figure 8 montre que 62 % des Canadiens anglophones en 2025 jugeaient que les services de CBC News étaient dignes de confiance comparativement à 76 % en 2018 (figure 8). Du côté francophone, 71 %

ont répondu qu'ICI Radio-Canada/ICI RDI étaient dignes de confiance en 2025, soit une diminution de 14 points de pourcentage depuis 2018¹⁹⁸.

Figure 8 — Évolution de la fiabilité estimée des nouvelles des marques de CBC/SRC (2018 à 2025)



Source : Centre d'études sur les médias, *Digital News Report 2023. Les nouvelles des diffuseurs publics canadiens. Consommation et perceptions*, p. 44 (pour les années 2018 à 2023) et Reuters Institute for the Study of Journalism, *Reuters Institute Digital News Reports (2024 et 2025)*. [EN ANGLAIS SEULEMENT] Figure préparée par la Bibliothèque du Parlement.

Les témoignages entendus par le comité reflètent les résultats de ce sondage. La grande majorité d'entre eux considèrent que l'information et les nouvelles diffusées par CBC/Radio-Canada sont fiables et dignes de confiance. Selon Karim Bardeesy de l'Université Toronto Metropolitan, l'image de marque et la bonne réputation de CBC/Radio-Canada se reflètent dans différentes enquêtes d'opinion :

¹⁹⁸ Reuters Institute for the Study of Journalism, *Reuters Institute Digital News Report 2025*, p. 11 [EN ANGLAIS].

Parmi toutes les organisations que nous sondons, qu'elles soient privées ou publiques, CBC/Radio-Canada constitue maintenant l'organisation la plus digne de confiance. Ces caractéristiques de CBC/Radio-Canada sont vraiment importantes et lui permettent d'intervenir dans les collectivités pour créer des nouvelles locales¹⁹⁹.

Pour le maire de la ville de Gaspé, Daniel Côté, CBC/Radio-Canada, est « le gardien d'une information juste, équitable et efficace²⁰⁰ ». De son côté, l'ancien journaliste de CBC, Terry Seguin, a réitéré l'importance de pouvoir compter sur CBC/Radio-Canada au moment où le secteur de médias traverse une période de turbulence :

Je pense que, compte tenu de l'environnement médiatique actuel — en particulier celui en ligne — où l'origine des reportages journalistiques est suspecte, il est plus important que jamais de pouvoir compter sur une source de journalisme crédible et de grande qualité²⁰¹.

Des témoins ont établi une relation de cause à effet entre le niveau de confiance accordée aux médias et la présence de journalistes à l'échelle locale. Selon la professeure Lindgren de l'Université de Toronto Metropolitan, le fait que les journalistes locaux « connaissent la communauté et ses enjeux²⁰² » accroît la confiance du public dans l'information qui leur est offerte. Dans le cas de CBC/Radio-Canada, le fait d'être présent dans plusieurs régions du Canada lui donne un avantage sur les autres médias selon Mme Forest de la Guilde canadienne des médias :

Si nous n'avons personne dans ces régions, nous n'entendrons pas les idées et les opinions de leurs habitants. Ils n'auront pas le micro. C'est la raison pour laquelle CBC/Radio-Canada doit être présente dans le plus grand nombre de collectivités possible²⁰³.

¹⁹⁹ TRCM, Karim Bardeesy, directeur général, The Dais, Université Toronto Metropolitan, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

²⁰⁰ TRCM, Daniel Côté, maire, Ville de Gaspé, [6 novembre 2024](#).

²⁰¹ TRCM, Terry Seguin, ancien journaliste en télédiffusion principal de CBC/Radio-Canada, à titre personnel, [5 novembre 2024](#).

²⁰² TRCM, April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université de Toronto Metropolitan, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

²⁰³ TRCM, Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias, [19 novembre 2024](#).

