

## **Observations en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379**

### **Demandes 2019-0281-7 et 2019-0279-2**

À : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

De : Philippe Beaulieu, président

Carmen Gibbs, directrice générale  
Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick

Date : 20 février 2020

Pages : 12 (incluant celle-ci)

Vous trouverez ci-joint les observations de l'Association acadienne des artistes  
professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick en réponse aux demandes CRTC 2019-0281-7 et  
2019-0279-2.

## Moncton, le 20 février 2020

1. Par la présente, l'Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick (AAAPNB) manifeste son appui dans le cadre de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379 et fait part de ses observations au sujet du renouvellement des licences de la Société Radio-Canada (SRC) et CBC. **L'AAAPNB demande à comparaître à l'audience publique** pour bien représenter les intérêts des artistes de l'Acadie du Nouveau-Brunswick.
2. L'AAAPNB est un organisme de services aux arts qui regroupe plus de 250 artistes professionnel.le.s actifs principalement au Nouveau-Brunswick, mais aussi en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard, à Terre-Neuve, au Québec. Elle a pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des artistes et de faire reconnaître leur contribution au développement de la société.
3. En tant que porte-parole et point de rassemblement des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick, l'AAAPNB voit d'abord à défendre et à représenter les intérêts des artistes auprès des instances politiques et communautaires qui influent sur leur situation socioéconomique. Elle met aussi à la disposition des artistes un éventail de services, individuels et collectifs, afin d'appuyer leur pratique professionnelle. Elle participe à la consolidation des disciplines artistiques et contribue, plus largement, au développement d'un écosystème favorable à l'épanouissement et au rayonnement des artistes. Elle établit enfin des partenariats stratégiques avec d'autres secteurs dans le but de positionner les artistes et les arts dans toutes les sphères de la société.

## Importance d'un radiodiffuseur public

4. La Société Radio-Canada est un joueur incontournable du paysage médiatique canadien et elle doit recevoir un financement gouvernemental adéquat, qui lui permet de répondre à toutes les composantes de son mandat complexe. En tant que diffuseur public, la Société favorise l'émergence d'une expression culturelle canadienne distincte et la fait rayonner dans le monde entier. Puis, elle facilite un dialogue culturel d'un océan à l'autre à l'autre. Ce faisant, elle contribue à l'unité canadienne et à la cohésion sociale, souvent fragilisées par les nombreux défis à laquelle notre société moderne est confrontée.



5. Les Canadiennes et Canadiens ont besoin d'un diffuseur public. De fait, un diffuseur public est une voix unique dans le paysage médiatique, qui se doit de demeurer toujours au service des citoyens et citoyennes. Évidemment, le fait que le mandat de la Société Radio-Canada oblige celle-ci à être présente dans toutes les régions du pays, et ce, dans les deux langues officielles, fait de la SRC le seul média canadien véritablement national, capable de refléter toutes les composantes de la mosaïque canadienne dans sa diversité la plus complexe. Dans un pays comme le nôtre, où la diversité est abondante et en pleine expansion, le rôle d'un diffuseur public qui favorise le pluralisme des voix et le rayonnement de toutes les cultures est d'une importance capitale.
6. Dans le pays immense qui est le nôtre, une couverture radio, télévision et internet véritablement nationale ne sera économiquement jamais rentable pour l'industrie privée. Une présence médiatique du diffuseur public est essentiel dans les toutes régions du pays. Radio-Canada Acadie est un instrument incontournable pour le développement de la société acadienne depuis plus de 50 ans. S'il fallait ne diffuser que là où les revenus publicitaires et les cotes d'écoute le justifient, il n'y aurait pas grand signal radio, onde télé ou couverture Web hors des métropoles du pays.
7. Il est important de préciser que pour de nombreuses communautés francophones et acadiennes, la SRC est le seul média de langue française auquel elles peuvent avoir accès. Évidemment, il reste certains défis à régler au niveau de l'accès à la large bande (internet haute vitesse) dans certaines de nos communautés, ce qui fait en sorte que certains n'ont pas un accès optimal aux sites web de Radio-Canada. Il s'agit d'un enjeu problématique à nos yeux, puisque la SRC diffuse de plus en plus de contenu original via ses plateformes numériques.

