



Décision de radiodiffusion CRTC 2013-263 et Ordonnances de radiodiffusion CRTC 2013-264 et 2013-265

Version PDF

Référence au processus : 2011-379

Autres références : 2011-379-1, 2011-379-2, 2011-379-3, 2011-379-4, 2011-379-5 et 2011-379-6

Ottawa, le 28 mai 2013

Société Radio-Canada
L'ensemble du Canada

*Les numéros des demandes sont énoncés dans la décision.
Audience publique dans la région de la Capitale nationale
19 novembre 2012*

Société Radio-Canada – Renouvellement de licences

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE.....	
INTRODUCTION.....	Paragraphe 1
TÉLÉVISION TRADITIONNELLE	Paragraphe 29
Équilibre de la programmation	Paragraphe 31
Programmation canadienne	Paragraphe 38
Émissions d'intérêt national.....	Paragraphe 43
Émissions destinées aux enfants et émissions jeunesse.....	Paragraphe 64
Définition d'une émission originale destinée aux enfants	Paragraphe 83
Programmation locale	Paragraphe 93
Reflet des régions et des communautés de langue officielle en situation minoritaire	Paragraphe 114
Longs métrages canadiens.....	Paragraphe 143
Remplacement des messages publicitaires de CBC Vancouver par les stations de Pattison.....	Paragraphe 155
Disponibilité du service de télévision.....	Paragraphe 160
TÉLÉVISION SPÉCIALISÉE	Paragraphe 163
Réseau de l'information et CBC News Network.....	Paragraphe 164
ARTV	Paragraphe 185
Documentary	Paragraphe 196
RADIO	Paragraphe 210

Publicité sur Espace Musique et Radio 2.....	Paragraphe 214
Seuils de musique canadienne.....	Paragraphe 243
Musique vocale de langue française	Paragraphe 249
Programmation locale de CBEF Windsor	Paragraphe 257
Émissions jeunesse sur la Première Chaîne.....	Paragraphe 268
Disponibilité du service radiophonique	Paragraphe 275
SYSTÈME NATIONAL D'ALERTE AU PUBLIC	Paragraphe 287
MÉDIAS NUMÉRIQUES	Paragraphe 298
AUTRES QUESTIONS	Paragraphe 315
ENJEUX TOUCHANT LA SOCIÉTÉ	Paragraphe 320
Ententes commerciales	Paragraphe 320
Ombudsmans	Paragraphe 335
EXIGENCES DE CONSULTATION ET DE RAPPORTS.....	Paragraphe 350
DURÉE DE LA PÉRIODE DE LICENCE	Paragraphe 368
Annexe 1 - Liste des entreprises de programmation	
Annexe 2 - Modalités et condition de licence qui s'appliquent à toutes les entreprises	
Annexe 3 - Conditions de licence et attentes pour la télévision traditionnelle de langue française (réseau et stations) et la télévision traditionnelle de langue anglaise (réseau et stations)	
Annexe 4 - Conditions de licence pour les services de radio	
Annexe 5 - Conditions de licence pour le Réseau de l'information (RDI).....	
Annexe 6 - Conditions de licence pour ARTV.....	
Annexe 7 - Conditions de licence pour Documentary.....	
Annexe 8 - Conditions de licence pour CBC News Network	
Annexe 9 - Ordonnance de distribution du Réseau de l'information	
Annexe 10 - Ordonnance de distribution de CBC News Network	

SOMMAIRE

Le Conseil **renouvelle** les licences de radiodiffusion des services de programmation de la Société Radio-Canada (la SRC ou la Société) pour une période de cinq ans, du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2018. Les **conditions de licence** sont énoncées dans les annexes pertinentes de la présente décision.

Le Conseil a reçu et examiné plus de 8 000 interventions à l'égard de ces demandes.

Les conditions de licence imposées par le Conseil sont l'aboutissement des discussions qu'il a engagées avec la SRC sur ses plans relatifs à sa prochaine période de licence, y compris son plan stratégique quinquennal Stratégie 2015 : Partout, Pour tous. Les conditions reflètent également les nombreuses interventions de qualité reçues par le Conseil au cours du présent processus public. Elles veilleront à s'assurer que la SRC :

- renforce sa position de chef de file en tant que service pancanadien représentant tous les Canadiens et répondant aux besoins de ceux-ci, quel que soit leur lieu de résidence, dans les deux langues officielles;
- continue à contribuer de manière significative à la vie culturelle canadienne en s'assurant de promouvoir la musique canadienne et de créer des émissions canadiennes;
- intensifie son rôle dans la vie des plus jeunes citoyens canadiens en diffusant des émissions canadiennes destinées aux enfants.

Pour atteindre ces objectifs, les stations de télévision de langues anglaise et française de la SRC devront, entre autres choses :

- offrir une grille-horaire raisonnablement équilibrée comprenant des émissions tirées de diverses catégories, ainsi qu'une programmation provenant de toutes les régions du Canada et reflétant celles-ci;
- diffuser au moins 7 heures par semaine d'émissions d'intérêt national aux heures de grande écoute à la télévision de langue française et au moins 9 heures par semaine de ce type de programmation aux heures de grande écoute à la télévision de langue anglaise;
- diffuser au moins 15 heures par semaine d'émissions canadiennes destinées aux enfants de moins de 12 ans.

La SRC doit servir les Canadiens, tant aux niveaux local et régional. La SRC doit également offrir aux Canadiens de la programmation de qualité équivalente en anglais et en français, tout en reflétant la situation et les besoins particuliers de chaque communauté de langue officielle. Par conséquent, le Conseil exige que :

- les émissions d'information et de nouvelles nationales reflètent les régions du pays et favorisent le respect et la compréhension entre celles-ci;

- les stations de télévision de langue française dans chaque marché diffusent au moins cinq heures de programmation locale par semaine;
- les stations de télévision de langue anglaise diffusent au moins 14 heures de programmation locale par semaine dans les marchés métropolitains, et au moins sept heures par semaine dans les marchés non métropolitains.

En ce qui concerne les longs métrages canadiens, le Conseil note l'appui continu de la télévision de langue française au cours des années, et exige que la télévision de langue anglaise diffuse un long métrage canadien chaque mois.

De plus, le Conseil met en œuvre les mesures suivantes afin de s'assurer que les Canadiens des communautés de langue officielle en situation minoritaire soient bien desservis.

Pour la télévision traditionnelle de langues anglaise et française, le Conseil exige que la SRC :

- diffuse des émissions provenant des communautés de langue officielle en situation minoritaire et reflétant celles-ci, à titre de composante d'une grille-horaire équilibrée;
- s'assure que les émissions d'information et les bulletins de nouvelles nationaux reflètent les communautés de langue officielle en situation minoritaire;
- diffuse cinq heures de programmation locale par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion et diffusées sept jours par semaine (à l'exclusion des jours fériés), pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire de langue française à Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Toronto, Ottawa et Moncton;
- augmente à 14 heures la quantité de programmation locale par semaine pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire de langue anglaise desservies par la station de la SRC à Montréal, dont une heure consacrée à la programmation locale autre que les nouvelles;
- consacre une partie de ses dépenses à de la programmation provenant de producteurs indépendants canadiens des communautés de langue officielle en situation minoritaire de langue française de la région de l'Atlantique, l'Ontario, l'Ouest et le Nord du Canada, et diffuse des émissions qui proviennent de ces régions au cours de chaque semaine;
- alloue une partie de ses dépenses en production indépendante canadienne et en développement de programmation à la production d'émissions de langue anglaise au Québec.

Pour la télévision spécialisée, le Conseil exige que la SRC :

- reçoive une distribution obligatoire au service numérique de base pour ses services de nouvelles Réseau de l'information (RDI) dans les communautés francophones des marchés de langue anglaise et CBC News Network dans les communautés anglophones des marchés de langue française;

- reflète les préoccupations de chacune des principales régions de langue française du Canada sur RDI, avec au moins un tiers des émissions et segments d'émissions originales provenant de ces régions au cours de chaque année;
- alloue une partie du budget de programmation d'ARTV à l'acquisition d'émissions de producteurs indépendants à l'extérieur du Québec.

Le Conseil exige également que la station de radio CBEF Windsor offre un minimum de 15 heures de programmation locale par semaine pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire de langue française du sud-ouest de l'Ontario.

De plus, le Conseil **approuve en partie** la requête de la SRC d'introduire de la publicité nationale sur Espace Musique et Radio 2, laquelle a été déposée avec ses demandes de renouvellement de licences. Le Conseil estime que la publicité permettra de s'assurer que la SRC dispose des ressources nécessaires pour continuer à offrir une programmation variée et de grande qualité. Cependant, le Conseil impose des **conditions de licence** qui limitent le temps de publicité à un maximum de quatre minutes par heure et à deux fois l'heure la fréquence où la programmation peut être interrompue pour la diffusion de publicité. Afin de s'assurer qu'Espace Musique et Radio 2 continuent à offrir une programmation variée à la population canadienne, le Conseil impose également des **conditions de licence** obligeant les deux services à diffuser des pièces musicales distinctes au cours de chaque mois de radiodiffusion, à raison d'au moins 3 000 dans le cas d'Espace Musique et au moins 2 800 pour Radio 2.

L'approbation de la publicité sur Espace Musique et Radio 2 est pour une période temporaire de trois ans. Si la SRC souhaite continuer à diffuser de la publicité après cette période, elle devra présenter une demande en ce sens au Conseil. À ce moment, le Conseil s'attend à ce que la SRC fasse la preuve que la publicité n'a pas eu une incidence négative indue sur les marchés publicitaires, que les auditeurs n'ont pas été indûment incommodés par la publicité, que le niveau d'investissement de la SRC en radio est resté le même, et que la programmation offerte par Espace Musique et Radio 2 est toujours aussi variée et diversifiée. Cette mesure donnera au Conseil, à la SRC et aux Canadiens la possibilité de réévaluer l'incidence de la publicité sur la programmation d'Espace Musique et de Radio 2 et sur le système canadien de radiodiffusion.

La présente décision traite également des demandes de renouvellement de licence du service de radio de langue française Première Chaîne et de langue anglaise Radio One, des services spécialisés de langue française RDI et ARTV, ainsi que des services spécialisés de langue anglaise CBC News Network et Documentary. Entre autres choses, le Conseil continuera d'exiger la distribution obligatoire, au service de base, de RDI dans les marchés de langue anglaise et de CBC News Network dans les marchés de langue française, aux tarifs de gros en vigueur. Ceci fera en sorte de veiller à ce que ces services importants rejoignent les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Le Conseil impose également des **conditions de licence** relatives aux ombudsmans pour les services de langues anglaise et française. Ces ombudsmans répondent aux plaintes des auditeurs et des téléspectateurs relatives au contenu des émissions de nouvelles, d'actualités et d'affaires publiques diffusées à la radio, à la télévision et dans les médias numériques.

De plus, la présente décision traite des plans de la SRC quant aux messages d'alerte et les médias numériques, ainsi que d'autres questions telles que la publicité destinée aux enfants et l'accessibilité.

Une opinion minoritaire du vice-président Tom Pentefountas est jointe à la présente décision.

INTRODUCTION

1. À l'audience publique ayant débuté le 19 novembre 2012, le Conseil a étudié les demandes de la Société Radio-Canada (la SRC ou la Société) en vue de renouveler les licences de radiodiffusion des services de la SRC ci-dessous¹ qui expirent le 31 août 2013².

Services	Titulaire	Demandes (toutes reçues le 18 mai 2011)
Télévision de langue française (réseau et stations)	SRC	2011-0276-4
ARTV	Artv inc.	2011-0278-0
RDI	SRC	2011-0277-2
Première Chaîne (réseau et stations)	SRC	2011-0285-5
Espace Musique (réseau et stations)	SRC	2011-0286-3
Télévision de langue anglaise (réseau et stations)	SRC	2011-0276-4
Documentary	The Canadian Documentary Channel Limited Partnership ³	2011-0283-9
CBC News Network	SRC	2011-0281-3
Radio One (réseau et stations)	SRC	2011-0287-1
Radio 2 (réseau et stations)	SRC	2011-0288-9

¹ Le Conseil a aussi publié dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-379 la demande de la Société en vue de renouveler la licence du service de catégorie A spécialisé bold. Toutefois, dans la décision de radiodiffusion 2012-630, le Conseil a approuvé une demande déposée par Blue Ant Media Inc., au nom de Blue Ant Multimedia Inc. et 8182493 Canada Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Blue Ant Media Partnership, en vue d'acquérir les actifs de bold.

² Le Conseil a renouvelé administrativement du 31 mars 2007 au 31 août 2013 les licences de plusieurs services de la SRC dans les décisions de radiodiffusion 2006-308, 2007-228, 2009-264 (telle que modifié par 2009-264-1), 2010-561, 2011-215, 2012-439 et 2013-90.

³ La licence pour une entreprise de programmation exploitée en vertu d'un contrat de société est attribuée à chacun des associés dans ce contrat. Dans le présent cas, les associés sont la Société Radio-Canada (l'associé commandité), et CineNova Productions inc., Entertainment One Television BAP Ltd., Galafilm Inc., l'Office national du film du Canada et OmniFilm Entertainment Ltd. (les associés commanditaires), faisant affaire sous le nom de The Canadian Documentary Channel Limited Partnership.

2. La dernière révision complète des licences de la SRC a été effectuée en mai 1999 et a donné lieu aux décisions de renouvellement de licences publiées le 6 janvier 2000⁴.
3. Le Conseil a reçu plus de 8 000 interventions à l'égard des présentes demandes, y compris de nombreuses interventions qui proviennent de citoyens de toutes les régions du Canada. En outre, le Conseil a tenu au cours de l'été 2011 une consultation en ligne qui a suscité des milliers de commentaires. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ». Bien que le Conseil ne cite que quelques interventions dans la présente décision, il a tenu compte de toutes les interventions dans sa prise de décision.
4. Environ 5 500 interventions étaient favorables, y compris deux campagnes de lettres menées par ReImagine CBC et par Tous amis de Radio-Canada.
5. Les intervenants en faveur des demandes soulignent le rôle central que joue la SRC dans l'appui et la présentation de la culture canadienne sous toutes ses formes, notamment en commandant et diffusant de nombreuses heures d'émissions canadiennes. Certains affirment que la programmation locale et régionale de la SRC, surtout composée d'émissions de nouvelles et d'affaires publiques, contribue de façon appréciable à l'identité canadienne, et d'autres notent que la SRC accroît la diversité des voix médiatiques offertes aux Canadiens à une époque où l'évolution du secteur privé va vers un nombre croissant de regroupement des médias.
6. Le Conseil a aussi reçu des commentaires à l'égard des demandes de renouvellement de licences de la SRC et sur certaines propositions précises de la SRC. Ces interventions abordent une variété de sujets, y compris :
 - l'importance que les services de la SRC doivent accorder à la diffusion d'émissions canadiennes, y compris aux productions indépendantes et aux émissions d'intérêt national (ÉIN);
 - la nécessité pour la programmation de la SRC, y compris ses émissions de nouvelles, de tenir compte de toutes les régions du Canada, ainsi que des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) et des communautés autochtones, afin de favoriser le partage d'une conscience et d'une identité nationales;
 - le besoin pour le Conseil de fixer des objectifs mesurables aux services de la SRC afin d'assurer leur conformité au cadre de politique énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi);
 - l'exigence de transparence et de reddition de comptes de la SRC puisque celle-ci est financée par le public.

⁴ Voir l'avis public 2000-1 et la décision 2000-1 (radio et télévision de langue anglaise), la décision 2000 2 (radio et télévision de langue française) et la décision 2000-3 (Newsworld et le Réseau de l'information).

7. En outre, la plupart des intervenants qui ont présenté des commentaires à cet égard s'opposent à la proposition de la SRC d'introduire de la publicité sur ses services radiophoniques Radio 2 et Espace Musique.
8. Enfin, le Conseil a reçu des interventions s'opposant au renouvellement de certaines ou de toutes les licences de la SRC. Ces intervenants font valoir notamment que la SRC n'est plus requise dans le paysage médiatique actuel parce que les Canadiens ont maintenant accès à une panoplie de services média. Certains estiment qu'il faudrait privatiser la SRC si celle-ci ne peut survivre grâce à ses revenus publicitaires.
9. En vertu de l'article 23(1) de la Loi, le Conseil a consulté la SRC au sujet des conditions de licence énoncées dans la présente décision.

Rôle du radiodiffuseur public national

Mandat de la SRC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*

10. L'article 3(1) de la Loi aborde le rôle de la SRC de la façon suivante :

Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion :

l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit;

m) la programmation de la Société devrait à la fois :

i) être principalement et typiquement canadienne,

ii) 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,

iii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,

iv) être 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 ou l'autre langue,

v) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,

vi) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,

vii) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens,

viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Stratégie de la SRC

11. Le système canadien de radiodiffusion s'est radicalement transformé depuis le dernier renouvellement de licence des services de la SRC. Entre autres, la majorité du système de radiodiffusion a fait la transition de l'analogique au numérique, les systèmes de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) et d'autres systèmes de distribution ont changé de façon importante, et les émissions de télévision sont accessibles par le biais d'autres écrans en raison des progrès d'internet et de l'arrivée des téléphones intelligents et des tablettes. Au cours de la présente instance, le Conseil a analysé comment la SRC pouvait s'acquitter au mieux de son mandat dans cet environnement audiovisuel et de radiodiffusion en constante évolution.
12. La SRC a énoncé son approche globale de participation à un environnement de radiodiffusion en mutation dans son plan stratégique quinquennal intitulé *Stratégie 2015 : Partout, Pour tous* (Stratégie 2015), qu'elle a publié en février 2011 et déposé en annexe à ses demandes de renouvellement de licences. Dans Stratégie 2015, la SRC énonce ses plans qui devraient lui permettre de continuer à jouer un rôle vital au sein de la société canadienne au cours des cinq prochaines années. Bien que la SRC admette qu'elle ne peut combler tous les besoins de chaque personne, elle fait valoir qu'à titre de radiodiffuseur public national, elle peut représenter quelque chose de significatif et pertinent pour tous les Canadiens. Stratégie 2015 repose sur trois grands thèmes qui peuvent être résumés de la façon suivante.
 - Programmation réseau et espaces publics nationaux
 - renouveler les services de nouvelles nationales;
 - diffuser des émissions canadiennes provenant de toutes les catégories, surtout des dramatiques et des documentaires mettant en relief des histoires canadiennes;
 - offrir une programmation très majoritairement canadienne aux heures de grande écoute et sur tous les services;
 - mettre à l'horaire des manifestations culturelles prestigieuses qui rassemblent un grand nombre de Canadiens.
 - Présence régionale et espaces communautaires
 - s'efforcer de devenir un chef de file dans tous les marchés locaux, y compris grâce à des projets multimédia;
 - étendre ses services (surtout ceux de la radio) dans certains marchés mal desservis choisis afin de pallier des lacunes de couverture;
 - lancer de nouveaux services et sites web locaux.

- Nouvelles plateformes et nouveaux espaces numériques
 - o créer et alimenter des espaces numériques canadiens;
 - o accroître les offres des chaînes spécialisées;
 - o doubler les investissements dans les médias numériques.

13. La SRC précise comment elle compte financer tous ces projets, par exemple en entreprenant des projets pour accroître ses revenus et réduire ses frais d'exploitation, en révisant ses méthodes de production pour atteindre une efficacité maximale.
14. Stratégie 2015 présente aussi un ensemble de mesures en vue d'aider le public canadien et la SRC à évaluer le succès de la réalisation de chaque aspect du plan de la SRC. Depuis la publication de Stratégie 2015, la SRC a publié des rapports sur le rendement de ses services, y compris des enquêtes d'opinion de l'auditoire.