Les biais dans l'information de CBC/Radio-Canada

Des témoins ont affirmé que le contenu en information de CBC/Radio-Canada est parfois perçu comme ayant un biais idéologique ou partisan. Selon Kirk LaPointe, journaliste et ancien ombudsman de la CBC, des Canadiens se plaignent que « CBC ne reflète pas les opinions modérées et conservatrices des Canadiens²⁰⁴ ». Pour Mme Thompson de l'Inuit Broadcasting Corporation, « CBC a toujours été très libérale dans ses opinions, faisant la promotion des politiciens libéraux²⁰⁵ » sur le plan idéologique. Selon Mme Gardner, les accusations de partialité à l'endroit de la Société constituent « un grave problème²⁰⁶ ».

L'ancien vice-président principal des Services anglais de CBC, Richard Stursberg, est d'avis qu'il est possible d'analyser cette question en procédant à une étude indépendante du contenu en information de la Société. Une telle analyse a été produite en 2010 lorsque M. Stursberg était membre de l'équipe de direction de CBC :

Il n'y a aucune raison pour qu'une étude de la sorte ne soit pas effectuée systématiquement, année après année, pour s'assurer que la couverture de CBC/Radio-Canada est — comme cela devrait être le cas — juste et exacte²⁰⁷.

Pour Mme Gerson du média The Line, il serait possible de « s'attaquer au problème de la partialité de CBC/Radio-Canada²⁰⁸ » en augmentant le nombre de journalistes à l'échelle locale :

²⁰⁴ TRCM, Kirk LaPointe, journaliste, professeur agrégé de journalisme, Université de la Colombie-Britannique, à titre personnel, [30 octobre 2024](#).

²⁰⁵ TRCM, Manitok Thompson, directrice générale, Inuit Broadcasting Corporation, [26 novembre 2024](#).

²⁰⁶ TRCM, Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel, [19 novembre 2024](#).

²⁰⁷ TRCM, Richard Stursberg, président-directeur, Aljess, à titre personnel, [3 décembre 2024](#).

²⁰⁸ TRCM, Jen Gerson, journaliste indépendante, The Line, à titre personnel, [26 novembre 2024](#).

On ne peut pas avoir une institution journalistique saine où la majorité des journalistes sont basés à Toronto et s'attendre à ce que les résidents de Lethbridge ou du Nord se sentent concernés. Ces journalistes ne voient pas les gens sur place, ils ne sont pas dans leurs collectivités, ils ne sont pas présents dans leurs collectivités et ils ne parlent pas aux gens du coin de leurs préoccupations locales²⁰⁹.

Les dirigeants de CBC/Radio-Canada sont bien au fait des allégations de partialité dont la Société fait l'objet. La présidente et directrice générale de CBC/Radio-Canada, Marie-Philippe Bouchard, est en désaccord avec l'idée que la Société privilégie certaines orientations politiques. Elle a rappelé que les émissions d'information de la Société obéissent « à des normes, pratiques et lignes directrices journalistiques strictes qui se traduisent par une approche pluraliste, une diversité de points de vue et une couverture équitable²¹⁰ ».

Position du comité

De façon presque unanime, des témoins ont exprimé une vaste gamme de préoccupations concernant le déclin des services locaux et la nécessité de renforcer ces services. Le comité a également entendu beaucoup d'hypothèses quant aux causes de ce déclin. Mentionnons notamment l'absence de priorités claires dans le mandat, un financement insuffisant et une reddition de comptes déficiente.

Sur le mandat législatif, la *Loi sur la radiodiffusion* ne précise pas que les auditoires locaux doivent être ciblés de façon spécifique; elle ne mentionne pas non plus que des services particuliers de programmation doivent être offerts à l'échelon local. Le comité signale que le Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications (Rapport Yale) recommandait en 2020 de modifier le mandat de la Société afin d'ajouter les éléments suivants : le reflet des collectivités et des auditoires locaux et la transmission des nouvelles nationales, régionales et locales²¹¹. Le comité est du même avis. Pour plus de clarté, nous recommandons que la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifiée pour préciser le rôle de CBC/Radio-Canada au niveau local.

Sur la question du financement, des témoins ont affirmé que les compressions budgétaires passées avaient provoqué une diminution du reflet local dans de

²⁰⁹ *Ibid.*

²¹⁰ TRCM, Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada, [21 octobre 2025](#).