## **Mandat national de Radio-Canada et respect des régions**

8. L'AAAPNB est d'accord avec les priorités du nouveau plan stratégique triennal de Radio-Canada, qui reflètent l'importance qu'on accorde à nos besoins, entre autres celles-ci :
  - a. Prioriser les liens avec les régions – rehausser l'offre régionale et faire découvrir aux Canadiens et aux Canadiennes les communautés qui composent leur pays
  - b. Incarner le Canada d'aujourd'hui – refléter la diversité en mettant en valeur les différentes perspectives qui nous rassemble.



9. Radio-Canada constitue une importante source d'information, mais aussi de production, de coproduction et de diffusion pour le contenu audiovisuel en Acadie. Les nouvelles, les émissions, les documentaires, les événements diffusés sur toutes les plateformes du diffuseur public constituent un miroir essentiel de notre société, et représentent également une vitrine vers les autres communautés et provinces canadiennes. Il est essentiel que cette vitrine projette notre identité, nos artistes, nos images chez les autres et, par le même mouvement, qu'elle nous ramène les images d'ailleurs. Nous devons nous voir à Radio-Canada, et nous y reconnaître. Nous devons aussi y voir nos concitoyens et concitoyennes.
10. La station Acadie de Radio-Canada est un partenaire incontournable dans la vie artistique de la communauté acadienne des provinces de l'Atlantique. Cela va sans dire. Au fil des ans, l'engagement de la SRC s'est manifesté par plusieurs démarches de développement des artistes et des ressources artistiques et culturelles dans les communautés franco-canadiennes. De 1755 et Angèle Arseneault à Suzie LeBlanc et Les Hay Babies, nombreux sont les artistes acadiens qui ont été accompagnés et appuyés par la SRC à une étape critique de leur démarche professionnelle.
11. Au niveau national, la SRC est signataire de l'Entente de collaboration pour le développement des arts et de la culture de la francophonie canadienne et acadienne, une entente de collaboration entre la Fédération culturelle canadienne-française, ses membres et plusieurs agences culturelles clés, dont Radio-Canada. Son rôle en tant que partenaire dans le cadre de cette entente a notamment favorisé le partenariat avec ICI Acadie et ICI ARTV pour la diffusion de la Soirée des Éloïzes. Toutes ces initiatives favorisent le rayonnement par les arts et la culture de notre peuple qui vit en situation minoritaire et contribuent ainsi à faire rayonner l'expression artistique provenant des communautés franco-canadiennes.
12. Comme la *Loi sur la radiodiffusion* le stipule, Radio-Canada a pour mandat de proposer une programmation qui doit « refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions ». Avec un respect sans faille de son mandat, Radio-Canada proposerait une communication à multiples sens entre les communautés canadiennes, dont celles qui sont en situation linguistique minoritaire. Selon nos observations, ce n'est pas toujours le cas : Les régions ne font toujours pas



leur poids au réseau national. La place de l'Acadie au sein du réseau national suscite chez nous des préoccupations, préoccupations que nous soulevons ici.