Approche du Conseil

15. Que ses émissions soient regardées sur ses stations de télévision en direct ou ses services spécialisés, écoutées à la radio ou accédées en ligne, la SRC joue un rôle important dans la vie des Canadiens. En tant que radiodiffuseur public national, la SRC doit être un service pancanadien qui reflète et répond aux besoins de tous les Canadiens dans les deux langues officielles, quel que soit leur lieu de résidence. Elle doit continuer à contribuer de façon notable au patrimoine culturel du Canada en assurant la promotion et la création d'émissions variées, qui reflètent et célèbrent le Canada et les Canadiens.
16. L'approche du Conseil énoncée dans la présente décision s'appuie sur celle de Stratégie 2015 tout en s'assurant que la SRC respecte les objectifs de la Loi et dispose de la souplesse nécessaire pour s'adapter à la fois à un environnement de radiodiffusion en constante évolution et à ses propres contraintes financières.
17. Le Conseil note que pour l'année de radiodiffusion 2011-2012, les revenus de la SRC totalisent 1,8 milliard de dollars, y compris 1,03 milliard de dollars en crédits parlementaires pour les dépenses d'exploitation et 134 millions de dollars en crédits parlementaires pour des dépenses en capital. En plus de ses crédits parlementaires, les revenus de la SRC comprennent quelques 376 millions provenant des revenus publicitaires et près de 168 millions en revenus d'abonnement à ses services spécialisés.
18. Cependant, la SRC fera face à des pressions financières au cours des années à venir en raison de la baisse de ses crédits parlementaires (115 millions sur trois ans) et de l'élimination graduelle du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL)⁵ – ce qui réduira ses revenus annuels de près de 160 millions.

⁵ Dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, le Conseil a déterminé que les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) autorisées devraient être tenues de contribuer un pourcentage de leurs revenus bruts découlant de leurs activités de radiodiffusion de l'année précédente au FAPL. Dans les politiques

19. Il convient de noter que les crédits de la SRC pour les dépenses d'exploitation de 1,03 milliard de dollars pour l'année de radiodiffusion 2011-2012 dépassaient de presque 190 millions de dollars ses niveaux pour 2002 qui étaient de 840 millions de dollars. En tenant compte de l'incidence de l'inflation au cours des dix dernières années, les crédits parlementaires de la SRC pour ses dépenses d'exploitation sont comparables à son niveau de 2002, lorsqu'exprimés en dollars indexés.
20. En outre, tenant compte de l'effet combiné des réductions susmentionnées dans les crédits parlementaires, ainsi que le taux d'inflation annuel (tel qu'évalué par le Conference Board du Canada) pour chacune des cinq prochaines années, les crédits de la SRC pour les dépenses d'exploitation de 2018-2019 pourraient être de 160 millions de dollars inférieurs à leur niveau de 2002 de 840 millions de dollars, lorsqu'exprimés en dollars indexés de 2002.
21. La SRC entend compenser ces réductions par une combinaison de hausses de revenus (surtout publicitaires), de baisses de dépenses et de gains d'efficacité, y compris des réaménagements d'effectifs. En même temps, la SRC navigue dans un environnement de radiodiffusion de plus en plus concurrentiel, sur toutes sortes de plateformes.
22. La SRC a déjà indiqué qu'en plus de l'adoption de mesures de rationalisation de ses méthodes de travail et de production, elle réviserait ses frais d'exploitation pour faire face à ses contraintes financières, telles sa masse salariale, ses dépenses de programmation et l'échelle de certains projets de Stratégie 2015.
23. Pour atteindre les objectifs énoncés dans la Loi, le Conseil a, dans plusieurs cas, ajouté des conditions de licence qui établissent des seuils minimaux de diffusion de certains types de programmation et de dépenses. L'objectif de ces conditions est d'assurer la diffusion des seuils minimums des émissions même en cas de rajustement par la SRC de ses stratégies et priorités de programmation.
24. Le cadre existant offre à la SRC la souplesse nécessaire pour pouvoir s'ajuster en réponse aux futures pressions financières auxquelles elle pourrait avoir à faire face au cours de sa période de licence. Néanmoins, le Conseil encourage la SRC à dépasser les seuils minimums énoncés dans les conditions de licence, surtout lorsque ces seuils minimums sont inférieurs aux seuils historiques de programmation et de dépenses de la SRC. Le Conseil estime que la SRC est en bonne posture pour surpasser ces seuils minimums. Plusieurs autres facteurs contribuent à l'atteinte des objectifs de la SRC, ce qui fait en sorte qu'une réglementation plus détaillée de la programmation n'est pas nécessaire. La SRC est un chef de file dans la production d'émissions canadiennes, plus particulièrement les ÉIN. Cette programmation attire un grand nombre d'auditeurs, qui par ricochet attire des revenus publicitaires vigoureux. La stratégie de programmation de la SRC lui permet aussi d'accéder

réglementaires de radiodiffusion 2009-406 et 2009-406-1, le Conseil a revu sa politique sur le FAPL et a pris des décisions spécifiques quant à sa mise en œuvre. À la suite d'une revue du FAPL annoncée dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-378, le Conseil a déterminé, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2012-385, qu'il ne serait pas approprié de conserver le FAPL à long terme et qu'il allait réduire progressivement le fonds au cours des deux prochaines années de radiodiffusion.

à une somme importante de financement par le biais du Fonds des médias du Canada (FMC), qui reconnaît et récompense les radiodiffuseurs qui produisent une programmation qui réussit à attirer des auditeurs. Compte tenu de cet environnement, le Conseil est convaincu que la SRC continuera à produire des quantités de programmation canadienne qui vont au-delà des exigences énoncées par le Conseil.

25. Le Conseil estime que les conditions de licence énoncées dans la présente décision permettront de s'assurer que la SRC :

- renforce sa position de chef de file en tant que service pancanadien représentant tous les Canadiens et répondant aux besoins de ceux-ci, quel que soit leur lieu de résidence, dans les deux langues officielles;
- continue à contribuer de manière significative à la vie culturelle canadienne en s'assurant de promouvoir la musique canadienne et de créer des émissions canadiennes;
- intensifie son rôle dans la vie des plus jeunes citoyens canadiens en diffusant des émissions destinées aux enfants.

26. Tel que noté à l'article 3(1)c) de la Loi, les radiodiffuseurs de langues anglaise et française, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins. Conformément à la Loi, le Conseil a considéré séparément les réalités différentes de langue anglaise et française, dans lesquelles la SRC exploite ses services. De plus, la Loi enjoint la SRC à fournir aux Canadiens de la programmation qui est de qualité équivalente en anglais et en français, tout en reflétant les besoins et circonstances propres à chaque communauté de langue officielle. Ainsi, dans la présente décision, les particularités de chaque communauté de langue officielle ont fait en sorte que le Conseil adopte une approche et impose des conditions de licence qui respectent ces particularités.

27. Dans la présente décision, le Conseil insiste surtout sur les services offerts à la population résidant dans les différentes régions du Canada, particulièrement les CLOSM. La Loi prévoit que la SRC doit refléter et desservir les régions du Canada, ainsi que les CLOSM de langues anglaise et française à travers le pays. Par son approche, le Conseil tente de reconnaître les besoins et les problèmes particuliers des CLOSM de langues anglaise et française. Le Conseil a énoncé des mesures spécifiques à l'égard des CLOSM tout au long de la présente décision.

28. Dans ses demandes, la SRC note qu'elle est assujettie à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et doit déposer tous les ans auprès de Ressources humaines et Développement des compétences Canada un rapport de conformité à cette loi, notamment en ce qui a trait à la représentation en ondes des femmes, des peuples autochtones, des minorités visibles et des personnes avec des déficiences. Le Conseil n'a pas approfondi l'étude des plans de la SRC à l'égard de la représentation de la nature multiculturelle et multiraciale du Canada dans le cadre de la présente instance. Le Conseil compte évaluer plus tard sa politique générale de diversité culturelle pour permettre la tenue de consultations publiques adéquates. Le rendement de tous les titulaires, y compris la SRC, sera évalué à ce moment.

TÉLÉVISION TRADITIONNELLE

29. Dans sa prise de décisions à l'égard de la télévision traditionnelle, le Conseil a tenu compte à la fois des genres de programmation que la SRC devrait diffuser pour faire suite aux objectifs de la Loi et de ce que signifie l'obligation qui lui est faite, en tant que radiodiffuseur public national, d'offrir une programmation équilibrée qui comprend un contenu canadien aux heures de grande écoute.
30. L'un des facteurs déterminants a été l'objectif de la Loi voulant que le radiodiffuseur public national s'efforce d'offrir un contenu de langues anglaise et française de qualité équivalente, tout en reflétant la situation et les besoins particuliers de chaque communauté de langue officielle. Les discussions sur les exigences qu'il convient d'imposer aux ÉIN, aux émissions destinées aux enfants et aux émissions jeunesse, à la production indépendante, à la programmation locale et aux longs métrages canadiens reflètent cette approche générale.

Équilibre de la programmation

31. L'article 3(1)l) de la Loi stipule que la SRC doit offrir une programmation variée qui renseigne, éclaire et divertit. L'article 3(1)m) fixe huit objectifs culturels à la programmation de la SRC. La SRC doit donc équilibrer de nombreux objectifs de programmation différents.
32. Au cours de l'audience publique, le Conseil a discuté de l'imposition d'une condition de licence qui obligerait la télévision traditionnelle de langue anglaise et celle de langue française à élaborer des grilles-horaires équilibrées. Dans ses répliques finales verbales et écrites, la SRC propose les conditions ci-dessous.

Pour la télévision de langue française :

La titulaire doit présenter une grille-horaire raisonnablement équilibrée contenant des émissions provenant d'une diversité de catégories, selon la disponibilité des émissions et les préférences des téléspectateurs. De toutes les émissions provenant des stations de la SRC et de producteurs indépendants, une quantité raisonnable doit être issue des CLOSM.

Pour la télévision de langue anglaise :

La titulaire doit présenter une grille-horaire raisonnablement équilibrée contenant des émissions provenant d'une diversité de catégories, selon la disponibilité des émissions et les préférences des téléspectateurs. De toutes les émissions provenant des producteurs indépendants, une quantité raisonnable doit être issue des productions en provenance des régions des CLOSM.

Positions des intervenants

33. La Canadian Media Production Association (CMPA) et On Screen Manitoba (OSM) déclarent que la condition de licence devrait préciser qu'au moins 50 % de la programmation devrait provenir de producteurs indépendants et mentionner la région d'origine. Friends of Canadian Broadcasting (Friends) et l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) estiment que la condition de licence proposée par la SRC est trop souple car la programmation pourrait varier en fonction d'éléments comme la disponibilité des émissions et des préférences de l'auditoire.

Analyse et décisions du Conseil

34. Le Conseil estime approprié d'imposer une condition de licence générale exigeant une grille-horaire équilibrée compte tenu des multiples objectifs de programmation de la SRC énoncés aux articles 3(1)*l*) et *m*) de la Loi. Par ailleurs, il estime pertinent d'ajouter des références aux émissions originales diffusées aux heures de grande écoute ainsi qu'à la production régionale et indépendante, puisque ces éléments font partie d'une grille-horaire équilibrée pour le radiodiffuseur public national du Canada.
35. Le Conseil traite de la production indépendante à plusieurs endroits dans la présente décision. En tenant compte de ces mesures, le Conseil estime que l'exigence de 50 % proposée par la CMPA et OSM n'est pas nécessaire.
36. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil impose la **condition de licence** suivante à l'égard de la grille-horaire raisonnablement équilibrée à la télévision traditionnelle de langue française et de langue anglaise de la SRC :

La titulaire est tenue de présenter une grille-horaire raisonnablement équilibrée tirée de diverses catégories d'émissions. Au cours de la journée de radiodiffusion et des heures de grande écoute (de 19 h à 23 h), la programmation doit comprendre des émissions originales, des émissions provenant de producteurs indépendants et des émissions provenant de, et reflétant, toutes les régions du Canada, y compris les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

37. Cette condition de licence est énoncée à l'annexe 3 de la présente décision. À celle-ci s'ajoutent d'autres conditions de licence plus précises liées à la programmation et énoncées plus loin dans la présente décision.

Programmation canadienne

38. La Loi prévoit que la programmation de la SRC devrait être principalement et typiquement canadienne.
39. À l'heure actuelle, le Conseil s'attend à ce que la télévision de langue anglaise et celle de langue française consacrent au moins 75 % de la journée de radiodiffusion et 80 % des heures de grande écoute (de 19 h à 23 h) à des émissions canadiennes. Pour la prochaine

période de licence, la SRC a indiqué être disposée à accepter que ces attentes deviennent des conditions de licence⁶.

Positions des intervenants

40. L'Alliance des producteurs francophones du Canada (l'APFC), la Conférence canadienne des Arts, le Regroupement des conseils centraux de la Confédération des syndicats nationaux (CSN) et OpenMedia.ca sont favorables à l'exigence proposée tandis que l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (l'ACTRA) et Shaw Communications Inc. (Shaw) proposent des pourcentages plus élevés. Selon l'ACTRA, la SRC devrait consacrer au moins 80 % de la journée de radiodiffusion à la programmation canadienne et ne diffuser que des émissions canadiennes aux heures de grande écoute. Shaw allègue que la SRC devrait s'efforcer de diffuser une programmation entièrement canadienne.

Analyse et décisions du Conseil

41. L'engagement de la SRC de consacrer au moins 75 % de la journée de radiodiffusion et 80 % de la période des heures de grande écoute aux émissions canadiennes démontre un solide engagement de diffuser une programmation principalement et typiquement canadienne, comme l'exige la Loi. Le Conseil félicite la SRC pour ses efforts. Le Conseil accepte la proposition de la SRC en vue de convertir des attentes de diffusion de pourcentage élevé de programmation canadienne en conditions de licence. Le Conseil estime que cette approche est justifiée compte tenu du rôle clé que joue la SRC dans l'offre d'émissions canadiennes. De plus, le Conseil estime raisonnable que la SRC adhère à une exigence de diffusion de contenu canadien aux heures de grande écoute (19 h à 23 h) plus restrictive que celle imposée aux stations de télévision privée. Les stations de télévision privée sont assujetties à des exigences de diffusion de contenu canadien pour la période de radiodiffusion en soirée (18 h à minuit), tel que prévu par le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*. L'exigence imposée à la SRC assurera la diffusion d'un pourcentage important d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute, lorsque l'écoute est la plus forte.

42. La **condition de licence** est énoncée à l'annexe 3 de la présente décision.

Émissions d'intérêt national

43. Lors du dernier renouvellement des licences pour la télévision de langue anglaise et de langue française de la SRC, la décision du Conseil comprenait plusieurs attentes, encouragements, engagements et conditions de licence relativement à la diffusion d'émissions provenant de nombreuses catégories différentes.

44. En 2011, le Conseil a commencé à imposer aux titulaires de télévision privée des conditions de licence à l'égard de la diffusion d'EIN afin de simplifier, rationaliser et combiner les

⁶ Une condition de licence, contrairement à une simple attente, crée une obligation réglementaire claire qui peut être seulement modifiée avec l'approbation du Conseil à la suite d'un processus public.

exigences à l'égard de la programmation. Cette approche a été énoncée par le conseil dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-167.

45. Dans la même foulée, au cours de la présente instance, le Conseil a examiné la pertinence d'imposer des conditions de licence relatives aux ÉIN pour remplacer les diverses exigences relatives à la diffusion d'émissions provenant de certaines catégories. Puisque les réponses de la SRC et les préoccupations des intervenants ont été très différentes pour la télévision de langue anglaise et celle de langue française, le Conseil traitera de celles-ci de façon indépendante ci-dessous.

Télévision de langue française

46. La SRC propose de diffuser sept heures par semaine d'ÉIN aux heures de grande écoute, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion. Les ÉIN seront tirées des catégories 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 8a) Émissions de musique et danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8b) Vidéoclips, 8c) Émissions de musique vidéo et 9 Variétés, et comprendraient aussi des émissions spécifiques de remise de prix canadiens qui rendent hommage aux créateurs canadiens. De ces sept heures, 75 % seraient réservées à de la programmation canadienne produite par des sociétés de production indépendante. La SRC s'engage également à déposer un rapport annuel sur la diffusion d'ÉIN aux heures de grande écoute et sur le reflet des CLOSM dans ces émissions.

Positions des intervenants

47. Les intervenants proposent plusieurs modifications à la proposition d'ÉIN de la SRC, y compris :
- l'établissement d'un seuil minimum pour les émissions des catégories 8 et 9 ou une exigence minimale d'ÉIN de neuf heures par semaine – l'ADISQ;
 - l'exigence d'allouer chaque année aux ÉIN au moins le tiers des dépenses totales au titre des émissions canadiennes, à moins que la nouvelle exigence maintienne le nombre d'heures d'ÉIN actuellement diffusées – Association des producteurs de films et de télévision du Québec (l'APFTQ).
 - une exigence de production indépendante inférieure à 75 % pour accorder à la SRC la souplesse budgétaire dont elle a besoin – Conseil provincial du secteur des communications/Syndicat canadien de la fonction publique (le CPSC/SCFP).

Analyse et décisions du Conseil

48. Le Conseil souscrit à la proposition de la SRC d'intégrer à la définition de ses ÉIN des émissions spécifiques de remise de prix canadiens. Il estime que de telles émissions jouent un rôle important dans la promotion de la culture canadienne. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-808, le Conseil énonce les critères et mécanismes permettant d'évaluer si une émission de remise de prix peut être considérée comme une ÉIN. Lorsque tel est le cas, celle-ci est ajoutée par le Conseil à la liste des émissions

admissibles. Si la SRC souhaite ajouter une émission de ce genre à la liste, elle doit s'adresser au Conseil et prouver que l'émission respecte les critères.

49. La SRC propose de diffuser sept heures par semaine d'ÉIN à la télévision de langue française. Bien que ce nombre d'heures soit inférieur au niveau historique de 10 heures, le Conseil note que les seuils de financement de la SRC ont chuté en dessous des seuils historiques. Le Conseil note également les efforts continus de la SRC afin de créer et diffuser des émissions attrayantes et novatrices appartenant à ces catégories. Par conséquent, le Conseil estime que la diffusion de sept heures d'ÉIN par semaine à la télévision de langue française est raisonnable.
50. Le Conseil tient compte des préoccupations du CPSC/SCFP, mais note que la proposition de la SRC d'allouer 75 % des ÉIN à des productions indépendantes assurerait une contribution importante du secteur de la production indépendante canadienne.
51. Le Conseil est également convaincu que le mandat de la SRC en vertu de la Loi, le financement du FMC, ainsi que les attentes des auditoires et des annonceurs pour des émissions originales, seront des incitatifs pour assurer des dépenses en ÉIN par la SRC.
52. Par conséquent, le Conseil impose une **condition de licence**, énoncée à l'annexe 3 de la présente décision, qui comprend les éléments suivants :
 - la télévision de langue française doit diffuser au moins sept heures par semaine d'ÉIN aux heures de grande écoute (19 h à 23 h), calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion;
 - les ÉIN doivent provenir des catégories 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 8a) Émissions de musique et danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8b) Vidéoclips, 8c) Émissions de musique vidéo et 9 Variétés, et comprendre des émissions spécifiques de remise de prix canadiens qui rendent hommage aux créateurs canadiens;
 - au moins 75 % des heures d'ÉIN doivent être consacrées à de la programmation canadienne produite par des sociétés de production indépendante.

Télévision de langue anglaise

53. À l'origine, la SRC a proposé de diffuser sept heures d'ÉIN à la télévision de langue anglaise aux heures de grande écoute. Les ÉIN comprendraient des émissions des catégories 2b) Documentaires de longue durée et 7 Émissions dramatiques et comiques, ainsi que des émissions spécifiques de remise de prix canadiens, et 75 % proviendraient de sociétés de production indépendante.
54. Dans sa réplique verbale finale, la SRC a augmenté son engagement au titre des ÉIN de sept à neuf heures, tout en maintenant son engagement initial de production canadienne indépendante à 75 % de 7 heures, ou 5,25 heures. La SRC explique qu'en raison de difficultés financières, elle doit conserver la souplesse nécessaire pour avoir recours soit à la production indépendante, soit à la production à l'interne pour les deux heures

supplémentaires d'ÉIN. De plus, la SRC indique que, de ces neuf heures d'ÉIN au moins 2 heures proviendraient de chacune des catégories 2b) Documentaires de longue durée et 7 Émissions dramatiques et comiques.

55. La SRC ajoute que la programmation des catégories 8 et 9 fait aussi partie de sa stratégie de programmation aux heures de grande écoute et qu'elle a entamé un exercice de réflexion, en consultation avec les organismes culturels canadiens, sur sa programmation des arts du spectacle.

Positions des intervenants

56. Les intervenants suggèrent plusieurs modifications à la proposition de la SRC, y compris ce qui suit :

- un seuil minimum de 10 heures d'ÉIN (ce qui reflète les pourcentages historiques), dont au moins 75 % seraient consacrées à la production indépendante – CMPA, Guilde canadienne des réalisateurs (GCR), OSM, Writers Guild of Canada (Writers Guild);
- un seuil minimum de 14 heures d'ÉIN par semaine – ACTRA;
- l'inclusion de catégories d'émissions précises, telles que les documentaires, les émissions dramatiques, la musique et les variétés – Documentaristes du Canada (DOC), Writers Guild, Friends;
- une exigence de dépenses au titre des ÉIN basée sur les dépenses historiques des trois dernières années – GCR, Writers Guild;
- les coproductions minoritaires⁷ ne devraient pas être comptabilisées au titre des ÉIN – Writers Guild.