²¹¹ Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, [L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir](#), janvier 2020. Voir la recommandation 80.

nombreuses régions du Canada où très peu de choix sont offerts. Par conséquent, le comité recommande que CBC/Radio-Canada continue d'investir pour améliorer et prioriser la programmation locale.

Par ailleurs, une étude de fond sur les services locaux de CBC/Radio-Canada exige d'avoir accès à certaines données ventilées, telles que les effectifs, les revenus et les dépenses par station locale. À l'heure actuelle, les rapports annuels de la Société et les rapports annuels cumulés présentés au CRTC ne présentent pas ces informations. Il serait intéressant d'avoir plus de renseignements financiers sur les stations locales de la Société pour identifier où les besoins sont les plus urgents. Le comité comprend que CBC/Radio-Canada livre une concurrence aux autres radiodiffuseurs pour les revenus publicitaires, l'achat de droits de diffusion et les cotes d'écoute. Néanmoins, le comité estime qu'il faut trouver un équilibre entre la nécessité de garder certains renseignements confidentiels pour des raisons de concurrence, et le besoin d'informer les Canadiens sur le rendement des stations locales de la Société.

Le comité a pris note que les CLOSM veulent se voir et s'entendre dans la programmation locale, régionale et nationale de CBC/Radio-Canada. Plusieurs témoins ont rappelé que CBC/Radio-Canada joue un rôle essentiel pour le développement et l'épanouissement des CLOSM. De plus, le comité recommande que la Société s'assure que ses investissements dans la production télévisuelle des CLOSM respectent clairement et de manière équitable le principe d'égalité réelle²¹².

De plus, en se basant sur les observations présentées par les témoins, CBC/Radio-Canada collabore avec d'autres organisations médiatiques pour accroître l'offre de nouvelles locales. Dans sa [Stratégie 2025-2030](#), la Société a pris l'engagement de « faire passer la collaboration avant la concurrence, pour nourrir et mettre en commun l'innovation afin de stimuler la vitalité de notre écosystème médiatique ». La Société entend notamment « nouer des partenariats avec des médias privés et communautaires²¹³ » pour démontrer son esprit de collaboration. Le comité s'attend à ce que CBC/Radio-Canada continue de développer de tels partenariats avec les médias privés et communautaires dans toutes les régions du pays.

La question de l'impartialité de CBC/Radio-Canada a été soulevée par quelques témoins. Ces allégations de partialité sont sérieuses et minent la confiance envers le radiodiffuseur public. Le comité est d'avis que la Société pourrait faire une analyse

²¹² Selon le [Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada](#), l'égalité réelle est réalisée lorsque l'on prend en considération, là où cela est nécessaire, des différences dans les caractéristiques et les circonstances de la communauté minoritaire, en offrant des services avec un contenu distinct ou au moyen d'un mode de prestation différent afin d'assurer que la minorité reçoive les services de la même qualité que la majorité. Cette démarche est la norme en droit canadien.

²¹³ CBC/Radio-Canada, [Radio-Canada, ici pour vous. La stratégie 2025-2030](#), 14 octobre 2025, p. 4.

périodique du contenu des nouvelles et des reportages d'actualité diffusés par ses services d'information afin d'en évaluer l'impartialité et l'équilibre.

En conclusion, CBC/Radio-Canada annonçait récemment l'ouverture de 11 nouveaux bureaux locaux ainsi que le recrutement de 33 journalistes partout au pays. Le comité tient à féliciter les efforts de la Société pour renforcer ses services locaux.

Liste des recommandations

Recommandation 1

Que le gouvernement du Canada modifie la *Loi sur la radiodiffusion* afin d'ajouter « le reflet des collectivités et des auditoires locaux » au mandat de CBC/Radio-Canada.

Recommandation 2

Que le gouvernement du Canada accorde un financement stable et pluriannuel à CBC/Radio-Canada afin de renforcer la programmation locale et que CBC/Radio-Canada continue d'investir pour améliorer et prioriser la programmation locale.