13. L'AAAPNB est d'avis qu'il y a place à amélioration pour faire en sorte que les préoccupations, les talents artistiques et les enjeux culturels des communautés franco-canadiennes et acadiennes soient présentés plus régulièrement et pris en compte au réseau national de la SRC ainsi qu'aux heures de grande écoute. Il y a encore beaucoup trop de contenus avant tout montréalais qui sont diffusés sur les diverses plateformes qu'anime la SRC.
14. La notion du reflet de toutes les communautés dans les émissions du réseau est primordiale pour la survie des communautés franco-canadiennes, et ce, tant au niveau local qu'au niveau national. Évidemment, le citoyen ou la citoyenne veut avoir accès à des nouvelles internationales et pancanadiennes, des nouvelles d'importance pour tout le pays et pas uniquement des nouvelles provenant du Québec qui sont d'importance uniquement pour les Québécois et Québécoises.
15. Les artistes déplorent encore l'accès difficile, parfois impossible, aux émissions radio et télé des réseaux nationaux de Radio-Canada. Par exemple pour les émissions et les documentaires, les comédiens et comédiennes des CLOSM sont toujours peu présents dans les émissions nationales. On pourrait dire la même chose des experts et expertes de tous les autres secteurs d'activité qui sont rarement invités à des émissions radio et télé pour commenter l'actualité ou tout enjeu de société.
16. C'est pourquoi nous avons hâte de mieux mesurer les impacts de certaines solutions mises à l'essai par la Société, telle la décision de déployer des éclaireurs de talents sur le terrain. Nous comprenons que cette fonction vise davantage l'actualité, mais elle pourrait aussi servir à trouver le talent artistique de partout au pays pour en informer les émissions nationales. Il est important de faire contrepoids à la lentille québécoise pour repositionner Radio-Canada au service de la francophonie canadienne tout entière.
17. La Fédération culturelle canadienne-française a fait l'exercice (présenté dans son mémoire déposé au CRTC) de comptabiliser les sujets et les invités en lien avec les CLOSM, pour les saisons 9 à 15 soit de 2012 à 2019, à l'émission Tout le monde en parle coproduite par Radio-Canada. L'émission à succès a produit plus de 198 épisodes de contenu et reçu plus de 1778 invités durant cette période. La FCCF a dénombré 25 épisodes dans lesquels un ou des segments d'entrevues portaient sur des questions d'intérêt direct pour les CLOSM et seulement 32 invités (1,8%) issus ou dont la présence



était en lien avec des questions qui touchent nos communautés. Bien que Radio-Canada ne soit pas l'unique producteur de cette émission et qu'elle ne puisse en dicter au jour le jour le contenu éditorial, il n'en demeure pas moins qu'elle a une responsabilité de s'assurer de la représentativité des contenus qu'elle diffuse et dans lesquels elle investit. La Société émet ses conditions pour la signature d'ententes commerciales alors comment se fait-il que cette préoccupation semble absente du discours lorsqu'il s'agit d'une émission qui figure au Palmarès des 30 émissions de télévision les plus regardées chaque semaine depuis sa mise en ondes?

18. Nous croyons fermement que l'amélioration du reflet de nos communautés, de nos artistes et de notre culture au réseau national passe aussi par une plus grande capacité de prise de décision dans les régions. Le Canada s'étend au-delà des frontières de Montréal. Le diffuseur public devrait «contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationale». Il semble que ce ne soit pas toujours le cas.

## Opportunités et défis numériques

19. La technologie et les plateformes numériques de Radio-Canada/CBC devraient permettre aux Canadiennes et Canadiens d'avoir accès à davantage de contenu qui provient directement des autres régions canadiennes, sans devoir transiter par Montréal. Par exemple, en 2020, il devrait être plus facile d'écouter la radio du Manitoba et d'en apprendre davantage sur les artistes de cette province, et vice-versa.
20. Radio-Canada doit garder son rôle de vitrine pour faire rayonner encore plus loin au Canada et ailleurs au monde les artistes de l'Acadie, que ce soit via les plateformes numériques, les podcasts, les sites dédiés à un sujet particulier. Il est important que Radio-Canada conserve son rôle de faire découvrir des artistes d'ici aux Canadiennes et Canadiens, et de les faire rayonner sur la scène nationale et internationale.
21. Le développement des plateformes numériques de la Société doit se poursuivre pour permettre à la Société de maintenir son rôle de leadership dans le domaine. Ce développement doit se faire avec précaution et en complément à une programmation qui reflète réellement les réalités franco-canadiennes. Comme ces plateformes numériques ne sont pas encore réglementées par le CRTC, il est donc difficile pour les CLOSM d'exiger sur celles-ci la place qui leur revient.