Analyse et décisions du Conseil

57. Le Conseil note que la SRC a tenu compte des préoccupations de diverses parties et augmenté sa proposition à l'égard du seuil hebdomadaire de diffusion d'ÉIN de sept à neuf heures. Bien que ce chiffre soit inférieur au chiffre historique, le Conseil note que le financement de la SRC a aussi chuté en dessous des seuils historiques. Par conséquent, il estime que la proposition de la SRC est raisonnable.

58. Afin de veiller à ce que la télévision de langue anglaise de la SRC offre une grille-horaire équilibrée aux heures de grande écoute, la SRC propose de consacrer au cours de chaque semaine au moins deux heures d'ÉIN à des documentaires de longue durée et au moins deux heures à des émissions dramatiques et comiques. Bien que ces seuils minimums soient inférieurs aux seuils historiques, le Conseil estime qu'une grille-horaire équilibrée aux heures de grande écoute, comprenant à la fois des dramatiques et des documentaires, contribue à l'atteinte de l'objectif de la Loi voulant que le radiodiffuseur public national propose une vaste gamme de programmation destinée à informer, éclairer et divertir.

⁷ Les coproductions minoritaires sont des coproductions internationales dont les Canadiens ne contrôlent pas les aspects de création de la production en tant que partenaires majoritaires.

59. Un examen des registres d'émissions démontre que la SRC met déjà considérablement à contribution la production indépendante canadienne sans aucune intervention réglementaire. Par conséquent, le Conseil estime que la proposition de la SRC à l'égard des ÉIN produites par le secteur indépendant est acceptable et offre à la SRC une certaine souplesse quant à sa façon d'atteindre ses objectifs de programmation.
60. Le Conseil est également convaincu que le mandat de la SRC en vertu de la Loi, le financement du FMC, ainsi que les attentes des auditoires et des annonceurs pour des émissions originales, seront des incitatifs pour assurer des dépenses en ÉIN par la SRC.
61. Le Conseil note les préoccupations de la Writers Guild concernant la comptabilisation des coproductions minoritaires au titre des exigences relatives aux ÉIN, mais il estime qu'une approche différente irait à l'encontre des obligations internationales du Canada en vertu des traités signés avec des états étrangers. Selon ces traités, toutes les coproductions officiellement reconnues doivent obtenir un traitement national, y compris les coproductions canadiennes majoritaires et minoritaires.
62. Par conséquent, le Conseil impose une **condition de licence**, énoncée à l'annexe 3 de la présente décision, qui comprend les éléments suivants :
- la télévision de langue anglaise doit diffuser en moyenne au moins neuf heures par semaine d'ÉIN aux heures de grande écoute, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion;
 - les ÉIN doivent comprendre des émissions des catégories 2b) Documentaires de longue durée et 7 Émissions dramatiques et comiques, ainsi que des émissions précises de remise de prix canadiens rendant hommage à la créativité des artistes canadiens;
 - au moins 2 heures d'ÉIN doivent être tirées de chacune des catégories 2b) et 7;
 - au moins 5,25 heures d'ÉIN doivent être consacrées à des émissions produites par des sociétés de production indépendante canadiennes.
63. Tel que discuté à l'audience, le Conseil encourage la SRC à poursuivre ses plans visant à redéfinir sa programmation des arts de la scène en coopération avec les organismes culturels canadiens et à informer la population canadienne des progrès réalisés à cet égard.

Émissions destinées aux enfants et émissions jeunesse

64. Pour la télévision de langue française, la SRC propose de remplacer à la fois l'attente actuelle de diffusion de 20 heures par semaine d'émissions pour enfants et jeunes et sa condition de licence actuelle qui prévoit quatre heures de programmation canadienne originale pour enfants par une condition de licence qui exigerait :
- 10 heures par semaine d'émissions destinées aux enfants de moins de 12 ans, dont au moins 75 % seraient des émissions produites par des sociétés de production indépendante canadiennes;

- au moins 100 heures par année d'émissions originales pour enfants et d'émissions jeunesse (devant faire partie des 10 heures hebdomadaires).
65. Pour la télévision de langue anglaise, la SRC propose de remplacer l'attente actuelle d'offrir 15 heures par semaine d'émissions destinées aux enfants (2 à 11 ans) et de 5 heures par semaine d'émissions jeunesse (12 à 17 ans) par une condition de licence qui exigerait :
- au moins 15 heures par semaine d'émissions canadiennes destinées aux enfants de moins de 12 ans, dont :
 - o au moins une heure serait composée d'émissions originales;
 - o au moins 75 % seraient des émissions produites par des sociétés de production indépendante canadiennes.
66. La SRC propose également que les interludes insérés en remplacement des minutes de publicité dans les émissions destinées aux enfants entrent dans le calcul des heures de programmation originale et canadienne.

Positions des intervenants

67. Plusieurs intervenants, dont l'ACTRA, l'APFTQ, l'Alliance Médias Jeunesse (AMJ), la CMPA, la GCR, et l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son/l'Union des artistes/la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma/l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (AQTIS/UDA/SARTEC/ARRQ) et la Writers Guild s'opposent à toute réduction des exigences de la SRC liées aux émissions pour enfants et aux émissions jeunesse. Les intervenants reviennent systématiquement sur la valeur des émissions destinées aux enfants et aux jeunes et sur le rôle que devrait jouer le radiodiffuseur public national dans l'offre de cette programmation puisque peu de télédiffuseurs traditionnels choisissent de le faire. Des interventions provenant de particuliers citent des émissions pour enfants particulières qu'ils écoutent en famille et estiment que la SRC devrait diffuser un plus grand nombre d'heures d'émissions pour enfants, et pas moins.
68. Prenant note de la priorité que la SRC déclare accorder aux émissions pour enfants d'âge préscolaire et de sa demande d'être libérée de toute exigence à l'égard des émissions jeunesse, un certain nombre d'intervenants se disent inquiets du volume de programmation destinée aux 9 à 12 ans et 12 à 17 ans. À cet égard, la GCR fait valoir que le réseau de langue anglaise de la SRC a seulement offert en moyenne 1,1 heure d'émissions jeunesse par semaine au cours des trois dernières années, malgré une attente de 5 heures. L'AMJ a également déposé une étude qui révèle des écarts importants dans la variété et la disponibilité du contenu télévisuel ciblant les enfants de 9 à 12 ans. L'étude démontre également que les enfants et les jeunes se tournent vers les plateformes en ligne pour constituer un complément aux médias traditionnels, et non pour les remplacer.

69. Enfin, un certain nombre de parties ont formulé des propositions précises, comme suit :

- la télévision de langue française de la SRC devrait être tenue d'offrir, au cours de chaque semaine, au moins 2 heures d'émissions originales pour enfants de moins de 12 ans et au moins 1 heure pour les 12 à 17 ans – APFTQ;
- la télévision de langue anglaise de la SRC devrait maintenir ses seuils historiques d'émissions pour enfants à environ 28 heures par semaine pour les enfants de moins de 12 ans – CMPA et OSM;
- 10 des 15 heures d'émissions canadiennes destinées aux enfants de moins de 12 ans diffusées sur la télévision de langue anglaise devraient être des émissions originales – CMPA;
- la condition de licence de la télévision de langue anglaise de la SRC devrait exiger que 30 % des émissions destinées aux enfants soient des productions originales – Writers Guild;
- la condition de licence de la télévision de langue anglaise de la SRC devrait s'assurer que la SRC ne puisse pas consacrer la totalité de ses 15 heures d'émissions canadiennes à des émissions destinées à des enfants d'âge préscolaire – GCR;
- la SRC devrait être tenue de produire un rapport annuel sur ses émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire et scolaire, y compris le nombre d'heures de programmation originale qu'elle diffuse – Writers Guild.

Réplique de la SRC

70. Pour étayer sa proposition, la SRC allègue que les exigences liées aux émissions pour enfants et aux émissions jeunesse ne devraient pas être trop précises relativement aux groupes d'âge auxquelles la programmation s'adresse, puisque ceci pourrait nuire à l'évolution de son approche. La SRC explique que sa stratégie visant les enfants d'âge préscolaire consiste à offrir des émissions éducatives surtout les matins de semaine, tandis que celle visant les enfants d'âge scolaire (6 à 12 ans) se base sur des émissions de fin de semaine spécifiques, des émissions familiales aux heures de grande écoute et une offre complémentaire en ligne. La SRC indique qu'elle ne cesse d'innover pour rejoindre les jeunes en leur offrant des émissions familiales aux heures de grande écoute et un contenu en ligne conçu pour eux.
71. La SRC fait valoir que l'accent mis sur les émissions originales est malvenu puisqu'elle a toujours créé et acheté de nouvelles émissions et qu'elle continuera à faire dans la mesure du possible, compte tenu de ses contraintes budgétaires. Pour justifier sa demande de réduction des heures d'émissions originales pour enfants à la télévision de langue française, la SRC allègue que leur contenu demeure pertinent puisque l'auditoire de ce genre de programmation est constamment renouvelé.

Analyse et décisions du Conseil

Nombre d'heures d'émissions pour enfants et jeunes et groupes d'âge

72. Le radiodiffuseur public national a le mandat de desservir tous les Canadiens. À ce titre, le Conseil estime que la SRC a la responsabilité de proposer aux enfants et aux jeunes canadiens des émissions instructives, éducatives et divertissantes. Cette obligation fait non seulement partie du mandat de service public de la SRC, mais elle est vitale pour bâtir son futur auditoire sur des plateformes multiples. Bien que les chaînes de télévision éducative provinciales offrent des émissions pour enfants, de telles émissions ont été abandonnées en grande partie par les chaînes de télévision traditionnelle privées. En conséquence, très peu d'émissions pour enfants et d'émissions jeunesse sont disponibles en direct à travers le pays. Ainsi, le Conseil estime qu'un engagement adéquat de la SRC à cet égard est encore plus important.
73. Le Conseil est d'avis que l'éventuelle élimination de tout engagement au titre des émissions jeunesse n'est pas conforme au mandat de la SRC. Bien que le Conseil ne soit pas convaincu par l'argument de la SRC voulant que les jeunes abandonnent de façon générale la télévision traditionnelle, il reconnaît que l'environnement de la radiodiffusion est en évolution constante, plus particulièrement en ce qui concerne l'auditoire jeunesse. Par conséquent, le Conseil estime approprié d'établir une attente relative aux émissions jeunesse plutôt qu'une condition de licence.
74. Pour ce qui est de la proposition de réduire le nombre d'heures d'émissions de langue française destinées aux enfants de 20 heures (enfants et jeunes) à 10 heures (enfants de moins de 12 ans), le Conseil estime qu'une diminution de cette ampleur serait très problématique étant donné la relative rareté des choix offerts aux jeunes téléspectateurs de langue française et francophiles du Canada, surtout à l'extérieur du Québec.
75. Compte tenu de ce qui précède et tel qu'énoncé à l'annexe 3 de la présente décision, le Conseil estime pertinent de renforcer les engagements proposés par la SRC au titre des émissions pour enfants et des émissions jeunesse à la télévision de langue française et à celle de langue anglaise en :
- exigeant, par **condition de licence**, la diffusion d'au moins 15 heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, d'émissions destinées aux enfants de moins de 12 ans;
 - établissant une attente de 5 heures par semaine d'émissions destinées aux jeunes de 12 à 17 ans.
76. Le Conseil note que les exigences susmentionnées représentent un nombre d'heures d'émissions jeunesse conforme aux attentes précédentes et un nombre d'heures d'émissions pour enfants comparable aux engagements actuels de la SRC. Elles ont aussi l'avantage d'harmoniser l'offre pour la télévision de langue anglaise et celle de langue française.
77. Le Conseil partage l'avis des intervenants qui souhaitent que la programmation destinée aux enfants de moins de 12 ans comprenne des émissions pour enfants d'âge scolaire et

préscolaire. Néanmoins, le Conseil estime que le mandat de service public de la SRC peut être atteint sans que le Conseil ait à répartir par groupes d'âge les exigences de programmation et de rapports. Le Conseil s'attend toutefois à ce que les heures d'émissions destinées aux enfants de moins de 12 ans soient raisonnablement réparties entre les émissions pour enfants d'âge scolaire et d'âge préscolaire.

Émissions pour enfants et émissions jeunesse originales

78. Pour la télévision de langue française, la proposition de la SRC de consacrer 100 heures par année à des émissions pour enfants et émissions jeunesse originales se situe sous le seuil actuellement exigé. Le seuil proposé correspond plus ou moins à la requête de l'APFTQ à l'égard des enfants de moins de 12 ans. Bien que la proposition d'engagement de la SRC de diffuser au moins une heure par semaine de programmation originale à la télévision de langue anglaise soit moins exigeante que ce que réclament les intervenants, elle n'en représente pas moins un nouvel engagement dans la mesure où aucun seuil n'est actuellement imposé à la télévision de langue anglaise à l'égard de la programmation originale.
79. Le Conseil note les arguments de la SRC concernant la réduction qu'elle propose quant aux émissions originales pour enfants sur sa télévision de langue française. Il convient que toute heure additionnelle d'émission originale entraînerait une hausse des coûts et qu'il serait difficile pour la SRC de maintenir un seuil historique d'émissions originales pour enfants étant donné sa situation financière. Le Conseil reconnaît aussi qu'il fixe au réseau de langue française une exigence d'heures d'émissions pour enfants originales supérieure comparativement à la télévision de langue anglaise. Le Conseil convient également avec la SRC que l'auditoire d'émissions pour enfants change constamment, et que cet auditoire passe à d'autres genres de programmation. Ainsi, les besoins de l'auditoire d'émissions pour enfants sont différents de ceux d'un auditoire adulte, de telle sorte qu'un pourcentage raisonnable de rediffusion est acceptable.
80. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que les propositions de la SRC d'offrir au moins 100 heures par année d'émissions originales à la télévision de langue française et au moins une heure par semaine d'émissions originales à la télévision de langue anglaise sont acceptables. Par conséquent, le Conseil énonce des **conditions de licence** à cet égard à l'annexe 3 de la présente décision.
81. Le Conseil note que la SRC sollicite une exception à la méthode de calcul du nombre d'heures d'émissions originales ou canadiennes. La question est abordée ci-dessous, dans la section consacrée à la définition d'une émission originale.

Productions indépendantes d'émissions destinées aux enfants

82. Le Conseil estime que la proposition de la SRC voulant qu'au moins 75 % de ses émissions destinées aux enfants soient des productions indépendantes répond aux préoccupations soulevées à l'audience par des parties dont la CMPA et l'APFTQ. Le Conseil note également que cela représente un engagement plus fort à l'égard du secteur de la production indépendante canadienne que ce qui est actuellement exigé des services de télévision de

langues anglaise et française de la SRC en ce qui à trait aux émissions pour enfants. Par conséquent, le Conseil estime que l'exigence que propose la SRC est acceptable. Ainsi, le Conseil énonce une **condition de licence** à cet égard à l'annexe 3 de la présente décision.

Définition d'une émission originale destinée aux enfants

83. La télévision de langue française de la SRC était assujettie à une condition de licence exigeant la diffusion de quatre heures d'émissions originales pour enfants par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion. La SRC a admis sa non-conformité à cet égard pour certaines années. La SRC allègue qu'elle ne pouvait se conformer à cette condition de licence en raison de l'interdiction de diffuser de la publicité pendant ces émissions et de la difficulté à trouver et diffuser suffisamment de contenu interstitiel original et canadien pour insérer aux endroits réservés à la publicité.

84. La SRC propose de définir une émission originale pour les besoins de la condition de licence relative aux émissions destinées aux enfants pour la télévision de langue française comme suit :

Pour les besoins de la présente condition, « originale » signifie une émission canadienne diffusée pour la première fois au Canada en français par la titulaire et n'exclut pas qu'un autre diffuseur puisse diffuser la même année pour la première fois la même émission dans la même langue.

Pour les fins du calcul des heures de diffusion de ces émissions canadiennes ou originales, les segments d'émissions insérés dans les pauses publicitaires seront comptés comme ayant la même nature canadienne ou originale que l'émission dans laquelle ces segments sont insérés.

Positions des intervenants

85. L'AMJ fait valoir que lorsque plusieurs radiodiffuseurs contribuent ensemble au financement de production d'une émission, ils devraient tous pouvoir considérer l'émission comme une émission originale. L'AMJ indique également qu'étant donné la nature de l'auditoire jeunesse, un certain nombre de rediffusions de cette émission devraient être considérées comme originales. DOC partage cet avis.

86. Pour sa part, la CMPA propose de définir une émission originale comme [traduction] « une émission diffusée sur un service autorisé de la SRC qui n'a jamais été diffusée au Canada par un autre service autorisé ou exempté ou sur une autre plateforme ».

87. Enfin, la Writers Guild recommande au Conseil de lancer une instance de suivi pour élaborer une définition d'émission originale qui conviendrait à la fois à la SRC et aux autres radiodiffuseurs.

Analyse et décisions du Conseil

88. Le Conseil a décidé d'obliger tant la télévision de langue anglaise que celle de langue française de la SRC à diffuser des émissions originales destinées aux enfants. Il doit donc trouver une approche qui convient aux deux.
89. Étant donné le nombre relativement limité d'émissions produites en vertu d'ententes entre plusieurs diffuseurs et le caractère exceptionnel des émissions qui en résultent, le Conseil estime équitable de reconnaître une émission comme une émission originale pour tous les partenaires en radiodiffusion ayant contribué au financement de sa production, et il supprime les obstacles à la réalisation du mandat de la SRC. Il note également que cette approche serait conforme à celle du FMC.
90. Pour ce qui est de la demande de la SRC à l'effet que les interludes insérés pour remplacer la publicité soient vus comme des émissions canadiennes ou originales, le Conseil note que tous les services payants et la plupart des services spécialisés destinés aux enfants sont soumis à des restrictions publicitaires. Le Conseil estime donc que la SRC n'est pas particulièrement désavantagée par l'approche du Conseil à l'égard du contenu interstitiel.
91. En outre, le Conseil note que si la télévision de langue française de la SRC a choisi de remplacer les minutes manquantes de programmation par des interludes, d'autres radiodiffuseurs (dont la télévision de langue anglaise de la SRC) ont choisi d'intégrer les émissions pour enfants à un bloc de programmation pour enfants avec un animateur. Dans le cas de la télévision de langue anglaise, ce bloc s'appelle « Kids' CBC ». La programmation revient à l'animation de Kids' CBC à la fin de chaque émission. Cette approche permet aux radiodiffuseurs de remplacer les minutes autrement réservées à des messages publicitaires par un contenu original canadien.
92. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve en partie** la requête de la SRC de considérer comme originale une émission déjà diffusée par un autre diffuseur aux fins des conditions de licence relatives aux émissions pour enfants énoncées à l'annexe 3, mais seulement lorsque la SRC et ce diffuseur auront participé ensemble au financement de la pré-production de l'émission en question. Par contre, le Conseil **refuse** la requête de la SRC en vue d'être autorisée à compter les segments d'émissions insérés dans les pauses publicitaires comme ayant la même nature canadienne ou originale que l'émission dans laquelle ces segments sont insérés.

Programmation locale

Contexte

93. En ce qui concerne la quantité de programmation locale, la SRC propose l'adoption de nouvelles conditions de licence selon lesquelles :
- Pour ses stations de télévision de langue française dans tous les marchés :
 - au moins 5 heures par semaine, en moyenne, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion;

- o des nouvelles locales sept jours par semaine, sauf en période de vacances.
 - Pour ses stations de télévision de langue anglaise dans les *marchés métropolitains* :
 - o au moins 14 heures de programmation locale par semaine à l'exception d'une période d'au plus 16 semaines pendant laquelle des événements d'intérêt national tels que les Jeux olympiques et panaméricains et les séries éliminatoires de la LNH sont diffusés, ou lorsque des jours fériés modifient le déroulement normal de la semaine;
 - o au moins 14 heures de programmation locale par semaine calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion;
 - o de ces 14 heures, au moins une heure doit être consacrée à la programmation locale autre que les nouvelles.
 - Pour ses stations de langue anglaise dans les marchés *non métropolitains* :
 - o au moins 7 heures de programmation locale par semaine, à l'exception d'une période d'au plus 16 semaines pendant laquelle des événements d'intérêt national tels que les Jeux olympiques et panaméricains et les séries éliminatoires de la LNH sont diffusés, ou lorsque des jours fériés modifient le déroulement normal de la semaine;
 - o au moins 7 heures de programmation locale par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion.
94. Ces conditions remplaceraient les attentes, engagements et conditions de licence individuels pour chaque station.
95. La SRC reconnaît l'importance de la programmation locale et affirme qu'elle constitue toujours un volet essentiel de sa stratégie organisationnelle. La SRC admet également que ses propositions peuvent être interprétées comme une baisse de programmation locale dans certains marchés, notamment Halifax, Regina, Winnipeg et Yellowknife. Cependant, elle indique qu'elle n'a pas l'intention de réduire le nombre d'heures de programmation locale dans les marchés où elle dépasse déjà ses objectifs.