Recommandation 3

Que, lors du prochain renouvellement des licences de la Société en 2027, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes impose de nouvelles exigences en matière de rapports sur les services locaux offerts par CBC/Radio-Canada, tant sur ses plateformes traditionnelles que sur ses plateformes numériques. Ces rapports devraient être publics et fournir des données sur la programmation locale et les dépenses de ces services.

Recommandation 4

Que CBC/Radio-Canada mette en œuvre de nouvelles initiatives de collaboration au niveau local avec les médias privés et communautaires dans toutes les régions du pays.

Recommandation 5

Que CBC/Radio-Canada fasse périodiquement analyser par des experts externes le contenu des nouvelles et des reportages d'actualité diffusés par ses services d'information afin d'en évaluer l'impartialité et l'équilibre.

Recommandation 6

Que CBC/Radio-Canada, en vertu de ses obligations en matière de *Loi sur les langues officielles* et par souci de transparence, s'assure que ses investissements dans la production télévisuelle des communautés de langues officielles en

situation minoritaire respectent clairement et de manière équitable le principe d'égalité réelle²¹⁴.

Recommandation 7

Que CBC/Radio-Canada examine le rôle que la Société peut jouer lors des situations d'urgence. Dans les régions éloignées et isolées où les autres radiodiffuseurs sont peu nombreux, que CBC/Radio-Canada soit en mesure d'assurer une couverture complète en cas d'urgence.

²¹⁴ Selon le [Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada](#), l'égalité réelle est réalisée lorsque l'on prend en considération, là où cela est nécessaire, des différences dans les caractéristiques et les circonstances de la communauté minoritaire, en offrant des services avec un contenu distinct ou au moyen d'un mode de prestation différent afin d'assurer que la minorité reçoive les services de la même qualité que la majorité. Cette démarche est la norme en droit canadien.

Annexe A – Exigences relatives à la programmation audio et audiovisuelle locale

La [Décision de radiodiffusion CRTC 2022-165 et Ordonnances de radiodiffusion CRTC 2022-166 et 2022-167](#) énonce les exigences de présentation relatives à la programmation audio et audiovisuelle locale auxquelles CBC/Radio-Canada est assujettie.

Exigences de diffusion relatives à la programmation audio et audiovisuelle locale

Programmation audiovisuelle locale

- La Société doit s'assurer qu'au moins sept heures de programmation audiovisuelle locale de langue anglaise soient diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion sur son réseau et stations de télévision traditionnelle de langue anglaise dans les marchés non métropolitains de langue anglaise²¹⁵.
- La Société doit s'assurer qu'au moins cinq heures de programmation audiovisuelle locale de langue française soient diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion sur son réseau et stations de télévision traditionnelle de langue française dans les marchés non métropolitains de langue française.
- Pour les stations de langue française desservant les CLOSM à Vancouver (Colombie-Britannique), Edmonton (Alberta), Regina (Saskatchewan), Winnipeg (Manitoba), Ottawa et Toronto (Ontario), et Moncton (Nouveau-Brunswick), la moyenne des cinq heures de programmation locale devant être diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion peut être calculée sur l'ensemble de l'année de radiodiffusion²¹⁶.
- La Société doit s'assurer que chacune de ses stations de télévision de langue française diffuse des nouvelles locales sept jours par semaine, chaque semaine, sauf les jours fériés, tels que définis par la *Loi d'interprétation*, à l'exception du dimanche qui n'est pas considéré comme un jour férié²¹⁷.

²¹⁵ CRTC, [Décision de radiodiffusion CRTC 2022-165 et Ordonnances de radiodiffusion CRTC 2022-166 et 2022-167](#), 22 juin 2022, annexe 3, par. 35.

²¹⁶ *Ibid.*, annexe 3, par. 36.

²¹⁷ *Ibid.*, annexe 3, par. 37.

- La Société doit s'assurer qu'au moins un tiers des émissions originales et des segments d'émissions diffusés sur ICI RDI chaque année de radiodiffusion proviennent des régions du Canada atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest canadien, du Nord et du Québec (à l'exception de Montréal)²¹⁸.