22. Le mandat que la *Loi* donne à Radio-Canada/CBC devrait également s'appliquer au contenu qui se retrouve ou qui est produit pour ses plateformes électroniques et web. Nous considérons qu'Internet est une extension de la vraie vie et devrait être considéré comme un outil de diffusion au même titre que la radio et la télévision. De la sorte, le CRTC devrait pratiquer une approche de neutralité technologique et ainsi avoir dans sa mire réglementaire le contenu de Radio-Canada diffusé sur le web autant qu'à la radio et la télévision. Bien entendu, le CRTC devra s'assurer d'adopter des instruments de mesure pour les plateformes électroniques.
23. En considérant ce qui précède, l'AAAPNB est d'accord pour demander un nombre minimum d'heures de contenu canadien et francophone pour les plateformes électroniques de Radio-Canada.
24. Les plateformes ne proposent pas uniquement du contenu audiovisuel. L'AAAPNB est d'avis que les artistes des arts visuels, de la littérature, du théâtre, de la danse et des arts du cirque pourraient mieux s'y retrouver. Plusieurs artistes ressentent un désintérêt de la part de Radio-Canada tant dans la couverture journalistique que dans l'intégration aux plateformes électroniques. Par exemple, il pourrait y avoir une plateforme dédiée aux arts visuels, tout comme il y a, en ce moment, les portails ICI musique.ca pour les artistes en musique et ICI on lit pour les auteurs et autrices.
25. Après un survol rapide des principales plateformes numériques de Radio-Canada, comme Récits numériques, ICI les fêtes, rad.ca, on s'aperçoit que le contenu qui y est présenté ne reflète pas encore la communauté acadienne qui ne s'y retrouve pas encore, sinon bien peu.
26. ICI Tou.tv devrait, quant à elle, proposer davantage de contenu provenant de la francophonie canadienne. Les derniers décomptes informels montrent des quantités trop faibles de séries, de courts ou longs métrages provenant de l'Acadie et de la francophonie canadienne. De plus, il pourrait y avoir des indicateurs ou des mots clef pour faciliter la recherche et la découverte du contenu franco-canadien.

## Publicité

27. Il reste des progrès à faire au niveau *du reflet de la globalité canadienne* et en ce qui a trait à *rendre compte de la diversité régionale*. Le radiodiffuseur public ne devrait pas avoir les mêmes contraintes de cote d'écoute qu'a le secteur privé. En ce sens, il devrait



donc s'acquitter, entres autres, plus activement à *refléter la situation et les besoins particuliers des communautés franco-canadiennes* sur le réseau national aux heures de grande écoute.

28. Radio-Canada fait face à des besoins sans cesse croissants de revenus publicitaires, dont les tarifs sont directement liés aux cotes d'écoute. Cette situation dicte à Radio-Canada ses émissions, ses intervenants et ses choix éditoriaux. Nos artistes, dont certains réussissent pourtant très bien ailleurs dans le monde, ne sont que très rarement au réseau national, sous prétexte que « les artistes acadiens ne sont pas assez connus au Québec », impliquant par là que les auditeurs québécois ne les écouteront ou ne les regarderont pas.
29. La question de la publicité sur les ondes de Radio-Canada telle que posée dans le rapport du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications (Rapport Yale) en est une bien intéressante. Nous sommes d'avis qu'idéalement Radio-Canada ne présenterait pas de publicité sur ses ondes radio, télé et web. Idéalement. Par contre, nous savons fort bien qu'il ne pourra exister de certitude politique pour la réalisation d'un tel idéal, car les budgets accordés au diffuseur public sont aléatoire et dépendent des gouvernements en place. Nous ne voulons pas prendre un tel risque qui pourrait fragiliser davantage le diffuseur public.

## **Recommandations et positions de l'AAAPNB sur les propositions de la Société Radio-Canada**

30. Afin que Radio-Canada puisse mieux s'acquitter de son mandat à l'égard de l'Acadie et des autres communautés de langue française en situation minoritaire, l'AAAPNB recommande ce qui suit :
31. L'AAAPNB refuse les coupures proposées par Radio-Canada au nombre d'heures de contenu audiovisuel canadien présenté à la radio et à la télévision. De façon plus précise, l'AAAPNB refuse la demande de Radio-Canada de diminuer, pour la télévision, le nombre d'heures d'émission d'intérêt national ainsi que le nombre d'heures d'émissions canadiennes destinées aux enfants. L'accès des enfants à des émissions originales canadiennes de langue française de grande qualité est, avec l'accès à l'école en français, un élément essentiel et incontournable pour la survie des communautés de langue française en situation minoritaire.