Positions des intervenants

96. Plusieurs parties se demandent si la SRC peut continuer à offrir un niveau suffisant de programmation locale de qualité étant donné la disparition graduelle du FAPL devant se terminer le 1^{er} septembre 2014 et la récente diminution des crédits parlementaires. Ces parties comprennent l'Association acadienne des artistes professionnels du Nouveau-Brunswick (l'AAAPNB), l'Association canadienne française de l'Alberta (l'ACFA), l'Association franco-yukonnaise (AFY), l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario (l'AFO), l'APFC, le Commissariat aux langues officielles, la Fédération des communautés francophones et acadienne (la FCFA), le Syndicat des communications de Radio-Canada (le FNC-CSN) [le SCRC], le Quebec English-language Production Council (le QEPC), le Regroupement des conseils centraux de la CSN, la Société nationale de l'Acadie (la SNA) et l'AQTIS/UDA/SARTEC/ARRQ.

97. D'autres parties, tels que la Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS) et la SNA, plaident pour la création d'un nouveau fonds régional qui appuierait la programmation locale de la SRC, tandis que d'autres parties, notamment l'AAAPNB, l'AFY, l'AFO et la FCFA, réclament la mise en place d'un fonds destiné à appuyer la programmation locale ciblant précisément les CLOSM. Certaines parties étaient d'avis que les exigences proposées par la SRC étaient insuffisantes. Par exemple, constatant que la télévision de langue anglaise propose d'offrir 7 heures par semaine de programmation locale dans les marchés non métropolitains, le SCRC propose une exigence de 6 heures par semaine pour les stations de langue française de la SRC, sans égard aux jours fériés. La FCFA, appuyée par l'ACFA, affirme qu'au moins 15 % du contenu du « Téléjournal national » devrait provenir de l'extérieur du Québec.

Analyse et décisions du Conseil

Ensemble des niveaux de programmation locale

98. Le Conseil définit la programmation locale comme une programmation produite par des stations locales qui ont un personnel local ou une programmation créée par des producteurs indépendants locaux et qui reflète les besoins et intérêts de la population d'un marché. Le Conseil note que les stations de la SRC intègrent à leur programmation locale des émissions d'intérêt régional pour atteindre les objectifs de la SRC en vertu de la Loi.
99. Le Conseil note que l'exigence de cinq heures de programmation locale proposée pour les stations de langue française de la SRC est également conforme aux normes énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-406 pour les stations de langue française en général. Les exigences de sept heures de programmation locale dans les marchés non métropolitains et de 14 heures dans les marchés métropolitains que propose la SRC pour ses stations de langue anglaise ont déjà été imposées à tous les grands radiodiffuseurs privés de la télévision traditionnelle de langue anglaise. Le Conseil a révisé les seuils historiques de programmation locale sur les stations de la SRC et estime que les seuils énoncés ci-dessus sont appropriés. L'imposition de ces seuils fera en sorte d'harmoniser la quantité de programmation locale devant être offerte par toutes les stations locales.
100. La proposition de la SRC représenterait une augmentation de la programmation locale dans tous les marchés métropolitains desservis par la télévision de langue anglaise de la SRC (Calgary, Edmonton, Montréal, Ottawa, Toronto et Vancouver), ainsi que dans la plupart des marchés desservis par la télévision de langue française (Edmonton, Moncton, Montréal, Regina, Saguenay, Sherbrooke, Trois-Rivières, Vancouver et Winnipeg). À l'inverse, la proposition de la SRC pourrait éventuellement avoir comme résultat une diminution de programmation locale dans d'autres marchés, notamment Halifax, Regina, Winnipeg et Yellowknife. Plus précisément, la SRC s'était engagée, lors de sa précédente période de licence, à diffuser 10,5 heures de programmation locale par semaine sur les ondes de CBHT Halifax, CBKT Regina et CBWT Winnipeg et devait diffuser 10 heures de programmation régionale sur CFYK Yellowknife. Toutefois, le Conseil estime qu'une condition de licence exigeant la diffusion d'au moins 7 heures de programmation locale par semaine permet de mesurer la conformité de façon plus efficace que les engagements actuels, puisque la SRC

ne peut réduire la quantité de programmation locale à moins de 7 heures sans l'approbation du Conseil à la suite d'un processus public.

101. Pour ce qui est des stations de télévision de langue française CBOFT Ottawa et CBVT Québec, le Conseil note que l'imposition d'une obligation de 5 heures de programmation locale semble, à première vue, représenter une baisse de programmation locale puisque ces stations s'étaient auparavant engagées à en offrir respectivement 6 et 9 heures. Toutefois, le Conseil constate que ces engagements comprenaient des émissions propres à la région de Toronto (pour CBOFT Ottawa) et à l'est du Québec (pour CBVT Québec). Étant donné que la SRC a récemment lancé des stations locales à Toronto et Rimouski, l'exigence normalisée de 5 heures proposée pour les stations d'Ottawa et Toronto et pour les stations de Québec et Rimouski/Est du Québec représente une exigence de programmation locale plus élevée que les engagements actuels des stations d'Ottawa et de Québec.
102. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil accepte la proposition de la SRC relative au nombre total d'heures de programmation locale par semaine pour ses stations de télévision de langue française (5 heures) et ses stations de télévision de langue anglaise (14 heures dans les marchés métropolitains et 7 heures dans les marchés non métropolitains). Des **conditions de licence** à cet égard sont énoncées à l'annexe 3 de la présente décision. Conformément aux déclarations de la SRC au cours de l'audience, le Conseil s'attend à ce que la SRC maintienne la quantité actuelle de programmation locale et régionale dans les marchés où les niveaux imposés par condition de licence sont inférieurs à ses engagements actuels.

CBC North

103. CBC North diffuse de CFYK-TV Yellowknife en neuf langues autochtones (cri, inuktitut, inuvialuktun, déné, tlicho, chipewyan, langue des Esclaves du nord, langue des Esclaves du sud et gwich'in), ainsi qu'en anglais et en français.
104. La SRC indique que CBC North diffuse 160 heures de programmation radio par semaine, dont environ 83 heures dans des langues autochtones et 1 heure en français. La SRC ajoute qu'elle a un site web consacré au Nord qui produit 7 à 10 histoires locales originales par jour.
105. CBC North propose de se conformer à une condition de licence exigeant qu'elle diffuse chaque semaine sept heures de programmation locale sur les ondes de CFYK-TV. Cependant, la SRC indique que ce chiffre constituerait un seuil minimum et qu'elle prévoyait continuer à diffuser 9,3 heures de programmation locale.
106. La SRC confirme qu'elle vient tout juste d'achever une étude sur l'utilisation des médias par les autochtones. La SRC explique que cette étude est détaillée et qu'elle élabore une stratégie autochtone fondée sur la recherche afin de permettre à son service de répondre aux besoins des peuples des régions nordiques.
107. Puisque le Conseil a déjà reconnu que CBC North offrait à la population des régions les plus au nord du Canada un service unique et vital en desservant à la fois les membres

autochtones et non-autochtones de ces communautés souvent isolées, il encourage la SRC à continuer d'offrir ses seuils actuels de reflet local et régional dans ces régions par le biais de CFYK-TV. Tel qu'indiqué ci-dessus, CFYK-TV devra également, par condition de licence, diffuser au moins cinq heures de programmation locale par semaine.

Programmation locale autre que les nouvelles

108. Le Conseil note que la SRC propose une exigence selon laquelle les stations de langue anglaise des marchés métropolitains de la SRC diffusent au moins une heure de programmation locale autre que les nouvelles par semaine. Cette programmation locale autre que les nouvelles sera comprise dans l'exigence de diffuser les 14 heures de programmation locale susmentionnées.
109. Le Conseil est convaincu que la proposition de la SRC contribuera à la diversité de la programmation locale dans les grands marchés et ajoute cette exigence à la **condition de licence** à l'égard de la programmation locale des stations de langue anglaise de la SRC exploitées dans les marchés métropolitains énoncée à l'annexe 3.

Calcul des seuils de programmation locale

110. En ce qui a trait à l'exception relative aux événements spéciaux et aux congés fériés pour la télévision de langue anglaise de la SRC, le Conseil note que les radiodiffuseurs peuvent solliciter une modification à leurs conditions de licence afin d'être provisoirement relevés de leurs obligations de programmation locale ou autres exigences pour la diffusion de tels événements. Par exemple, en 2012, le Conseil a approuvé des demandes de modification de Bell Média inc. et V Interactions inc. qui souhaitaient être provisoirement relevés de leurs exigences de programmation locale afin de répondre aux besoins de leurs stations de télévision traditionnelle pendant les Jeux olympiques de Londres.
111. Le Conseil estime qu'une approche au cas par cas, telle que celle utilisée par le passé, est plus pertinente qu'une approche par exception. Ainsi, le Conseil compte accorder au titulaire des allègements de ses exigences au titre des émissions locales au cas par cas.
112. Dans le même ordre d'idées, en ce qui concerne la demande de SRC de calculer ses exigences hebdomadaires au titre de la programmation locale en moyenne sur l'année de radiodiffusion, le Conseil note que les conditions de licence normalisées pour les stations de télévision traditionnelle énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-442 prévoient la diffusion d'un nombre minimal d'heures de programmation locale canadienne au cours de chaque semaine de radiodiffusion. Par conséquent, le calcul de cette exigence en utilisant une moyenne hebdomadaire sur l'année de radiodiffusion dérogerait à l'approche actuelle du Conseil. Le Conseil estime que les raisons invoquées par la SRC pour justifier une telle dérogation pour la plupart de ses stations locales de télévision ne sont pas suffisantes. Cependant, le Conseil reconnaît les difficultés inhérentes à la diffusion d'émissions locales pour les stations de langue française situées dans les marchés de langue anglaise qui offrent aux CLOSM un reflet et une programmation locaux. Par conséquent, la SRC pourra calculer leurs heures d'émissions locales en moyenne sur l'année de radiodiffusion pour ses stations de langue française de Edmonton, Moncton, Ottawa,

Regina, Toronto, Vancouver et Winnipeg. Le Conseil rappelle toutefois à la SRC que ces stations devront continuer à diffuser des émissions de nouvelles locales sept jours par semaine, sauf lors de congés fériés.

113. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil énonce, à l'annexe 3 de la présente décision, les **conditions de licence** relatives au seuil de diffusion de programmation locale pour les stations de langue anglaise de la SRC, sans aucune mention de l'exception demandée pour des événements spéciaux ou une moyenne sur l'année de radiodiffusion, à l'exception des stations de langue française situées dans les marchés de langue anglaise.

Reflet des régions et des communautés de langue officielle en situation minoritaire

114. Le Conseil s'est interrogé sur les mesures à prendre pour s'assurer que les grilles-horaires de la télévision de langue anglaise et celles de la télévision de langue française représentent les régions et les CLOSM du Canada.
115. Le Conseil a indiqué plus tôt dans la présente décision qu'il allait imposer une condition de licence aux deux services de télévision exigeant des grilles-horaires équilibrées et comprenant une quantité raisonnable d'émissions provenant des producteurs des CLOSM.
116. Dans la présente section, le Conseil se penche sur la question du reflet régional et des CLOSM dans les émissions d'information et de nouvelles. Il discute également de la dissolution du FAPL en relation aux CLOSM.

Télévision de langue française

Proposition de la SRC

117. La Société propose une condition de licence qui l'obligerait à diffuser une moyenne annuelle de cinq heures par semaine d'émissions produites dans le Canada atlantique, dans l'Ouest canadien et au Québec (à l'exclusion de Montréal) à la télévision de langue française. Elle propose aussi d'investir chaque année au moins 1 million de dollars dans des productions indépendantes canadiennes issues de ces régions.

Positions des intervenants

118. Les intervenants insistent sur l'importance de la programmation de la SRC pour les francophones hors Québec, qui indiquent qu'ils continuent de « compter sur les services de qualité en français qu'offre Radio-Canada. »
119. Selon le SCRC, la SRC répartit ses compressions budgétaires au détriment des régions et favorise une production centralisée. Bien que la CSN et le Regroupement des conseils centraux de la CSN saluent le plan de la SRC d'appuyer la production régionale, ils font valoir qu'il faut renforcer ces engagements par des heures de production régionale afin d'assurer les productions en région ainsi que le reflet des régions. Cet avis est aussi celui des groupes et des porte-paroles des CLOSM.

120. La FCFA s'est dite préoccupée par toute définition de programmation régionale qui utiliserait l'expression « à l'extérieur de Montréal » et préférerait « à l'extérieur du Québec ». L'APFC demande au Conseil de fixer une exigence de dépenses au titre de la production indépendante canadienne hors Québec en prenant pour seuil le pourcentage historique des trois dernières années, soit 5,5 % du total des dépenses à l'égard de la production indépendante canadienne.

Analyse et décisions du Conseil

121. Le Conseil note les préoccupations des intervenants à l'égard de l'importance du reflet des régions et des CLOSM dans la programmation. Il convient avec la SRC qu'il faut imposer des conditions de licence fixant un minimum d'émissions régionales et de dépenses à ce titre. Celles-ci s'ajouteraient à la condition de licence exigeant une grille-horaire équilibrée et un reflet des régions et des CLOSM dans la programmation de nouvelles et d'information nationales.

122. Le Conseil estime que la proposition de la SRC d'investir au moins 1 million de dollars par an dans des productions régionales indépendantes n'est pas assez élevée. Le Conseil est d'avis que la SRC devrait plutôt réserver au moins 6 % de son budget annuel à la production indépendante canadienne en provenance des régions. Le Conseil note que bien que ce pourcentage soit supérieur à celui que proposent les CLOSM, il reflète les dépenses historiques au titre de la production indépendante tant au Québec (hors Montréal) qu'à l'extérieur du Québec. À l'instar d'autres conditions de licence, le Conseil estime que le Nord canadien devrait faire partie des régions que la programmation de la SRC doit refléter.

123. Par conséquent, le Conseil impose des **conditions de licence**, énoncées à l'annexe 3, exigeant que le service de télévision de langue française de la SRC consacre :

- au moins 5 heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, à de la programmation canadienne produite dans le Canada atlantique, en Ontario, dans l'Ouest canadien, dans le Nord canadien et au Québec (à l'exclusion de Montréal);
- au moins 6 % des dépenses de programmation de l'année de radiodiffusion actuelle à de la programmation canadienne provenant de sociétés de production indépendante issues des régions citées ci-dessus. Les investissements et acquisitions doivent être distribués raisonnablement entre toutes les régions au cours de la période de licence.

124. Le Conseil note les préoccupations de la FCFA et s'attend donc à ce que chacune des régions citées ci-dessus soit adéquatement représentées, tant au chapitre des dépenses que de la diffusion. Il surveillera les dépenses à ce titre grâce au Rapport d'activité sur la production indépendante de la SRC et à des rapports spécifiques dont il est question plus loin dans la présente décision.

Télévision de langue anglaise

125. La SRC ne propose aucune condition de licence pour encadrer la diffusion d'émissions régionales ou les dépenses à ce titre pour la télévision de langue anglaise.

Positions des intervenants

126. Les intervenants voient le reflet régional comme un moyen de favoriser la conscience et l'identité nationales. La plupart d'entre elles ne proposent pas d'exigences de diffusion ou de dépenses précises et favorisent plutôt une meilleure reddition de comptes de la SRC afin de permettre aux Canadiens d'évaluer les activités de la SRC en région. Cependant, en se basant sur la déclaration de la SRC à l'audience selon laquelle la production régionale accapare actuellement 68 % de la grille-horaire de la télévision de langue anglaise, Friends propose d'obliger la SRC à s'assurer que la programmation produite à l'extérieur de Toronto occupe en moyenne au moins 40 % de la grille-horaire hebdomadaire du réseau.
127. ELAN et QEPC ont abordé la situation des CLOSM de langue anglaise au Québec. Ils étaient d'avis qu'au moins 10 % du budget total de production pour la télévision de langue anglaise de la SRC devrait être réservé à la production de langue anglaise au Québec afin d'assurer le reflet de ces communautés.

Réplique de la SRC

128. La SRC rejette la proposition de Friends voulant que les productions provenant de l'extérieur de Toronto doivent occuper en moyenne au moins 40 % de la grille-horaire hebdomadaire de son réseau. La SRC explique que ce pourcentage n'est pas un repère significatif pour un engagement au titre de la production régionale. Elle soutient que la proposition de 68 % citée par cette partie est basée sur la fiche de rendement de la SRC, qui comprend toute la programmation locale, la programmation produite à Vancouver et toutes les autres productions régionales ou segments provenant de l'extérieur de Toronto.
129. En réponse aux intervenants qui souhaitent que la SRC réserve un pourcentage de ses dépenses au soutien à la production de langue anglaise au Québec, la SRC maintient qu'il serait impossible de travailler avec des quotas pour des régions précises et que les incitatifs actuels, tels que les crédits d'impôt et le financement du FMC, soutiennent efficacement la production régionale. La SRC ajoute qu'elle s'est dite prête à tirer, par condition de licence, une partie raisonnable de sa programmation des CLOSM dans le cadre d'une grille-horaire équilibrée.

Analyse et décisions du Conseil

130. Le Conseil estime que les conditions de licence relatives à une grille-horaire équilibrée et à la représentation régionale énoncées plus tôt suffisent à favoriser la représentation régionale à la télévision de langue anglaise de la SRC. Les questions associées à la production de rapports sur les activités de la SRC en régions sont abordées plus loin dans la décision.
131. Le Conseil note les préoccupations soulevées par les intervenants à l'égard du reflet des CLOSM de langue anglaise au Québec. Le Conseil reconnaît que la télévision de langue anglaise de la SRC joue un rôle important dans le reflet des CLOSM de langue anglaise, tant pour les CLOSM que pour un auditoire national. Afin d'assurer la continuité au cours de la prochaine période de licence, le Conseil estime approprié d'imposer une condition de licence établissant un niveau minimum de dépenses sur les productions de langue anglaise au Québec.

132. Le Conseil a examiné les renseignements financiers déposés par la SRC à l'égard de ses niveaux historiques de dépenses sur la production de langue anglaise au Québec. Compte tenu de la nature cyclique de la production à Montréal, le Conseil estime qu'il serait approprié d'imposer un niveau de dépenses annuelles de 6 % des dépenses totales en programmation canadienne provenant de sociétés de production indépendante réparties sur la période de licence.
133. Le Conseil est également d'avis qu'afin de maximiser le nombre de projets de programmation future reflétant les CLOSM de langue anglaise au Québec, il est approprié d'obliger la SRC à consacrer au moins 10 % de ses dépenses annuelles en développement de programmation pour de la programmation de langue anglaise des sociétés de production indépendante provenant du Québec, réparties sur la période de licence. Le Conseil estime que ces exigences permettront de veiller à ce que les créateurs issus des CLOSM de langue anglaise continuent à bénéficier de l'opportunité de créer de la programmation qui pourra être partagée sur le réseau avec le reste du Canada.
134. Le Conseil énonce des **conditions de licence** à l'égard des exigences susmentionnées à l'annexe 3 de la présente décision.

Émissions d'information

135. La SRC a proposé une condition de licence qui l'obligerait à s'assurer que ses émissions d'information et de nouvelles nationales reflètent la diversité régionale et culturelle du Canada tout en favorisant le respect et la compréhension entre les régions.
136. En ce qui concerne la télévision de langue française, la SRC déclare qu'elle compte inclure la couverture des enjeux nationaux par l'intermédiaire de reportages provenant des régions.