Programmation audio locale sur les stations Radio One et ICI Première

- En ce qui concerne la programmation audio locale, la SRC n'a pas d'exigence de diffusion d'un nombre minimal d'heures de programmation locale ou de nouvelles dans les régions, à l'exception de sa station de radio ICI Première CBEF Windsor²¹⁹.
- Le CRTC s'attend à ce que la Société maintienne les niveaux actuels de programmation locale et régionale sur les stations Radio One et ICI Première, qui sont énoncés à [l'annexe 5](#) de la Décision de radiodiffusion CRTC 2022-165²²⁰.
- Le Conseil exige actuellement que la SRC s'assure que la station de radio de langue française CBEF Windsor diffuse au moins 15 heures de programmation locale au cours de chaque semaine de radiodiffusion²²¹.

²¹⁸ *Ibid.*, annexe 3, par. 44.

²¹⁹ *Ibid.*, par. 461.

²²⁰ *Ibid.*, par. 477.

²²¹ *Ibid.*, annexe 3, par. 50.

Annexe B – Témoins

Première session de la quarante-quatrième législature

Mercredi 23 octobre 2024

Joëlle Montminy, sous-ministre adjointe principale, Affaires culturelles, Patrimoine canadien

Annick Munezero, directrice, Affaires culturelles, Patrimoine canadien

Michel Sabbagh, directeur général, Affaires culturelles, Patrimoine canadien

Mardi 29 octobre 2024

Michael Craig, directeur, Programmation et distribution audiovisuelles, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Scott Shortliffe, directeur exécutif, Radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Mercredi 30 octobre 2024

Sarah Andrews, directrice, Relations gouvernementales et avec les médias, Les Amis des médias canadiens

Marla Boltman, directrice générale, Les Amis des médias canadiens

Kevin Desjardins, président, Association canadienne des radiodiffuseurs

Derrick Gray, chef de la recherche et des opérations, Numeris

Matthew Hatfield, directeur exécutif, OpenMedia

Kirk LaPointe, journaliste, Professeur agrégé de journalisme, Université de la Colombie-Britannique, à titre personnel

April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université Toronto Metropolitan, à titre personnel

Mardi 5 novembre 2024

L'honorable sénateur Percy E. Downe

Chris Pearson, président, Acadia Broadcasting Corporation

Terry Seguin, ancien journaliste en télédiffusion principal de la SRC, à titre personnel

Mercredi 6 novembre 2024

Angelica Carrero, directrice générale, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec

Daniel Côté, maire, Ville de Gaspé

Amélie Hinse, directrice générale, Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec

Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada

Christopher Waddell, professeur émérite, école de journalisme et communications, Université Carleton, à titre personnel

Mardi 19 novembre 2024

Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel

Karim Bardeesy, directeur général, The Dais, Université Toronto Metropolitan, à titre personnel

David Clinton, éditeur, The Audit

Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias

Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel

Mercredi 20 novembre 2024

Emmanuelle Corne Bertrand, directrice générale, Fédération des francophones de la Colombie-Britannique

Marie-Nicole Dubois, présidente du conseil d'administration, Fédération des francophones de la Colombie-Britannique

Richard Fenton, fondateur et président, Fentunes Media

Havoc Franklin, commissaire, Canadian Journalists for Free Expression, à titre personnel

Nathalie Lachance, présidente, Association canadienne-française de l'Alberta

Isabelle Laurin, directrice générale, Association canadienne-française de l'Alberta

Marc Masson, analyste politique et responsable des relations médias, Assemblée communautaire fransaskoise

Denis Simard, président, Assemblée communautaire fransaskoise

Mardi 26 novembre 2024

Audrey Fournier, directrice générale, Fédération franco-ténoise

Jen Gerson, journaliste indépendante, The Line, à titre personnel

Corey Larocque, directeur-rédacteur en chef, Nunatsiaq News

Christian Ouaka, directeur général, Association des francophones du Nunavut

Karen Prentice, directrice du contenu et des communications, Inuit Broadcasting Corporation