32. L'AAAPNB demande au CRTC de mettre fin à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques et d'imposer comme condition de licence des quotas de contenu canadien pour les plateformes électroniques.
33. L'AAAPNB trouve trop basse la demande de Radio-Canada d'établir une condition de licence «selon laquelle 3% des dépenses de programmation indépendante doivent être consacrées à la production indépendante hors Québec», tel que demandée dans le mémoire supplémentaire. L'Annexe 7, tiré des rapports annuels au CRTC pour les services de langue française d'ICI Radio-Canada, donne des détails quant aux dépenses pour des émissions produites par des producteurs indépendants des régions de l'Atlantique, Ontario, Ouest, Nord et Québec (sauf Mtl): en 2018-2019, 5,15% des investissements de Radio-Canada dans des productions indépendantes sont faites en Atlantique, en Ontario dans l'Ouest et le Nord canadiens. L'AAAPNB trouve ces proportions trop basses. L'AAAPNB appuie la demande de l'Alliance des producteurs francophones du Canada qui exige une condition de licence pour que 8% des investissements de Radio-Canada dans des productions indépendantes soient faites en Atlantique, en Ontario dans l'Ouest, le Nord canadiens et le Québec Hors-Montréal et qu'au moins 60% des dépenses en émissions canadiennes de sociétés régionales de production indépendante proviennent des régions à l'extérieur du Québec.
34. Nous appuyons la Fédération culturelle canadienne-française qui demande à Radio-Canada de revoir son mémoire supplémentaire et d'y inclure ses plans pour les CLOSM.
35. Les rapports annuels au CRTC pour les services de langue française d'ICI Radio-Canada (CDL 18 a)b)c)d)) sont des documents qui offrent un aperçu très appréciable des activités de Radio-Canada touchant les communautés francophones en situation minoritaire au Canada. L'AAAPNB demande au CRTC d'exiger que ces rapport tiennent compte également du contenu créé pour les plateformes électroniques de Radio-Canada.
36. Tout comme le demande la FCCF, que Radio-Canada tienne à jour des données fiables concernant le marché, les questions et les tendances clés au bénéfice de la population canadienne, en particulier celle des CLOSM, et ce, pour toutes les plateformes du titulaire. Ces données doivent inclure les renseignements financiers, tels que les dépenses en production, les données de consommation et les procédés technologiques utilisés, tels les algorithmes.



37. L'AAAPNB soutient la FCCF dans sa demande que la Société soit tenue de déposer, selon une fréquence établie, les renseignements suivants :

- a. Les statistiques sur la représentation CLOSM des émissions commandées par CBC/Radio-Canada du côté de la production (avec des individus provenant des CLOSM dans les postes clés de création, comme ceux de producteur, de réalisateur, de scénariste, d'auteur-producteur ou d'interprète principal).
- b. Les tableaux suivants :
  - i. Nombre d'événements et les montants investis par la radio, télévision et les plateformes numériques de Radio-Canada dans la production et la captation d'événements artistiques et culturels des CLOSM (par région).
  - ii. Temps d'antenne offert par la télévision, la radio et les plateformes numériques de Radio-Canada aux activités artistiques et culturelles des CLOSM (par région).
  - iii. Investissements de Radio-Canada en licences de diffusion dans la production indépendante régionale des CLOSM (par région).
  - iv. Acquisitions réalisées par Radio-Canada auprès de producteurs des CLOSM (par région).
  - v. Nombre et valeur des publicités portant sur des activités culturelles de la francophonie canadienne à la radio, à la télévision et sur les autres plateformes de diffusion de Radio-Canada (par région).