Positions des intervenants

137. Quelques parties sont préoccupées par le manque de reflet des régions canadiennes à l'extérieur du Québec et de Montréal à la télévision de langue française, surtout dans les émissions d'information et de nouvelles de réseau. L'AFO, l'ACFA, l'AFY et la SNA estiment primordial que la SRC offre aux Canadiens des nouvelles et des informations qui reflètent toutes les régions du Canada. La FCFA, l'Alliance nationale de l'industrie musicale (l'ANIM), la Fédération culturelle canadienne-française (la FCCF) et l'AAAPNB font valoir que le reflet régional signifie que les nouvelles circulent non seulement du réseau vers les stations locales, mais aussi des stations locales vers le réseau afin d'être diffusées aux bulletins de nouvelles nationales.
138. Dans une étude exhaustive déposée sous forme d'intervention dans le cadre de cette instance, le sénateur de De La Vallière (Québec), l'honorable Pierre de Bané, c. p., plaide pour un changement radical de l'approche des nouvelles nationales du réseau de langue française de la SRC. Selon son étude, les bulletins de nouvelles nationales diffusés par les services de radio et de télévision de langue française de la SRC expriment un parti-pris flagrant pour les nouvelles en provenance du Québec, au détriment du reflet des CLOSM de langue française. Selon le sénateur, cette situation sape de toute évidence la capacité de la SRC à atteindre l'objectif selon lequel elle doit favoriser le partage d'une identité et d'une

conscience nationales. Sa conclusion est aussi celle de la sénatrice du Manitoba, l'honorable Maria Chaput, qui plaide en faveur de l'intégration des nouvelles régionales provenant de l'extérieur du Québec dans les bulletins de nouvelles nationales de langue française de la SRC.

Analyse et décisions du Conseil

139. Le Conseil note les préoccupations des intervenants relativement au manque de reflet régional, surtout des CLOSM, dans les bulletins de nouvelles nationales de la SRC. Cependant, le Conseil n'estime pas pertinent d'imposer des seuils précis de programmation régionale pour les nouvelles puisque cette mesure pourrait représenter une atteinte indue à l'indépendance journalistique de la SRC, en contravention de l'article 2(3) de la Loi. Par conséquent, le Conseil estime qu'il serait plus approprié d'imposer une condition de licence aux télévisions de langues française et anglaise de la SRC afin de s'assurer que leurs émissions de nouvelles et d'informations nationales reflètent les régions du Canada et les CLOSM et encouragent le respect et la compréhension entre elles. Cela fera en sorte que la SRC desserve les CLOSM et les régions tout en conservant son indépendance journalistique. Cette **condition de licence** est énoncée à l'annexe 3 de la présente décision. Le Conseil estime également approprié d'imposer cette **condition de licence** aux services de radio de la SRC, telle qu'énoncée à l'annexe 4.

Fonds pour l'amélioration de la programmation locale

140. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2012-385, le Conseil s'est dit d'avis que le FAPL avait contribué avec succès au maintien et à l'accroissement de la programmation locale et à la survie des stations locales qui offrent ce type de programmation pendant la crise économique et dans les années qui ont suivi. Le financement du FAPL a aussi permis à l'industrie de survivre à plusieurs changements structurels et techniques, dont la conversion à la radiodiffusion numérique et l'augmentation des fusions en propriété. Le Conseil estimait cependant qu'il n'était pas souhaitable de maintenir une dépendance à ce financement dans le contexte du nouvel environnement de la radiodiffusion. Le Conseil était d'avis que l'industrie de la radiodiffusion dans son ensemble devrait à l'avenir innover et évoluer pour continuer à offrir une programmation locale de haute qualité – que ce soit par les moyens traditionnels de programmation des stations locales ou autrement. En ce qui concerne la SRC et le service permanent qu'elle offre aux CLOSM, le Conseil a indiqué qu'il discuterait de ce point avec la SRC lors de son prochain renouvellement de licence.
141. La SRC a indiqué que les ressources du FAPL ont joué un rôle clé afin d'assurer le service aux marchés non-métropolitains, particulièrement les CLOSM. Le Conseil a entendu et comprend les préoccupations des intervenants qui s'inquiètent du défi financier que doit relever la SRC et du risque que ces contraintes puissent nuire à la qualité du service qu'elle offre aux CLOSM. Le Conseil est confiant que la série de mesures qu'il a mises en place établit un cadre réglementaire afin de créer et d'offrir à ces communautés des émissions locales pertinentes. Ces mesures serviront à atténuer l'incidence de l'élimination du FAPL sur les CLOSM. En outre, le Conseil a imposé des mesures précises pour assurer l'engagement continu de la SRC à l'égard de ces communautés.

142. Ces mesures précises, imposées principalement par conditions de licence, comprennent les exigences suivantes : une grille-horaire équilibrée, des seuils précis de programmation locale, le reflet des CLOSM dans la programmation d'information, un équilibre dans la programmation des émissions de nouvelles, des consultations avec les CLOSM et des exigences de rapports plus strictes. Le Conseil est convaincu que ces mesures positives, prises comme un tout, feront en sorte d'assurer que la SRC desserve les CLOSM tel que prévu dans la Loi.

Longs métrages canadiens

143. La Loi donne au radiodiffuseur public national le mandat d'offrir des émissions principalement et typiquement canadiennes et de contribuer à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes que celle-ci peut prendre. La diffusion de longs métrages canadiens est l'un des moyens qui permettent à la SRC d'atteindre ces objectifs.
144. Dans la dernière décision de renouvellement de licence de la SRC, le Conseil note que la diffusion de longs métrages canadiens par la SRC a permis d'appuyer les producteurs canadiens, d'engager des artistes canadiens et d'offrir aux téléspectateurs canadiens un divertissement de grande qualité.
145. Dans le cadre de l'audience, la SRC a accepté de diffuser des longs métrages canadiens à la télévision de langue anglaise pour mettre en valeur le talent des cinéastes canadiens et appuyer l'industrie canadienne du film. Plus précisément, la SRC s'est engagée à diffuser un long métrage canadien par mois, sous réserve de disposer de la souplesse de programmation nécessaire. À cet égard, la SRC affirme qu'il serait difficile de diffuser des longs métrages aux heures de grande écoute et que le positionnement de ces films dans la grille-horaire dépendra de leur contenu et de l'auditoire visé s'ils s'adressent à un auditoire averti. La SRC indique que les périodes de diffusion les plus probables seraient les après-midis de fin de semaine ou tard en soirée étant donné les contraintes de sa grille-horaire aux heures de grande écoute. La SRC confirme également qu'elle a prévu un rendez-vous télévisuel hebdomadaire pour des longs métrages canadiens pendant 10 semaines durant l'été, le samedi soir, et qu'elle compte poursuivre cette initiative. Enfin, elle accepte de ne pas comptabiliser ces films aux fins de son exigence au titre des ÉIN.
146. Conformément à ce qui précède, la SRC propose la condition de licence suivante :

La titulaire doit diffuser tous les mois un long métrage canadien dans un ou plusieurs des créneaux horaires désignés, en respectant les règles relatives aux heures de diffusion du contenu s'adressant à un auditoire adulte, le cas échéant.

Positions des intervenants

147. D'une façon générale, les intervenants évoquent l'importance pour le radiodiffuseur public national d'utiliser son rayonnement national pour présenter des longs métrages canadiens partout au Canada et la responsabilité qui lui incombe de le faire. La majorité d'entre eux insistent pour dire qu'il existe suffisamment de longs métrages canadiens de qualité pour

faire en sorte que la SRC n'ait aucun problème à trouver du contenu diffusable aux heures de grande écoute.

148. Les intervenants ont présenté plusieurs suggestions précises pour la télévision de langue anglaise de la SRC, y compris les suivantes :

- la SRC devrait diffuser sous licence au moins 12 nouveaux films canadiens par an ou un long métrage par mois durant les heures de grande écoute, au cours des cinq prochaines années – l'ACDEF, l'ACTRA, la GCR et l'OSM;
- la SRC devrait diffuser 52 longs métrages canadiens par année, à raison de 1 par semaine – un particulier
- les longs métrages originaux (documentaires et œuvres de fiction) issues de toutes les régions du Canada devraient être diffusés aux heures de grande écoute les samedis soirs au cours de l'été – l'OSM;
- la SRC devrait être assujettie à des exigences de rapport annuel relativement à la diffusion de longs métrages canadiens – l'OSM et la GCR.

149. L'ACDEF propose également que ces longs métrages soient comptabilisés aux fins de l'exigence au titre des ÉIN de la SRC. Cependant, la Writers Guild et DOC s'opposent à cette proposition.

Analyse et décisions du Conseil

150. Le Conseil note que le dossier public de la présente instance démontre que la télévision de langue française offre déjà un appui suffisant aux longs métrages canadiens. À cet égard, le Conseil note que selon l'ACDEF, la SRC a diffusé 167 longs métrages canadiens au cours des dix années dernières à la télévision de langue française, souvent aux moments les plus forts de sa grille-horaire. Compte tenu de cette performance, le Conseil estime inutile d'imposer des mesures réglementaires.
151. Le Conseil estime que la proposition de la SRC de diffuser un long métrage canadien par mois ainsi que des diffusions hebdomadaires additionnelles pendant l'été à la télévision de langue anglaise répond aux préoccupations fondamentales des intervenants à l'égard de la répartition de longs métrages canadiens.
152. En outre, selon le Conseil, la proposition de la SRC afin de pouvoir diffuser ces films au moment le plus pertinent est raisonnable compte tenu de sa méthode d'établissement de grille-horaire et de l'imposition par le Conseil de l'exigence à l'égard des ÉIN aux heures de grande écoute. Cependant, le Conseil rejette l'argument de la SRC selon lequel il est difficile de diffuser des longs métrages canadiens aux heures de grande écoute à cause de leur contenu destiné à un auditoire adulte.
153. Le Conseil se range à l'avis des parties qui avancent que la diffusion de ces films ne devrait pas entrer dans le calcul aux fins des exigences à l'égard des ÉIN. En outre, le Conseil estime qu'il n'est pas justifié de faire une distinction entre les longs métrages et les

documentaires, comme le souhaite DOC. En outre, le Conseil est d'avis que l'actuelle exigence de dépôt des registres d'émissions est suffisante et qu'il n'est pas nécessaire d'exiger un rapport annuel sur la diffusion de longs métrages canadiens.

154. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil accepte la proposition de la SRC de diffuser un long métrage canadien par mois à la télévision de langue anglaise. Une **condition de licence** à cet égard est énoncée à l'annexe 3 de la présente décision. Le Conseil encourage également la SRC à réserver une case horaire aux heures de grande écoute pour diffuser un long métrage canadien par mois. Il rappelle en outre à la SRC qu'elle s'est engagée à diffuser pendant dix semaines durant l'été un long métrage par semaine, le samedi soir.

Remplacement des messages publicitaires de CBC Vancouver par les stations de Pattison

155. Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison) demande au Conseil d'imposer à la SRC une condition de licence selon laquelle CBUT-DT Vancouver, une station de télévision de langue anglaise de la SRC, doit permettre à CFJC-TV Kamloops et CKPG-TV Prince George, des stations détenues par Pattison, de remplacer tous les messages publicitaires autres que nationaux diffusés par CBUT-DT par leurs propres messages publicitaires locaux ou régionaux dans les régions de ces deux marchés où le signal de CBUT-DT est accessible. L'exigence proposée par Pattison est essentiellement la même que celle qui autorise CFJC-TV et CKPG-TV à remplacer les signaux de CHAN-DT Vancouver (Global) et de CIVT-DT Vancouver (CTV) distribués dans leurs marchés.
156. La SRC s'oppose à l'imposition d'une condition de licence qui permettrait à un autre radiodiffuseur de tirer des revenus de ses signaux et qui pourrait limiter ses propres revenus.
157. Le Conseil note que les exigences de remplacement actuelles associées à CHAN-DT et CIVT-DT Vancouver ont été imposées dans des circonstances qui diffèrent de celles de la SRC. Plus précisément, CTV et Global ont accepté que leurs messages publicitaires autres que nationaux soient remplacés par la publicité locale des stations de Pattison en échange du droit de distribuer leurs signaux de Vancouver dans les collectivités desservies par ces stations.
158. Le cas de la distribution de CBUT-DT dans les marchés de Kamloops et de Prince George est différent. Dans le cas présent, il est inutile de conclure une entente avec les stations locales existantes puisque le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* assure la distribution d'au moins une station de télévision de la SRC dans chacun de ces marchés. Ainsi, CBUT-DT est offert dans ces marchés par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Le Conseil estime qu'il n'est pas approprié d'imposer une exigence de remplacement dans les circonstances.
159. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **refuse** la demande de Pattison en vue d'exiger que CBUT-DT Vancouver autorise CFJC-TV Kamloops et CKPG-TV Prince George à remplacer tous ses messages publicitaires autres que nationaux par leurs propres messages publicitaires locaux ou régionaux.

Disponibilité du service de télévision

160. À l'été de 2012, lors de la transition au numérique, la SRC a cessé d'exploiter 440 émetteurs de télévision analogique. La SRC a indiqué qu'en cessant d'exploiter ces émetteurs, elle serait en mesure de réinvestir dans la programmation. La SRC a ajouté qu'elle ne comptait pas accroître la zone de rayonnement de la télévision numérique en direct en mettant en place de nouveaux émetteurs numériques étant donné ses contraintes financières.
161. Certains particuliers, ainsi que le Centre pour la défense de l'intérêt public et Openmedia.ca (CDIP/OpenMedia), CACTUS et SOS CBEF affirment que la Société devrait mettre en place de nouveaux émetteurs numériques pour accroître le rayonnement numérique (et en haute définition) de la télévision en direct. De son côté, la SCFA ne voit pas la nécessité d'ajouter des émetteurs numériques dans la mesure où la SRC a exploré d'autres moyens, dont le multiplexage, pour desservir les CLOSM.
162. L'article 3(1)m)vii) de la Loi prévoit que la programmation de la SRC doit être offerte partout au Canada de la façon la plus adéquate et efficace possible, à mesure de la disponibilité des moyens. Puisque les ressources de la SRC sont limitées et s'amenuisent, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'imposer des exigences à la SRC pour la mise en place de nouveaux émetteurs de télévision numérique ou à poursuivre l'exploitation d'émetteurs analogiques. À cet égard, le Conseil note que les Canadiens touchés par la fermeture des émetteurs de la SRC, y compris ceux résidant dans les CLOSM, sont possiblement admissibles au programme d'aide Solution de télévision locale par satellite de Shaw Direct, dont il vient de prolonger la période d'inscription au 30 novembre 2013. Le Conseil réitère sa déclaration énoncée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-167 selon laquelle les télédiffuseurs devraient continuer à explorer toutes les possibilités, dont le multiplexage, pour s'assurer que la population canadienne ait toujours accès à des services de télévision traditionnelle en direct gratuits.

TÉLÉVISION SPÉCIALISÉE

Introduction

163. Au cours de l'instance, les parties ont soulevé relativement peu de questions en ce qui a trait aux deux services de nouvelles de la SRC, soit Réseau de l'information (RDI) et CBC News Network. Outre l'adoption de conditions de licences normalisées pour ces services, le Conseil a examiné la question du maintien de leur distribution obligatoire dans les marchés des CLOSM pour permettre à la SRC d'atteindre les objectifs de la Loi. La question du reflet des CLOSM a été au cœur de l'établissement des conditions d'ARTV pour la prochaine période de licence. Entre-temps, le Conseil a été saisi de commentaires sur l'importance de commander et d'acquérir pour ARTV et Documentary des productions originales indépendantes et sur le rôle que joue la SRC dans la promotion de la programmation artistique et documentaire au Canada.

Réseau de l'information et CBC News Network

Distribution obligatoire au service numérique de base

164. La SRC demande le maintien de la distribution obligatoire au service numérique de base, conformément à l'article 9(1)*h* de la Loi, de RDI dans les marchés de langue anglaise et de CBC News Network dans les marchés de langue française. Les tarifs mensuels de gros par abonné demeureraient inchangés (respectivement 0,10 \$ et 0,15 \$), sans augmentation pour refléter l'inflation. La SRC n'a pas demandé d'ordonnance de distribution obligatoire de ces services dans leurs marchés de langue principale.
165. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-629, le Conseil a indiqué que la distribution obligatoire au service de base pouvait se justifier pour certains services exploités dans l'environnement numérique, afin de s'assurer qu'ils aient accès à une source raisonnablement fiable de revenus et de leur permettre de respecter d'importantes exigences de programmation et de contribuer à l'atteinte des objectifs de la Loi. Par conséquent, le Conseil a indiqué qu'il était prêt à considérer de telles demandes, dans des circonstances exceptionnelles, et a énoncé des critères pour examiner des demandes de distribution obligatoire au service numérique de base, y compris comment ces services reflètent la dualité linguistique du Canada.
166. La SRC a démontré que RDI et CBC News Network respectaient les critères établis dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-629.
167. En ce qui concerne RDI, la SRC note qu'au cours de chaque année, 33 % des heures originales de RDI sont consacrées à des émissions de nouvelles régionales et à des sujets propres aux quatre grandes régions, soit l'Ouest canadien, l'Ontario, le Québec (excluant Montréal) et le Canada atlantique. La SRC indique également que RDI est le seul service spécialisé de langue française à prendre les moyens de recueillir des nouvelles et de produire des émissions dans 11 grands centres répartis dans toutes les principales régions du Canada. À l'appui de sa demande, la SRC a déposé une étude de Saine Marketing qui révèle que, selon une enquête téléphonique menée en février et mars 2011, 97 % des téléspectateurs francophones estiment important d'avoir accès à un service exclusif de nouvelles en français. En outre, 85 % des téléspectateurs francophones hors Québec jugent que RDI est essentiel.
168. Pour ce qui est CBC News Network, la SRC fait valoir que sa demande en vue de maintenir sa distribution obligatoire dans les marchés de langue française lui permettrait de s'assurer de réaliser son mandat d'offrir de l'information et des nouvelles de grande qualité aux CLOSM de langue anglaise du Canada. La SRC fait remarquer que CBC News Network dépasse souvent son exigence de 90 % de contenu canadien. Elle indique également que CBC News Network investit des ressources non négligeables dans la création d'émissions de nouvelles canadiennes, excédant ainsi largement le niveau de dépenses de n'importe quel autre canal canadien de nouvelles. La SRC cite des rapports de sondages BBM pour l'année de radiodiffusion 2011-2012. Selon ces études, plus de 66 % des anglophones du Québec ont regardé CBC News Network au cours de cette année de radiodiffusion, ce qui illustre la valeur immense qu'accordent les anglophones du Québec à ce service. Ce chiffre est

corroboré par une étude menée en juin 2011 par Léger Marketing sur les habitudes médiatiques des Canadiens des CLOSM. L'étude démontre que, chez les anglophones du Québec, CBC News Network est le neuvième service le plus regardé et est considéré comme le service de nouvelles le plus précieux.

Positions des intervenants

169. Les intervenants approuvent généralement la proposition de distribution obligatoire de RDI et de CBC News Network. Le Panel des Régions de la SRC note que RDI joue un rôle essentiel dans le développement des CLOSM. Le Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique fait valoir que ces deux services sont les seuls à offrir de la programmation en provenance de toutes les régions du Canada et sont les seuls à disposer d'une équipe de correspondants étrangers. Ils font également valoir que la perte du statut 9(1)*h*) mènerait inévitablement à une réduction de la couverture. Cependant, Cogeco inc. (Cogeco) explique que ces services sont concurrentiels et Shaw fait valoir que leur distribution obligatoire limiterait la souplesse des EDR.