Manitok Thompson, directrice générale, Inuit Broadcasting Corporation

Tamara Voudrach, directrice générale, Inuvialuit Communications Society

Mercredi 27 novembre 2024

Nicole Arseneau-Sluyter, présidente, Société de l'Acadie du Nouveau-Brunswick

Miranda Castravelli, directrice générale, English Language Arts Network

Denise Comeau-Desautels, présidente, Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse

Tony Cornect, président, Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador

Kirwan Cox, directeur général, Conseil québécois de la production de langue anglaise

Charles Duguay, président, Société acadienne et francophone de l'Île-du-Prince-Édouard

Arnie Gelbart, co-président du conseil d'administration, Conseil québécois de la production de langue anglaise

Eva Ludvig, présidente, Quebec Community Groups Network

Sylvia Martin-Laforge, directrice générale, Quebec Community Groups Network

Martin Théberge, président, Société Nationale de l'Acadie

Mardi 3 décembre 2024

Jean-Michel Beaudry, directeur général, Société de la francophonie manitobaine

Fabien Hébert, président, Assemblée de la francophonie de l'Ontario

Peter Hominuk, directeur général, Assemblée de la francophonie de l'Ontario

Carol Ann Pilon, directrice générale, Alliance des producteurs francophones du Canada

Isabelle Salesse, directrice générale, Association franco-yukonnaise

Richard Stursberg, président-directeur, Aljess, à titre personnel

Kim Trynacity, professeure de journalisme, Université MacEwan, à titre personnel

Première session de la quarante-cinquième législature

Mardi 21 octobre 2025

Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale, Société Radio-Canada

Brodie Fenlon, directeur général et rédacteur en chef, Société Radio-Canada

Jean François Rioux, directeur général, Services régionaux, Société Radio-Canada

Bev Kirshenblatt, directrice générale, Affaires institutionnelles et réglementaires, Société Radio-Canada

Annexe C – Mémoires et autres documents

Première session de la quarante-quatrième législature

Les mémoires et autres documents sont disponibles en ligne sur le [site Web du comité](#).

Barry Azevedo, à titre personnel

Esther Berube, à titre personnel

Christine Carter, à titre personnel

Kendra Cheeseman, à titre personnel

Civicplan Research Inc.

Coro, à titre personnel

Kirwan Cox, directeur général, Conseil québécois de la production de langue anglaise

Kieran Denny, à titre personnel

Diversity Institute, Université Toronto Metropolitan

Shyla Dutt, à titre personnel

L'honorable sénatrice Pat Duncan

Oona Eager, à titre personnel

Havoc Franklin, commissaire, Canadian Journalists for Free Expression, à titre personnel

Les Amis des médias canadiens

Catarina Gomes, à titre personnel

Derrick Gray, chef de la recherche et des opérations, Numeris

Marcus Handman, à titre personnel

Fabien Hébert, président, Assemblée de la francophonie de l'Ontario

Helen Henderson, à titre personnel

Joanna Jack, à titre personnel

Michael Jenkins, à titre personnel

Mara Kerry, à titre personnel

Barry Kiefl, à titre personnel

Jessica Knowler, à titre personnel

April Lindgren, professeure, École de journalisme, Université Toronto
Metropolitan, à titre personnel

Eva Ludvig, présidente, Quebec Community Groups Network

Warren Murschell, à titre personnel

Elizabeth Watts, à titre personnel

Public Broadcasting for Canada

Québecor Média inc.

Louise Smith, à titre personnel

Shauna Sylvester, à titre personnel

Martin Théberge, président, Société Nationale de l'Acadie

Manitok Thompson, directrice générale, Inuit Broadcasting Corporation

Pierre Tousignant, président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de
Radio-Canada

Talin Vartanian, à titre personnel

Christopher Waddell, professeur émérite, école de journalisme et
communications, Université Carleton, à titre personnel

Robert Yip, à titre personnel

Première session de la quarante-cinquième législature

Les mémoires et autres documents sont disponibles en ligne sur le [site Web du comité](#).

CBC/Radio-Canada



sencanada.ca