38. Au sujet d'ICI ARTV, l'AAAPNB appuie l'Alliance des producteurs francophones du Canada qui s'oppose fermement à l'élimination des conditions de licence 2a) et 6 et demande expressément au Conseil :

- a. que la définition de la nature du service d'ICI ARTV mentionne que sa programmation « *doit tenir compte du caractère unique de la culture québécoise et des besoins et particularités des communautés de langue française d'autres régions du Canada* »; et
- b. que la condition de licence 6 d'Ici ARTV soit maintenue et reformulée comme suit pour tenir compte de l'évolution des définitions du Conseil :  
« *La titulaire doit consacrer au moins 20 %, calculé en moyenne sur la période de licence, de ses budgets annuels de production à des émissions produites à l'extérieur du Québec. Au moins 50 % de ces montants doit être consacré à des émissions canadiennes provenant de producteurs d'une communauté de langue française en situation minoritaire.* »



39. L'AAAPNB souhaite que Radio-Canada renonce à demander le retrait de l'accès garanti d'ICI ARTV à la distribution dans les marchés anglophones, par respect pour les membres des communautés de langue française en situation minoritaire qu'elle priverait, par sa proposition, d'un droit acquis, tout en réduisant leur capacité d'accès à des services télévisuels canadiens de langue française, qui sont si importants pour leur développement et leur épanouissement. Et tout particulièrement lorsqu'il s'agit d'un service à vocation culturelle et artistique.
40. L'AAAPNB souhaite qu'éventuellement les chaînes ICI ARTV et ICI Explora soient distribuées obligatoirement [9(1)h] au même titre que Radio-Canada Première et CBC Television.
41. Nous donnons également notre appui au renouvellement des licences de la CBC. Cependant, l'AAAPNB appuie la demande de la Fédération des communautés francophones et acadiennes du Canada (FCFA) qui réclame au CRTC d'ajouter comme condition de licence qui exigerait à CBC de produire chaque année un rapport de sa contribution à la dualité linguistique à la radio, à la télévision et sur ses plateformes électroniques.
42. Il est important que le diffuseur public se questionne sur les façons d'améliorer la parité entre les sexes, tant pour la rémunération que pour le nombre de rôles et de postes disponibles aux femmes. L'AAAPNB souhaite que l'accès soit amélioré également pour les femmes acadiennes et de minorités visibles.

## Conclusion

43. Nous espérons que les consultations que mène actuellement le CRTC seront concluantes et que les licences de la Société Radio-Canada seront renouvelées. L'AAAPNB continuera de travailler avec le CRTC et la SRC pour faire en sorte que l'esprit de la *Loi sur les langues officielles* et de la *Loi sur la radiodiffusion* soit respecté, ce qui favorisera l'essor des arts et la culture de la francophonie canadienne et acadienne, et la vitalité de nos communautés partout au Canada.
44. Nous croyons que le radiodiffuseur public est un joueur indispensable de l'espace médiatique canadien, notamment pour la francophonie canadienne et acadienne. Nous



croions que la SRC contribue au développement et au rayonnement des arts et de la culture de la francophonie canadienne, et qu'elle pourrait mieux le faire à l'avenir.

45. Comme l'exige l'article 3(1)m)(iv) de la *Loi sur la radiodiffusion*, Radio-Canada doit s'assurer que sa programmation soit « offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une et l'autre langue ». La *Loi sur la radiodiffusion* précise également que Radio-Canada a comme mandat de « refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions ».
46. Nous constatons une amélioration, mais observons tout de même un phénomène qui va en sens contraire : une «montréalisation»/une «québécoisisation» de Radio-Canada qui se fait au détriment des régions sur les ondes. Le CRTC doit quant à lui s'assurer que Radio-Canada respecte son mandat.
47. L'AAAPNB est résolument prête à travailler avec Radio-Canada à l'atteinte des priorités qu'elle s'est fixées.

\*\*\*Fin du document\*\*\*



140, rue Botsford, 506.852.3313  
bureau 29, Moncton, info@aaapnb.ca  
N.-B. E1C 4X5 www.aaapnb.ca