Analyse et décisions du Conseil

170. Dans la décision de radiodiffusion 2007-246, le Conseil a jugé pertinent d'approuver la demande de la SRC visant la distribution obligatoire de RDI dans les marchés de langue anglaise et de CBC News Network dans les marchés de langue française au service numérique de base de toutes les EDR par satellite de radiodiffusion directe et toutes les EDR terrestres. Dans son évaluation, le Conseil a indiqué que tous les anglophones et francophones du Canada devraient avoir accès à un service d'information et de nouvelles dans leur propre langue et que RDI et CBC News Network jouent un rôle exceptionnel dans l'atteinte de l'objectif énoncé à l'article 3(1)*d*)(iii) de la Loi à l'égard de la dualité linguistique.
171. Dans la même décision, le Conseil note également que les tarifs mensuels de gros que propose la SRC pour chaque service dans les CLOSM sont abordables. Le Conseil note que les tarifs pour RDI et CBC Newsworld, tels que proposés par la SRC, demeureront les mêmes au cours de la prochaine période de licence et n'auront donc aucune incidence sur le prix du bloc de base offert aux consommateurs.
172. Le Conseil note que RDI est le seul service spécialisé de nouvelles de langue française au Canada dont les bureaux régionaux offrent la couverture des nouvelles dans les principales régions du Canada, faisant ainsi en sorte que toutes les CLOSM dans les marchés de langue anglaise sont représentés adéquatement. En ce qui concerne CBC News Network, le Conseil note que la programmation offerte aux CLOSM dans les marchés de langue française reflète la dualité linguistique et la diversité ethnoculturelle du Canada, deux facteurs extrêmement importants pour ces communautés dans l'atteinte des objectifs de la Loi.
173. Le Conseil a examiné attentivement la preuve déposée par la SRC compte tenu des nouveaux critères d'évaluation des demandes pour la distribution obligatoire, au service numérique de base. Le Conseil est convaincu que les circonstances qui ont justifié l'approbation de la distribution obligatoire, telle qu'énoncée à l'annexe 4 de la décision de

radiodiffusion 2007-246, s'appliquent encore aujourd'hui. Le Conseil est également convaincu que la preuve fournie pour les deux services démontre clairement qu'ils respectent les critères actuels pour l'évaluation des demandes pour distribution obligatoire au service numérique de base, tels qu'énoncés dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-629.

174. Le Conseil estimait également que la distribution obligatoire de RDI et de CBC News Network au service numérique de base permettrait à ces services de continuer à réaliser leurs mandats d'offrir des services d'information et de nouvelles de grande qualité aux CLOSM de langues française et anglaise du Canada. Le but de ces ordonnances de distribution obligatoire est de desservir les CLOSM. La SRC n'a pas demandé, pas plus que le Conseil n'a accordé, la distribution obligatoire de RDI et de CBC News Network dans leurs marchés de langue principale. Le Conseil estime que la distribution obligatoire de ces services dans les CLOSM leur permettra aussi de continuer à promouvoir la vitalité des CLOSM au Canada.
175. Par conséquent, le Conseil **approuve** la proposition de la SRC en vue de continuer la distribution obligatoire de RDI et de CBC News Network au service numérique de base des EDR dans les marchés desservant les CLOSM, conformément à l'article 9(1)*h* de la Loi. Des ordonnances de distribution révisées sont énoncées aux annexes 9 et 10 de la présente décision.

Comptes distincts

176. La SRC demande au Conseil de supprimer la condition de licence n° 9 de RDI et de CBC News Network, énoncée dans la partie I de l'annexe de la décision 2000-3, qui prévoit la tenue de comptes distincts. À l'origine, le Conseil a fixé cette exigence pour s'assurer que ces services spécialisés largement financés par les revenus d'abonnement ne soient pas soutenus par les crédits parlementaires de la SRC. La SRC proteste contre la lourdeur de cette exigence qui lui coûte chaque année 380 000 \$ par service, excluant les frais de vérification.

Positions des intervenants

177. L'AQTIS/UDA/SARTEC/ARRQ fait valoir qu'elle s'opposera à cette demande si celle-ci devait empêcher le Conseil et le public de vérifier la conformité de ces services à l'égard de leurs conditions de licence.

Analyse et décisions du Conseil

178. Le Conseil estime que cette condition de licence n'est plus utile étant donné que les salles de nouvelles de RDI et CBC News Network sont maintenant complètement intégrées à celles d'autres services de radio et de télévision de la SRC. En outre, cette condition n'est pas nécessaire afin de vérifier la conformité de ces services à l'égard de leurs conditions de licence. Par conséquent, le Conseil **supprime** la condition de licence n° 9 de RDI et de CBC News Network à l'égard de la tenue de comptes distincts.

Conditions de licence normalisées et additionnelles pour les services de catégorie C

179. La SRC souhaite que RDI et CBC News Network respectent les conditions de licence normalisées des services nationaux concurrentiels de nouvelles d'intérêt général énoncées à l'annexe 2 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-562-2. En ce qui concerne RDI, la SRC désire supprimer la condition de licence énoncée à l'annexe 3 de cette politique et la remplacer par la suivante :

La programmation de RDI doit refléter les préoccupations de chacun des pôles francophones canadiens, soit l'Atlantique canadien, le Québec, l'Ontario et l'Ouest. À cette fin, la titulaire doit s'assurer qu'au moins un tiers des émissions et segments d'émissions originales diffusés par RDI chaque année de radiodiffusion proviennent des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest et du Québec (à l'exclusion de Montréal).

RDI maintiendra une comptabilisation de la durée et de la provenance de ces émissions et segments d'émissions de provenance régionale et confirmera le niveau de programmation régionale atteint dans son rapport annuel au CRTC.

180. Cette modification permettrait à RDI de comptabiliser les segments d'émissions, plutôt que seulement les émissions complètes tel qu'exigé par le passé, au titre de son exigence d'offrir de la programmation qui reflète les principales régions francophones du Canada.
181. La FCFA allègue que la moitié de la proportion de 33 % de contenu régional que doit diffuser RDI en moyenne sur l'année devrait provenir de l'extérieur du Québec.
182. Bien que les registres d'émissions ne pourraient plus servir à vérifier la conformité de la titulaire à la condition de licence modifiée et que celle-ci devrait donc être incorporée aux exigences de rapports, le Conseil estime qu'il s'agit d'une modification mineure. Cependant, le Conseil partage les préoccupations de la FCFA qui craint que RDI ne focalise son attention sur les régions du Québec hors Montréal pour respecter cette condition, au détriment de la représentation des communautés francophones hors Québec. Le Conseil s'attend donc à ce que chacune des régions citées dans la condition susmentionnée soit représentée de manière adéquate.
183. Par conséquent, le Conseil impose des **conditions de licence** normalisées à RDI et CBC News Network. De plus, en ce qui concerne RDI, le Conseil remplace la condition de licence énoncée à l'annexe 3 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-562-2 par la condition de licence suivante :

La programmation de RDI doit refléter les préoccupations de chacun des pôles de langue française canadiens, soit les régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal). À cette fin, la titulaire doit s'assurer qu'au moins un tiers des émissions et segments d'émissions originales diffusés par RDI chaque année proviennent des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal).

RDI maintiendra une comptabilisation de la durée et de la provenance de ces émissions et segments d'émissions de provenance régionale et confirmera le niveau de programmation régionale atteint dans son rapport annuel au Conseil.

184. Compte tenu de l'imposition des conditions de licence normalisées, RDI et CBC News Network sont désignés comme des services de catégorie C spécialisés. En conséquence, la distribution de ces services n'est pas assurée dans leurs marchés de langue principale, ces services sont ouverts à la concurrence d'autres services et leurs tarifs d'abonnement ne sont pas établis.

ARTV

Production indépendante

185. La SRC est actuellement assujettie à une condition de licence exigeant qu'elle alloue la totalité des profits d'ARTV à la production canadienne indépendante et qu'elle en consacre au moins 25 % à des productions réalisées à l'extérieur de Montréal et au moins 25 % à des productions hors Québec. La SRC souhaite cependant que cette condition de licence soit supprimée et remplacée par la suivante :

Au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins 50 % des émissions canadiennes diffusées par la titulaire doivent provenir de producteurs indépendants.

Positions des intervenants

186. L'APFTQ fait valoir que la condition de licence imposée à ARTV devrait préciser le pourcentage minimum des revenus devant être alloués à la production indépendante. L'AQTIS/UDA/SARTEC/ARRQ refuse toute modification à la condition de licence actuelle. Pour sa part, l'APFC demande que la SRC s'engage à maintenir son pourcentage actuel de ressources consacrées à la production indépendante hors Québec.

Analyse et décisions du Conseil

187. Le Conseil estime que la condition de licence proposée contribue à l'atteinte de l'objectif énoncé à l'article 3(1)i)(v) de la Loi qui stipule que le système canadien de radiodiffusion devrait faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants.
188. Le Conseil note les interventions de l'APFTQ, de l'AQTIS/UDA/SARTEC/ARRQ et de l'APFC. Toutefois, le dossier de la présente instance indique qu'ARTV n'a généré que de modestes profits au cours des dernières années. Le Conseil estime que la condition de licence proposée, qui est axée sur la diffusion plutôt que sur les dépenses, est plus avantageuse pour la communauté de production indépendante. Le Conseil note également que la portion de la condition de licence relative aux dépenses à l'égard des productions à l'extérieur de Montréal et du Québec chevauche la condition de licence relative aux dépenses discutées plus bas. Par conséquent, le Conseil **approuve** la proposition de la SRC en vue de supprimer la condition de licence actuelle à l'égard de la production indépendante et la remplace par la condition de licence proposée, énoncée à l'annexe 6 de la présente décision. Cette condition prévoit qu'au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins

50 % des émissions canadiennes diffusées doivent provenir de producteurs canadiens indépendants.

Production hors Québec

189. La SRC doit actuellement se conformer à une condition de licence relative aux émissions produites hors Québec, qui se lit comme suit :

Au cours des quatre premières années d'exploitation du service, au moins 15 % des budgets annuels de production originale canadienne doivent être consacrés à des émissions produites à l'extérieur du Québec. Ce pourcentage doit augmenter à 20 % à compter de la cinquième année d'exploitation. De ces montants, une somme minimale annuelle garantie de 200 000 \$ doit être consacrée à la production originale indépendante canadienne hors Québec.

190. La SRC propose de remplacer cette condition de licence par la suivante :

Au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins 10 % des budgets annuels de production originale canadienne doivent être consacrés à des émissions produites à l'extérieur du Québec. De ces montants, la titulaire doit consacrer au moins 600 000 \$ à des émissions canadiennes provenant de producteurs indépendants hors Québec.

Positions des intervenants

191. L'AQTIS/UDA/SARTEC/ARRQ, la FCCF, l'ANIM et l'APFC s'opposent à la modification et proposent qu'ARTV maintienne le pourcentage actuel de ses dépenses de production indépendante hors Québec. D'autres organismes, telle que la FCFA, proposent d'obliger, par condition de licence, ARTV à investir un montant minimum dans la production indépendante de langue française et à conclure avec l'APFC une entente à cet égard.

Analyse et décisions du Conseil

192. Le Conseil note que la condition de licence proposée pourrait mener à une réduction des dépenses en productions indépendantes canadiennes produites à l'extérieur du Québec. Le Conseil estime que la contribution d'ARTV à la représentation et à l'expression culturelle des CLOSM est d'une grande importance. Le Conseil est d'avis que l'obligation de consacrer en moyenne et réparti sur la période de la licence 20 % du budget annuel de la titulaire à la production originale canadienne hors Québec demeure une mesure appropriée qui permet de s'assurer que le service continue à refléter les besoins et les particularités des communautés de langue française hors Québec. Le Conseil estime en outre que l'obligation d'allouer 50 % de ce montant à des producteurs indépendants hors Québec assurerait le respect des objectifs de la Loi tout en donnant à ARTV une souplesse suffisante compte tenu des incertitudes financières. Des **conditions de licence** à cet égard sont énoncées à l'annexe 6 de la présente décision.

193. La SRC a également demandé, au nom d'ARTV, une distribution obligatoire en vue d'obtenir des droits d'accès sur les services numériques des EDR terrestres dans les marchés

de langue anglaise en vertu de l'article 9(1)*h*) de la Loi. Cette demande a été examinée dans le cadre d'une audience publique en avril 2013⁸.

Programmation de L'Équipe Spectra

194. La SRC propose de supprimer la condition de licence suivante :

La titulaire ne doit pas affecter plus de 25 % de ses dépenses annuelles d'acquisition de droits d'émissions originales canadiennes en première diffusion à des émissions produites par L'Équipe Spectra et ses filiales.

195. Puisque L'Équipe Spectra n'est plus actionnaire d'ARTV, le Conseil estime que cette condition de licence est devenue inutile. Par conséquent, le Conseil **supprime** la condition de licence susmentionnée.

Documentary

Limites aux émissions de la catégorie 7 Émissions dramatiques et comiques

196. La SRC propose de remplacer la condition de licence de Documentary selon laquelle un maximum de 6 heures par semaine de radiodiffusion peut être consacré à des émissions tirées de la catégorie 7 Émissions dramatiques et comiques par les conditions de licence normalisées, énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2008-100, autorisant les services de catégorie A à diffuser des émissions de toutes les catégories – avec une limite de 10 % du mois de radiodiffusion pour certaines catégories d'émissions, y compris la catégorie 7.

197. DOC s'est opposé à cette demande, faisant valoir que la modification pourrait servir à rendre le service offert par Documentary moins spécialisé.

198. Le Conseil conclut que la proposition de la SRC est conforme aux limites fixées pour les autres services de catégorie A.

199. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la proposition en vue d'adopter les conditions de licence normalisées applicables aux services de catégorie A. Les **conditions de licence** à cet égard sont énoncées à l'annexe 7 de la présente décision. Le Conseil note cependant les préoccupations soulevées par DOC et rappelle à la SRC que toute la programmation doit rester fidèle au genre autorisé pour Documentary et être conforme aux conditions de licence qui établissent sa définition de nature de service.

Émissions canadiennes originales des producteurs indépendants

200. À l'audience, le Conseil a discuté du rôle que joue Documentary en appuyant les documentaires originaux provenant de producteurs indépendants canadiens.

⁸ Voir l'avis de consultation de radiodiffusion 2013-19.

Positions des intervenants

201. DOC fait valoir que les services spécialisés devraient être assujettis à une condition de licence à l'égard de la diffusion d'émissions originales indépendantes de première diffusion en tenant compte de leur rendement historique. Il ajoute que le Conseil exige que les services de catégorie A consacrent 75 % de toutes leurs dépenses au titre des émissions originales de première diffusion à des productions indépendantes canadiennes.

Réplique de la SRC

202. La SRC a répondu favorablement à la demande de DOC en proposant une condition de licence à l'égard de la diffusion.

Analyse et décisions du Conseil

203. Le Conseil note qu'en vertu de l'article 3(1)i)(v) de la Loi, le système canadien de radiodiffusion devrait largement faire appel au secteur de la production indépendante canadienne. En outre, lors des renouvellements de licence par groupe des services de télévision privée de langue anglaise, le Conseil a établi pour certains services des attentes selon lesquelles ces services devaient acheter au moins 75 % de l'ensemble de leurs émissions canadiennes originales de première diffusion auprès de sociétés de production indépendante.
204. Pour ce qui est de la déclaration de DOC voulant que les autres services de catégorie A devraient être assujettis à des exigences de dépenses au titre de la programmation originale, le Conseil note que Showcase de Shaw et YTV de Corus sont les seuls services de tous les grands groupes privés à être assujettis à des conditions de licence à cet égard. Les autres services ont des attentes, des encouragements ou des engagements semblables à la condition proposée par la SRC.
205. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que la condition de licence proposée par la SRC est conforme à l'approche du Conseil. Une **condition de licence** à cet égard est énoncée à l'annexe 7 de la présente décision.

Dépenses au titre des émissions canadiennes

206. La SRC propose de modifier la condition de licence 6(a), énoncée à l'annexe de la décision de radiodiffusion 2007-201, afin d'élargir l'assiette des revenus servant de base au calcul des dépenses au titre des émissions canadiennes (DÉC) et d'ajouter aux revenus d'abonnement les revenus bruts de publicité et d'infopublicité. La SRC propose aussi de réduire de 47 à 43 % ses DÉC minimales.
207. Le Conseil est convaincu que cette demande est conforme à la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-167. Dans cette politique, le Conseil a déterminé qu'il était raisonnable d'éliminer la pratique de porter au crédit des radiodiffuseurs, à titre de DÉC admissibles, les sommes payées par le FMC. Le Conseil conclut que la baisse demandée de 4 % est raisonnable pour ce service et estime que l'ajout des revenus de publicité et d'infopublicité augmentera le total des revenus à partir desquels la SRC calculera sa contribution aux DÉC.

208. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil accepte la proposition de la SRC. Une **condition de licence** à cet égard est énoncée à l'annexe 7 de la présente décision.
209. Tel que noté plus haut, Documentary est détenue par Canadian Documentary Association Channel Limited Partnership, dont la propriété fait actuellement l'objet d'une révision par le Conseil dans une instance distincte.

RADIO

Introduction

210. La SRC offre quatre services de radio distribués par des émetteurs en direct. Le service de langue anglaise Radio One et le service de langue française Première Chaîne privilégient les émissions de créations orales, alors que le service de langue anglaise Radio 2 et le service de langue française Espace Musique sont centrés sur la musique. Les interventions démontrent qu'un grand nombre de Canadiens pensent que les réseaux radiophoniques de la SRC ont un rôle important dans le partage d'une conscience et d'une identité nationales. Tant sur le fond que sur la forme, leur programmation représente une solution de rechange à celle des stations de radio commerciale. À ce titre, ces réseaux élargissent la diversité de la programmation radiophonique disponible aux auditeurs canadiens.
211. Le principal enjeu de la radio débattu à l'audience a été la proposition de la SRC d'introduire de la publicité nationale payée sur Espace Musique et Radio 2. Le Conseil a reçu plus de 900 interventions à cet égard.
212. Le Conseil a aussi envisagé d'ajouter des conditions de licence à l'égard du seuil minimum de diffusion de pièces musicales canadiennes pour la musique de concert et le jazz et le blues sur les quatre réseaux, de la musique vocale de langue française (MVF), le dépôt de rapports annuels sur la mise en œuvre des conditions de licence pour la radio de langue française, ainsi que des plans à l'égard de la programmation jeunesse sur la Première Chaîne. Les intervenants ont peu réagi à ces questions. Seule l'ADISQ est intervenue pour suggérer des modifications aux exigences de contenu canadien et les pourcentages de MVF pour les services de radio de langue française.
213. Le Conseil s'est également penché sur la réduction des heures de programmation locale sur la station de radio de langue française Première Chaîne CBEF Windsor.

Publicité sur Espace Musique et Radio 2

214. À l'heure actuelle, les quatre réseaux radiophoniques de la SRC sont autorisés à diffuser de la publicité dans les émissions qu'ils ne peuvent obtenir que par commandite⁹, ou pour satisfaire aux exigences des diverses lois du Parlement du Canada relatives aux élections.

⁹ Par exemple, pendant de nombreuses années, les diffusions du Metropolitan Opera étaient commanditées par Texaco.

215. La SRC est exploitée en vertu de cette condition de licence depuis 1975, lorsque la publicité a été retirée des services de radio de la SRC après une audience de renouvellement de licence. Lors de la dernière audience de renouvellement de licence en 1999, la SRC a proposé d'introduire des messages promotionnels sur la radio, mais le Conseil a refusé cette proposition puisqu'il était préoccupé, entre autres choses, que le fait de nommer les commanditaires pourrait ajouter une tonalité commerciale au son de la radio publique et compromettre l'attachement profond de ses auditeurs.
216. Dans le cadre de ses demandes de renouvellement de licence actuelles, la SRC a proposé d'introduire de la publicité nationale payée sur les ondes de Radio 2 et d'Espace Musique. Aux fins de cette proposition, la Société définit la « publicité nationale payée » comme du matériel publicitaire acheté par un organisme ou une entreprise ayant un intérêt national à rejoindre le consommateur canadien. Dans sa demande, la SRC a évalué à l'origine que ses services Espace Musique et Radio 2 généreraient des revenus publicitaires nationaux totaux d'environ 16 millions de dollars au cours de la première année de la période de licence, augmentant à 24,3 millions de dollars au cours de la troisième année, dans l'hypothèse qu'aucune limite ne sera fixée sur le montant de publicité pouvant être diffusé.
217. La SRC a ensuite modifié sa proposition afin que la publicité nationale payée soit introduite graduellement sur une période de quatre années. La publicité serait limitée à cinq minutes par heure la première année, à sept la deuxième et à neuf la troisième. Aucune restriction sur le nombre de minutes de publicité pouvant être diffusée ne s'appliquerait pour les quatrième et cinquième années. La SRC indique qu'elle prévoit intégrer la publicité de façon à ne pas perturber le son général des services.
218. La SRC est d'avis que l'introduction de publicité nationale payée compensera ses pertes de revenus dus à la baisse de ses crédits parlementaires. La SRC ajoute qu'elle n'a pas l'intention de cesser l'exploitation d'Espace Musique et de Radio 2 si sa proposition devait être refusée. Cependant, elle serait alors obligée d'envisager des compressions pour les éléments les plus onéreux de la programmation de ses réseaux, par exemple l'enregistrement de spectacles en direct ou la présence de spécialistes dans les émissions consacrées à divers genres musicaux.

Positions des intervenants

219. Plus de 900 intervenants, dont des particuliers et des radiodiffuseurs commerciaux et communautaires, se sont prononcés sur cet enjeu et la plupart se sont opposés à la diffusion de publicité sur les ondes de Radio 2 et Espace Musique. Leurs principales préoccupations sont les suivantes :
- La publicité nationale diluerait la contribution distincte des services de la SRC au système canadien de radiodiffusion.
 - Les producteurs et les fournisseurs de programmation de la SRC se mettraient à modifier leur programmation pour attirer le grand public actuellement desservi par les stations commerciales et augmenter l'écoute de Radio 2 et d'Espace Musique. Cette stratégie maximiserait les revenus publicitaires des services. JAZZ.FM91 fait

valoir que rien n'empêche Radio 2 de modifier sa formule pour adopter un style plus commercial.

- La publicité éloignerait les auditeurs actuels.
 - La publicité à Radio 2 et Espace Musique romprait l'équilibre entre la radiodiffusion publique et commerciale.
 - L'ajout de la SRC à titre de concurrent pour les revenus publicitaires nationaux aurait une incidence négative sur les revenus des radiodiffuseurs commerciaux et sur certains radiodiffuseurs communautaires, plus particulièrement ceux dans les petits marchés.
220. De nombreux auditeurs s'opposent à l'introduction de publicité, alléguant que le fait qu'il n'y ait pas de publicité sur Espace Musique et Radio 2 est une des raisons principales pour lesquelles ils syntonisent ces services.
221. L'Association canadienne des radiodiffuseurs craint que la définition très large de publicité nationale soumise par la SRC ne permette, dans certains cas, de diffuser de la publicité locale et régionale, avec des incidences financières négatives indues sur les stations de radio commerciale.
222. D'un autre côté, certaines parties expriment un accord réticent à l'introduction de publicité en raison de la réduction du financement de la SRC seulement si cela s'avère nécessaire pour maintenir la grande qualité de la programmation d'Espace Musique et de Radio 2. La Canadian Independent Music Association indique qu'elle appuie à contrecœur cette proposition et affirme que la SRC devait être suffisamment soutenue par l'État pour ne pas avoir besoin de publicité. L'ADISQ déclare que l'introduction de publicité, si elle devait être approuvée par le Conseil, doit être accompagnée « de balises veillant à préserver la spécificité des chaînes Espace Musique et Radio 2 ».
223. Plusieurs citoyens partagent cette opinion, estimant que l'introduction d'une quantité limitée de publicité aiderait la SRC à maintenir la haute qualité de ces services.

Réplique de la SRC

224. En réponse aux préoccupations liées à la programmation, la SRC soutient qu'elle n'a pas l'intention de réorienter la programmation de Radio 2 et d'Espace Musique. Selon elle, des changements à la programmation seraient contreproductifs puisque les annonceurs seraient précisément attirés par le caractère distinct de la programmation de la SRC.
225. La SRC rappelle qu'elle a accepté les conditions de licence relatives à la diffusion de pièces musicales d'artistes émergents sur les ondes de Radio 2 ainsi que la diffusion hebdomadaire d'un minimum de pièces musicales distinctes (la taille des listes de musique) sur les ondes d'Espace Musique pour s'assurer de préserver le caractère distinct de leur programmation par rapport aux autres genres de stations de radio. Plus précisément, la SRC a indiqué qu'elle accepterait une condition de licence exigeant qu'Espace Musique diffuse

au moins 3 000 pièces musicales distinctes par mois. Pour Radio 2, la SRC a dit qu'elle accepterait une condition de licence exigeant qu'au moins 40 % des pièces musicales canadiennes de catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces d'artistes canadiens émergents.

226. En outre, la SRC fait valoir que l'introduction d'une quantité limitée de publicité ne romprait pas l'équilibre du système de radiodiffusion. Il note que lorsque le radiodiffuseur public a fait ses débuts dans les années 1930, sa part des revenus de la radio était très élevée. Sa part des revenus de la radio a décliné dramatiquement au cours des années avec la croissance de la radio privée, particulièrement après que la radio de la SRC ait cessé de diffuser des messages publicitaires en 1975 pour ensuite obtenir son financement uniquement par le biais de crédits parlementaires. En 2011, les revenus de la SRC représentaient seulement 17,3 % du total des revenus de tous les services de radio combinés et tous les revenus de la SRC provenaient de crédits parlementaires. La SRC a conclu qu'avec la mise en œuvre de nouvelles réductions des crédits parlementaires résultant du budget de 2012, l'équilibre entre la radiodiffusion publique et privée continuerait de changer en faveur des radiodiffuseurs privés au Canada, et ce même avec la proposition d'introduire de la publicité sur Espace Musique et Radio 2.
227. Pour ce qui est des éventuels préjudices financiers sur d'autres types de stations, la SRC fait valoir que la quantité de publicité nationale qu'elle vendrait serait inférieure aux taux de croissance historiques de la publicité nationale radiophonique. Par conséquent, il n'y aurait pas d'effet à la baisse sur les revenus des autres stations. La SRC ajoute que de nouvelles possibilités de financement s'offrent aux stations communautaires et aux stations de campus par le biais du Fonds canadien de la radio communautaire.

Analyse et décisions du Conseil

228. Espace Musique et Radio 2 remplissent le mandat de la SRC d'offrir une « très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit » en proposant une grande variété de genres musicaux dont de la musique classique, du jazz, de la musique du monde et toutes sortes de styles de musique populaire. Comme l'atteste la recherche du Conseil¹⁰, les listes de musique de ces deux réseaux sont bien plus complètes que celles des stations commerciales. Ces réseaux diffusent également des pièces d'artistes, y compris des artistes émergents, dont la musique est rarement entendue à la radio commerciale, ainsi que des pièces d'artistes plus populaires rarement entendus sur les autres stations. Par condition de licence, au moins la moitié des pièces musicales populaires diffusées par les deux réseaux doivent être des pièces canadiennes, réalisant ainsi le mandat de la SRC en vertu de l'article 3(1)m(i) de la Loi d'« être principalement et typiquement canadienne » et de l'article 3(1)m(iii) de « contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre ». Espace Musique consacre au moins 85 % de ses pièces musicales vocales à des pièces de langue française. La musique qu'elle diffuse ne doit pas seulement provenir d'enregistrements, mais aussi de concerts produits par la SRC et parfois diffusés en direct. Au cours de la présente instance, la SRC a clairement fait

¹⁰ <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp110331a.htm>.

comprendre qu'elle ne pourrait pas maintenir la grande qualité de la programmation de Radio 2 et d'Espace Musique sans de nouveaux revenus publicitaires.

229. Cependant, tel que noté plus haut, la proposition de la SRC d'introduire de la publicité sur les ondes d'Espace Musique et de Radio 2 a provoqué une levée de boucliers des auditeurs et des porte-paroles de l'industrie de radiodiffusion intervenus dans le contexte de cette instance.
230. En ce qui a trait aux incidences financières possibles, le Conseil estime que les facteurs ci-dessous atténueraient les effets d'une approbation sur le marché de la publicité et sur les autres stations :
- À la différence de Radio One et de la Première Chaîne, Espace Musique et Radio 2 sont des services de créneau qui ciblent des auditoires différents de ceux de la plupart des autres stations de radio, ce qui limite leur potentiel commercial général tant sur le plan de l'écoute que sur celui des revenus.
 - La SRC ne solliciterait que de la publicité nationale, qui ne représentent qu'environ 25 à 30 % du total des revenus de la radio à l'échelle nationale. La SRC ne solliciterait pas de publicité locale, la source de revenus la plus importante pour les radiodiffuseurs du Canada qui totalise 70 % de l'ensemble des revenus de la radio commerciale.
 - Puisqu'Espace Musique et Radio 2 occupent des créneaux de programmation étroits, leurs revenus publicitaires ne devraient représenter qu'une petite partie des revenus totaux tant à l'échelle nationale que dans les marchés ciblés. En outre, la croissance additionnelle des revenus publicitaires locaux et nationaux de toutes les stations devrait compenser les incidences éventuelles de l'introduction de publicité.
 - Les stations communautaires et les stations de campus se concentrent sur la communauté locale. Leurs revenus dépendent d'autres sources que la publicité nationale, dont la publicité locale, les subventions provenant de sources telles que le Fonds canadien de la radio communautaire, les cotisations d'étudiants et les dons des auditeurs. Cette diversité de sources devrait compenser toute incidence de l'introduction de publicité nationale sur les ondes d'Espace Musique et de Radio 2.
231. La SRC est sans aucun doute confrontée à d'importantes pressions financières. Elle doit donc trouver des moyens de compenser la baisse de ses crédits parlementaires par des hausses de revenus publicitaires, par des réductions de dépenses et par des gains d'efficacité.
232. Au cours de l'audience, le Conseil a discuté des moyens supplémentaires devant permettre à la SRC d'augmenter ses revenus. Toutefois, puisque la SRC vend déjà de la publicité sur ses autres plateformes et les sources de revenus sont limitées, le Conseil a finalement conclu que le seul moyen d'éviter la publicité consistait à réduire la qualité du service offert par Espace Musique et Radio 2. Le Conseil craint que le refus complet de la

proposition de la SRC ne provoque la baisse de la qualité de leur programmation et ne mette en péril la viabilité à long terme de ces réseaux.

233. Le Conseil note que, selon le dossier public, un grand nombre d'auditeurs actuels de ces services ont indiqué qu'ils réduiraient leur écoute de ces services ou ne les écouteraient plus advenant l'introduction des seuils de publicité proposés. Les déclarations entendues à l'audience semblent indiquer que 40 % des auditeurs d'Espace Musique n'écoutent pas la radio commerciale, ce qui souligne leur attachement à ce service unique.
234. Le Conseil craint également que la diffusion de neuf minutes ou plus de publicité nationale pendant de nombreuses heures d'horloge à Espace Musique et Radio 2 ne dilue la contribution de ces services au mandat de la SRC énoncé aux articles 3(1)*l*) et *m*) de la Loi. La gamme de musique offerte par ces réseaux pourraient être réduite, une plus faible quantité de pièces musicales canadiennes serait diffusée et moins de temps serait consacré aux interventions des experts en direct. L'absence de limites de publicité pourrait aussi réduire la distinction nette qui existe entre la radio commerciale et les deux réseaux de la SRC actuellement libres de toute publicité.
235. Le Conseil prend note des commentaires importants soulevés par les parties à l'égard de cette question très délicate. D'un côté, la SRC a fait valoir qu'Espace Musique et que Radio 2 ont besoin des ressources additionnelles que leur procurerait la publicité nationale pour préserver le caractère distinct et la qualité de leur programmation. D'un autre côté, le Conseil a entendu les préoccupations des auditeurs quant à l'incidence générale de l'introduction de publicité sur les services que propose la SRC.
236. Après avoir soigneusement soupesé toutes les réflexions susmentionnées, le Conseil conclut que l'introduction d'une quantité limitée de publicité nationale aidera la SRC à préserver le caractère distinct et la grande qualité de la programmation offerte par Espace Musique et Radio 2. Le Conseil prend bonne note des préoccupations exprimées par de nombreux Canadiens quant à l'éventuelle incidence de la publicité. Cependant, il estime que ces services peuvent continuer à réaliser leurs mandats et objectifs respectifs tout en diffusant une quantité limitée de publicité nationale. Le Conseil est convaincu que l'introduction de publicité peut se faire de façon à réduire au minimum les interruptions de programmation et à protéger le caractère distinct de ces services.
237. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime approprié d'imposer à Espace Musique et à Radio 2 des **conditions de licence** qui :
 - permettent la diffusion d'un maximum de quatre minutes par heure d'horloge de publicité nationale payée, telle que définie actuellement par le Conseil;
 - limitent le nombre de fois que la programmation peut être interrompue pour de la publicité à au plus deux fois l'heure d'horloge.
238. Le Conseil définit les revenus découlant de la publicité nationale payée comme des revenus de publicité nationale, déduction faite des commissions des agences de publicité et des abattements consentis. Des commissions sont généralement versées au représentant

national de la station pour les ventes nationales. Le Conseil note également que la SRC s'engage à ne solliciter et à n'accepter de la publicité nationale que des entreprises et des organismes ayant un intérêt national à rejoindre le consommateur canadien.

239. Telle que susmentionnée, la recherche du Conseil, démontre que le fait que Radio 2 et Espace Musique diffusent un nombre beaucoup plus élevé de pièces musicales distinctes que les stations commerciales représente un élément mesurable clé. Cette pratique aide à s'assurer que ces deux services contribuent à la diversité de la programmation offerte aux Canadiens. Par conséquent, le Conseil estime approprié d'imposer des **conditions de licence** exigeant qu'Espace Musique diffuse au moins 3 000 pièces musicales distinctes et que Radio 2 en diffuse au moins 2 800 au cours de chaque mois de radiodiffusion.
240. Le Conseil est d'avis que ces conditions, associées aux autres conditions de licence à l'égard de la programmation déjà en vigueur, atténueront l'incidence néfaste de la publicité sur les auditeurs et sur la programmation. Ces conditions vont également veiller à ce qu'Espace Musique et Radio 2 continuent à s'acquitter du mandat de la SRC prévu par la Loi. Le Conseil estime également qu'une condition de licence exigeant un nombre minimum de pièces musicales distinctes contribuera plus efficacement qu'un engagement à l'égard des artistes émergents à s'assurer que Radio 2 se distingue, tant sur le fond que sur la forme, de la radio commerciale. Le Conseil est confiant que cette condition de licence relative à l'importance des listes de musique permettra à Radio 2 de s'assurer que la musique des artistes émergents occupe toujours une place prééminente dans la programmation musicale populaire de Radio 2.
241. Toutefois, le Conseil note que l'introduction de publicité marquera un virage significatif dont les effets sont difficiles à prévoir. Par conséquent, le Conseil approuve, par **condition de licence**, la diffusion de publicité nationale payante pour une durée de trois ans seulement. Cette autorisation expirera le 31 août 2016.
242. Si la SRC souhaite continuer à diffuser de la publicité après cette période, elle devra présenter une demande en ce sens au Conseil. À ce moment, le Conseil s'attend à ce que la SRC fasse la preuve que la publicité n'a pas eu une incidence négative indue sur les marchés publicitaires, que les auditeurs n'ont pas été indûment incommodés par la publicité, que le niveau d'investissement de la SRC en radio est resté le même, et que la programmation offerte par Espace Musique et Radio 2 est toujours aussi variée et diversifiée. Cette mesure donnera au Conseil, à la SRC et aux Canadiens la possibilité de réévaluer l'incidence de la publicité sur la programmation d'Espace Musique et de Radio 2 et sur le système canadien de radiodiffusion.

Seuils de musique canadienne

243. Les quatre réseaux de la SRC sont assujettis à des conditions de licence exigeant qu'ils consacrent au moins 50 % des pièces musicales de catégorie 2 (Musique populaire) et 20 % des pièces de catégorie 3 (Musique pour auditoire spécialisé) à des pièces canadiennes.
244. Au cours de cette instance, la SRC et le Conseil ont envisagé la possibilité d'ajouter des nouvelles exigences selon lesquelles au moins 25 % des pièces musicales de la sous-

catégorie 31 (Musique de concert) et au moins 20 % des pièces musicales de la sous-catégorie 34 (Jazz et blues) doivent être canadiennes, ce qui est conforme aux exigences des stations de radio commerciale. La SRC convient que ces exigences supplémentaires seraient appropriées à condition que le Conseil approuve sa proposition d'introduire de la publicité à Espace Musique et Radio 2.

Positions des intervenants

245. L'ADISQ et l'UDA/AQTIS/ARRQ/SARTEQ sont d'accord que les exigences à l'égard de la musique canadienne pour les sous-catégories 31 et 34 soient ajoutées. De plus, l'UDA/AQTIS/ARRQ/SARTEQ font valoir que la SRC doit être assujettie aux exigences à l'égard du contenu canadien pour la sous-catégorie 33 (Musique du monde et musique internationale). L'ADISQ allègue également que les exigences de la SRC à l'égard de la musique de catégorie 3 doivent être plus élevées que 20 % puisqu'elle excède actuellement ce seuil.

Analyse et décisions du Conseil

246. Le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement sur la radio) oblige les stations de radio commerciale à respecter des exigences minimales pour la musique de concert et le jazz et blues. Le Conseil estime que l'extension de ces exigences aux quatre réseaux de radio de la SRC est conforme au mandat de la SRC de diffuser une programmation principalement et typiquement canadienne. En outre, il estime qu'il existe suffisamment de pièces musicales canadiennes de ces catégories pour que la SRC adopte les exigences applicables à la radio commerciale. Le Conseil estime qu'il n'est pas nécessaire d'introduire une exigence à l'égard du contenu canadien pour la musique du monde et la musique internationale en ce moment.
247. Quant à la suggestion de l'ADISQ d'augmenter l'exigence à l'égard du contenu canadien sur l'ensemble de la musique de catégorie 3, le Conseil note que la condition de licence énonce un seuil minimum. Le Conseil encourage la SRC à continuer de dépasser ce seuil minimum.
248. Le Conseil a conclu que les seuils proposés de musique canadienne de concert et de jazz sont appropriés peu importe si la publicité nationale payante est approuvée sur Espace Musique et Radio 2. Par conséquent, le Conseil impose aux quatre réseaux de radio de la SRC les **conditions de licence**, énoncées à l'annexe 4, qui prévoient que ceux-ci consacrent au moins 25 % de leurs pièces musicales de la sous-catégorie 31 et au moins 20 % de leurs pièces musicales de la sous-catégorie 34 diffusées chaque semaine de radiodiffusion à des pièces canadiennes.

Musique vocale de langue française

249. Les réseaux de radio de langue française sont actuellement assujettis à une attente selon laquelle ils doivent consacrer au moins 85 % des pièces musicales vocales diffusées au cours de chaque mois de radiodiffusion à des pièces de musique vocale de langue française (MVF). Un maximum de 5 % des pièces musicales vocales peut être en langue anglaise, et toutes ces pièces doivent être canadiennes.

250. Pour la nouvelle période de licence, le SRC propose une condition de licence selon laquelle elle continuerait à consacrer au moins 85 % de ses pièces musicales vocales de catégorie 2 à la MVF. Le pourcentage restant, soit 15 %, serait consacré à des pièces musicales en langue anglaise, dont la moitié serait canadiennes.

Positions des intervenants

251. L'ADISQ s'oppose à la proposition de la SRC et fait valoir que la SRC devrait consacrer au moins 92,5 % de pièces musicales de catégorie 2 à des pièces de MVF.
252. L'ADISQ propose en outre au Conseil d'interdire à Première Chaîne et à Espace Musique de diffuser des grand succès de langue anglaise non canadiens. L'ADISQ demande également au Conseil de circonscrire la diffusion de musique vocale de langue anglaise non canadienne en-dehors des heures de grande écoute (de 7 h à 9 h et de 16 h à 18 h, du lundi au vendredi).

Analyse et décisions du Conseil

253. Le Conseil estime que l'attente actuelle, selon laquelle toute la musique vocale de langue anglaise doit être canadienne, est trop restrictive. Le Conseil convient également avec la SRC que la proposition de l'ADISQ de limiter la diffusion de pièces musicales vocales de langue anglaise non canadiennes à certaines heures d'écoute serait difficile à administrer et à exécuter.
254. En outre, que le Conseil note que Première Chaîne et Espace Musique diffusent un pourcentage de MVF de catégorie 2 (85 %) bien supérieur à celui qui est exigé des stations de campus ou des stations communautaires ou commerciales de langue française. De plus, il estime qu'une mesure de conformité sur une base hebdomadaire plutôt que mensuelle ferait en sorte que la SRC respecte son obligation de MVF de façon plus constante.
255. Le Conseil estime que la SRC devrait avoir une certaine souplesse à l'égard de la diffusion de pièces musicales en langues autochtones.
256. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil impose une **condition de licence**, énoncée à l'annexe 4, exigeant qu'au cours de chaque semaine de radiodiffusion :
- au moins 85 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 soient consacrées à des pièces de MVF;
 - au moins 50 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 diffusées dans des langues autres que le français soient canadiennes.

Programmation locale de CBEF Windsor

257. CBEF Windsor fait partie du réseau radiophonique de langue française Première Chaîne de la SRC.

258. La réduction de ses crédits parlementaires en 2009 a incité la SRC à réduire de façon appréciable la programmation locale de CBEF Windsor. De nombreux auditeurs se sont plaints au Conseil. Leurs plaintes se sont ajoutées à celles de SOS CBEF, une coalition de citoyens de la région de Windsor créée précisément pour contester la baisse de programmation locale de CBEF. Le Conseil a avisé les plaignants qu'il étudierait leurs questions à l'égard de la programmation locale de CBEF dans le cadre du renouvellement de licence de la SRC.
259. En 2010, le Commissariat aux langues officielles a déposé un recours judiciaire en Cour fédérale contre la SRC, alléguant que la SRC avait enfreint ses obligations en vertu de la *Loi sur les langues officielles* en omettant de consulter la CLOSM du sud-ouest ontarien et en omettant de réaliser une étude d'impact avant de décider de réduire sensiblement sa programmation locale. La SRC a demandé à la Cour de rejeter ce recours à titre préliminaire, alléguant que ses services de programmation étaient seulement assujettis à la Loi sur laquelle le Conseil a pleine juridiction. La SRC a également soutenu que le Conseil était mieux placé pour prendre des décisions sur les incidences négatives des réductions des crédits parlementaires sur la programmation locale et régionale de CBEF Windsor.
260. En juin 2012, la Cour fédérale a rendu une décision provisoire qui rejetait le modèle de compétence exclusive proposé par la SRC et approuvait le modèle de compétence concurrente de la Cour fédérale et du Conseil. La Cour a cependant déclaré que le Conseil était mieux placé pour décider de ces questions en raison de l'imminence de l'instance de renouvellement des licences de la SRC. La Cour a suspendu le dossier jusqu'à ce que Conseil ait terminé l'instance de renouvellement des licences de la SRC.
261. Dans sa demande de renouvellement de licence, la SRC propose de diffuser cinq heures de programmation locale au cours de chaque semaine de radiodiffusion sur les ondes de CBEF. La SRC a indiqué à l'audience publique qu'elle accepterait une condition de licence exigeant la diffusion de 10 heures de programmation locale au cours de chaque semaine de radiodiffusion.

Positions des plaignants et des intervenants

262. Les plaignants et les intervenants mettent en relief la situation unique de Windsor et soulignent que CBEF est la seule station de radio de langue française à desservir cette ville. À l'audience, SOS CBEF note que la station CBEF existe depuis 42 ans et qu'elle est importante pour la population de Windsor. Il craint que toutes les compressions effectuées par la SRC en Ontario aient été faites au détriment de CBEF. SOS CBEF note également la proximité de Windsor et des États-Unis et indique que : « Nous sommes bombardés de médias américains. Alors, juste garder une culture canadienne c'est difficile, encore plus difficile de garder une culture francophone dans notre région. »
263. SOS CBEF fait valoir que Windsor a l'un des taux d'assimilation les plus élevés de francophones parmi les CLOSM de langue française au Canada. SOS CBEF estime que la station devrait être tenue de diffuser 36,5 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion. L'AFO pense que le seuil de 36,5 heures pourrait être difficile à atteindre

étant donné la situation financière de la SRC, mais soutient que les parties pourraient travailler à améliorer cet engagement au fil du temps.

264. Pour sa part, le Commissaire aux langues officielles, Graham Fraser, a noté que, selon une enquête menée par le commissariat, la décision de la SRC de réduire la programmation locale à Windsor a eu une incidence négative sur la communauté francophone de la région, une communauté déjà fragile, puisque la programmation locale offerte par la station ne respectait plus les besoins de cette communauté. M. Fraser a également fait valoir que la façon dont la SRC a réduit la programmation locale à Windsor a contrevenu aux principes énoncés dans la Loi, qui indiquent que la programmation de la SRC doit être offerte en anglais et en français, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue.

Analyse et décisions du Conseil

265. L'article 3(1)m)(iv) de la Loi indique que la programmation offerte par la SRC doit « être 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 ou l'autre langue. »
266. Le Conseil a examiné les seuils de programmation locale proposés par la SRC pour les stations exploitées dans le cadre du réseau Première Chaîne. D'après la proposition de la SRC, aucune station exploitée au sein d'une CLOSM autre que CBEF Windsor n'offre moins de 15 heures de programmation locale au cours de chaque semaine de radiodiffusion. Le Conseil estime donc que le seuil de dix heures de programmation locale n'est pas assez élevé pour desservir adéquatement la CLOSM du sud-ouest ontarien.
267. Après analyse du dossier de l'instance, y compris des observations des intervenants et de la SRC, ainsi que des seuils de programmation locale offerts par la SRC dans d'autres CLOSM de langue française, le Conseil estime approprié d'imposer une condition de licence exigeant que CBEF Windsor offre au moins 15 heures de programmation locale par semaine. Une **condition de licence** à cet égard est énoncée à l'annexe 4 de la présente décision.

Émissions jeunesse sur la Première Chaîne

268. La SRC n'a pris aucun engagement à l'égard de la diffusion d'émissions jeunesse de Première Chaîne.

Positions des intervenants

269. La Confédération des syndicats nationaux et le Regroupement des conseils centraux de la CSN déclarent que la SRC devait produire des émissions jeunesse à l'échelle nationale et investir dans la production régionale. La sénatrice Maria Chaput déclare que les jeunes qui se reconnaissent dans la musique qu'ils entendent à la radio l'écouteront plus souvent.

Réplique de la SRC

270. La SRC indique que l'écoute des émissions destinées aux enfants et des émissions jeunesse « 275 Allô » et « Ado-radio », ainsi que l'intérêt qu'elles suscitent, ont beaucoup diminué au fil des années. La SRC admet cependant que son mandat est d'être à l'écoute des jeunes et de s'assurer qu'ils ne soient pas exclus de sa programmation.
271. En réponse à un engagement pris à l'audience, la SRC présente sa stratégie de programmation visant à attirer les jeunes auditeurs vers ses différentes plateformes. La SRC explique que Première Chaîne est un service de radio d'intérêt général et qu'il est donc essentiel de ne pas voir les jeunes comme un auditoire distinct. Elle présente aussi des statistiques sur l'écoute des jeunes (12 à 17 ans). La SRC énumère également les émissions préférées des jeunes auditeurs qu'elle diffuse en fin de semaine, au cours de la période des Fêtes et pendant les vacances, de même que plusieurs autres émissions intergénérationnelles.

Analyse et décisions du Conseil

272. L'article 3(1)i)(i) de la Loi stipule que la programmation du système canadien de radiodiffusion devrait « être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit ». Cependant, ceci n'est qu'un des objectifs de l'article 3 dont le Conseil doit tenir compte dans sa prise de décisions.
273. Bien que la Première Chaîne n'offre plus de programmation qui s'adresse directement aux enfants et aux jeunes, le Conseil note qu'elle offre des émissions d'intérêt général, y compris les auditeurs de moins de 18 ans.
274. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil n'établit aucune attente relative aux émissions jeunesse sur la Première Chaîne pour la prochaine période de licence.

Disponibilité du service radiophonique

Plan à long terme

275. Conçu par le Conseil et la SRC, le Plan radiophonique à long terme de la SRC (PRLT) vise à repérer les fréquences FM qui seront vraisemblablement nécessaires pour distribuer les services radio de la SRC au plus grand nombre possible de Canadiens. À l'heure actuelle, la SRC n'est assujettie à aucune condition ou attente relative à son PRLT.
276. La SRC note que 99 % environ de la population canadienne a accès à Première Chaîne et Radio One. Elle indique qu'elle compte maintenir son service radio actuel, mais qu'elle n'a aucun plan pour étendre la zone de rayonnement. Elle décrit son PRLT comme un outil de planification et indique qu'elle ne l'utilisera plus.
277. Compte tenu de la baisse du financement public de la SRC et du fait que Première Chaîne et Radio One soient accessibles à la grande majorité des Canadiens, le Conseil estime que la proposition de la SRC de conserver son périmètre de rayonnement et d'abandonner son

PRLT est raisonnable. Par conséquent, le Conseil accepte la proposition de la SRC d'abandonner le PRLT.

Disponibilité d'Espace Musique

278. Dans la décision de radiodiffusion 2000-2, le Conseil a énoncé une attente voulant que La chaîne culturelle (devenue Espace Musique) étende d'ici la fin de sa période de licence le rayonnement de son service à :
- au moins 50 % de la population de langue française de chaque province,
 - au moins 75 % de la population de langue française du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario,
 - toutes les capitales provinciales.
279. Depuis 2000, la SRC a satisfait aux attentes ci-dessus, sauf en Saskatchewan, en Ontario et à Terre-Neuve-et-Labrador, où le rayonnement rejoint respectivement 45 %, 66 % et 32 % de la population de langue française de ces provinces, selon les données du recensement de 2006. Le Conseil a demandé à la SRC s'il était réaliste et réalisable de fixer de nouvelles attentes relatives à l'accroissement du rayonnement d'Espace Musique en Ontario, en Saskatchewan et à Terre-Neuve-et-Labrador.
280. La SRC a répondu qu'elle ne comptait pas donner suite à son projet d'accroissement du rayonnement d'Espace Musique et souligné qu'elle avait considérablement étendu ses services radio au cours de sa dernière période de licence malgré ses contraintes financières. Elle a aussi expliqué que les ressources financières allouées à l'origine au déploiement d'Espace Musique servaient maintenant à maintenir ou à rehausser la qualité des services existants, tel que le récent ajout d'un émetteur de rediffusion FM imbriqué¹¹ pour CBEF Windsor, une station de Première Chaîne.
281. Le Conseil n'a reçu aucune intervention à cet égard.

Analyse et décisions du Conseil

282. Le Conseil convient que les sommes utilisées pour le déploiement d'Espace Musique pourraient servir à d'autres priorités, dont l'augmentation de programmation locale sur les ondes de CBEF, tel qu'abordé plus haut dans la présente décision. Le Conseil estime qu'il n'est pas approprié de fixer de nouvelles attentes relativement à l'accroissement futur du rayonnement d'Espace Musique

Conversion des émetteurs du Québec à des émetteurs de rediffusion de Première Chaîne

283. Dans la décision 2000-2, le Conseil a indiqué qu'il s'attendait à ce que la SRC remplace selon un calendrier précis les stations affiliées de Première Chaîne de Ville-Marie,

¹¹ Un émetteur de rediffusion imbriqué est un émetteur installé à l'intérieur du périmètre de rayonnement d'une station d'origine afin d'accroître la puissance du signal dans les zones où de nombreuses sources de brouillage en diminuent la qualité.

Témiscamingue (émetteur de l'affiliée de Ville-Marie), La Tuque et Rouyn-Noranda (Québec). Bien que les remplacements n'aient pas été achevés à la date prescrite, le Conseil note que la conversion a effectivement eu lieu en 2004 et que le remplacement des affiliées de Première Chaîne est terminé.

Conversions de la bande AM à la bande FM

284. Le Conseil a demandé à la SRC si celle-ci avait établi une stratégie organisationnelle de conversion des stations AM à la bande FM, étant donné que des Canadiens ont indiqué dans de précédentes instances que de telles conversions risquaient de provoquer des pertes de service, surtout dans les régions rurales et isolées,
285. La SRC a répondu qu'elle n'avait aucune stratégie de convertir toutes ses stations AM à la bande FM. Elle s'adresse généralement au Conseil pour la conversion de la bande AM à la bande FM lorsqu'elle s'efforce d'améliorer son rayonnement, lorsque des obstacles économiques, telle l'expiration d'un bail foncier, l'empêchent de poursuivre l'exploitation d'un service AM, ou encore pour éviter d'importantes pertes financières liées à l'entretien ou au maintien d'émetteurs AM.
286. Le Conseil encourage la SRC à s'assurer que les Canadiens ne perdent pas de service lorsqu'elle envisage des conversions de la bande AM à la bande FM.

SYSTÈME NATIONAL D'ALERTE AU PUBLIC

287. L'article 3(1)d)i) de la Loi stipule que le système canadien de radiodiffusion devrait « servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada ». Dans l'ordonnance de radiodiffusion 2009-340, le Conseil a approuvé une proposition de Pelmorex Communications Inc. (Pelmorex) qui souhaitait agir comme regroupeur et distributeur national de messages d'alerte en cas d'urgence. Pelmorex a lancé son Système d'agrégation et de dissémination national d'alertes (système ADNA) en juin 2010.
288. Dans la décision de radiodiffusion 2011-438, le Conseil a pris les mesures nécessaires pour assurer que les autorités fédérales, provinciales et territoriales soient autorisées à émettre des messages d'alerte en cas d'urgence par l'intermédiaire du système de Pelmorex¹² et afin de veiller à ce que le système réponde aux besoins des radiodiffuseurs et des EDR. Il a également indiqué qu'une licence de radiodiffusion était un privilège et que les radiodiffuseurs et les EDR ont, dans le cadre de l'exploitation de leurs entreprises, le devoir d'informer le public de tout danger imminent. Par conséquent, le Conseil a réaffirmé son attente voulant que tous les radiodiffuseurs, télédiffuseurs et EDR participent volontairement au système.

¹² Depuis juillet 2012, tous les organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux de gestion des urgences (y compris Environnement Canada) sont autorisés à utiliser le système de Pelmorex pour émettre des messages d'alerte.

Proposition de la SRC

289. La SRC indique qu'elle compte investir un montant évalué à 1,35 million de dollars pour s'assurer que ses réseaux Radio One, Radio 2, Première Chaîne et Espace Musique diffusent des messages d'alerte en cas d'urgence susceptibles de rejoindre 99 % des Canadiens d'ici l'automne 2014. La SRC précise que son projet s'ajoutera au système de diffusion de messages d'alertes des EDR. Elle ajoute qu'elle envisage de distribuer les messages d'alerte au niveau de la programmation plutôt que par des émetteurs individuels. Par conséquent, tous les émetteurs des stations qui desservent une zone ciblée par une alerte diffuseront l'alerte en question. La SRC indique également qu'un système plus localisé, capable de cibler des émetteurs individuels donnés, coûterait 8,25 millions de dollars et qu'elle ne peut pas envisager de mettre en place un tel système. La SRC indique qu'elle étudierait la question de la mise en place d'une solution d'alerte pour la télévision en direct à une date ultérieure.
290. Compte tenu de ce qui précède, la SRC propose la condition de licence suivante à l'égard des alertes :

La titulaire doit mettre en œuvre un système d'alerte au public dans toutes les stations de radio de CBC/Radio-Canada afin de pouvoir alerter le public par l'entremise de la ou des stations sources concernées et des répéteurs qui y sont rattachés. Ce système d'alerte au public doit entrer en fonction au plus tard le 31 décembre 2014.

Positions des intervenants

291. Shaw fait valoir que la SRC devrait aussi diffuser des messages d'alerte sur ses plateformes télévisuelles pour s'assurer d'utiliser tous les moyens possibles d'alerter les Canadiens en temps voulu.

Analyse et décisions du Conseil

292. Le Conseil note que la programmation radiophonique de la SRC est accessible en direct à 99 % de la population canadienne et est donc d'avis que la SRC a un rôle déterminant à jouer dans la diffusion des messages d'alerte au public. Le Conseil estime que la proposition de la SRC assurera que les Canadiens soient avertis en temps voulu de tout risque imminent et que celle-ci est conforme à l'attente du Conseil voulant que tous les radiodiffuseurs participent au système national d'alerte à la population (SNAP).
293. En ce qui a trait à la conception du système d'alerte radio de la SRC, le Conseil craint que les alertes ne soient trop largement diffusées et, plus particulièrement, que ces alertes ne rejoignent des Canadiens non ciblés et donc hors de la zone de danger. La SRC répond que l'utilisation d'environ 150 signaux de radio distincts combinée à la description géographique contenue dans le message lui-même permettra d'assurer que celui-ci sera reçu par les Canadiens concernés et ne créera aucune confusion. Afin de s'assurer que le public fasse confiance au SNAP, le Conseil encourage la SRC à revoir la conception de son système en consultation avec les organismes de gestion des urgences pour minimiser le risque d'alerte excessive.

294. Selon le Conseil, la SRC devrait uniquement être tenue de diffuser des messages d'alerte urgents et crédibles. À cet égard, le Conseil note que le système ADNA de Pelmorex ne diffuse que les alertes qu'il reçoit des organismes autorisés à émettre des alertes et le fil d'alertes du système ADNA identifie les alertes pour lesquelles il faut interrompre la programmation. Par conséquent, le Conseil estime que la SRC ne devrait diffuser que les messages d'alerte distribués par le système ADNA qui doivent être immédiatement diffusés.
295. Le Conseil note également que les messages d'alerte peuvent être diffusés dans l'une ou l'autre des langues officielles ou dans les deux langues officielles, et qu'ils peuvent contenir un contenu sonore qui doit être diffusé au public. Se fiant au dossier de la présente instance, le Conseil estime inapproprié d'exiger que la SRC diffuse un message d'alerte distribué dans une langue différente de celle de la station sur laquelle il serait diffusé. Cependant, le Conseil encourage la SRC à diffuser des messages d'alerte dans les deux langues officielles et à mettre en place un système de synthèse vocale pour assurer de toujours diffuser ces messages en format audio.
296. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil accepte la proposition de système d'alerte radio de la Société et lui impose la **condition de licence** suivante, qui incorpore plusieurs modifications à la proposition de la SRC.

La titulaire doit mettre en œuvre dans toutes ses stations de radio, au plus tard le **31 décembre 2014**, un système d'alerte au public qui diffusera immédiatement les messages d'urgence en provenance du Système d'agrégation et de dissémination national d'alertes par l'entremise de la ou de toutes les stations sources concernées de la titulaire et des répéteurs qui y sont rattachés desservant la région ciblée par l'alerte, pourvu que l'autorité émettrice ait indiqué qu'il faut diffuser le message d'alerte immédiatement, que le message ait été reçu dans la langue de la station source et qui comporte un contenu sonore.

297. Le Conseil encourage également la SRC à mettre en place un système d'alerte pour ses 27 émetteurs de télévision en direct afin de veiller à ce que tous les Canadiens soient avertis en temps opportun de tout danger imminent au cours de la nouvelle période de licence.

MÉDIAS NUMÉRIQUES

Dépenses

298. La SRC indique que les médias numériques sont l'un des trois piliers de Stratégie 2015 et que les plateformes des médias numériques l'aident à rejoindre des auditoires où qu'ils se trouvent. Elle ajoute qu'elle doublera ses investissements dans les médias numériques à 5 % de ses revenus d'ici 2015 et que ceux-ci s'ajouteront à la radiodiffusion traditionnelle. La SRC reconnaît que l'argent investi dans les plateformes numériques et les médias traditionnels provient du même budget, mais souligne qu'elle a gagné en efficacité en évoluant vers un rôle de radiodiffuseur multiplateforme intégré.

Positions des intervenants

299. Les parties conviennent généralement que la SRC devrait innover et diffuser sur les plateformes des médias numériques. Cogeco, Corus Entertainment Inc., le réseau de radio CKUA, SOS CBEF et Stingray Digital Group inc. (Stingray) craignent cependant que les dépenses de la SRC au titre des médias numériques ne se fassent au détriment des services de radiodiffusion traditionnelle.
300. D'autres parties, dont l'ACTRA, CPSC/SCFP et le Syndicat des techniciens et artisans du réseau français de Radio-Canada (STARF) sont d'avis qu'elles doivent être mieux informées sur la stratégie et les dépenses relatives aux médias numériques de la SRC avant de pouvoir évaluer et commenter ses activités.
301. CDIP/OpenMedia.ca sont d'avis que l'intention de la SRC de consacrer 5 % de son budget aux médias numériques est raisonnable.

Analyse et décisions du Conseil

302. Dans son document de consultation publique sur l'économie numérique publié en 2010, intitulé *Accroître l'avantage numérique du Canada*, le gouvernement canadien déclare qu'il s'attend à ce que la SRC maximise sa présence sur toutes les plateformes numériques et joue un rôle de chef de file en donnant aux Canadiens accès à un contenu numérique à la fine pointe de la technologie.
303. Le Conseil note que les entreprises de radiodiffusion de médias numériques (ERMN) de la SRC sont exemptées de l'obligation de détenir une licence en vertu de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409, et qu'il n'impose pas à de telles entreprises de conditions à l'égard de leurs dépenses. Les ERMN de la SRC sont généralement des prolongements de ses entreprises de radiodiffusion autorisées et le contenu de leurs sites est généralement accessible gratuitement à tous les abonnés à un service mobile ou Internet au Canada. Ces sites ne facturent aucuns frais aux Canadiens pour accéder à un contenu financé par des crédits parlementaires.

Production de rapports sur les médias numériques

304. La SRC note que ses rapports trimestriels et annuels sont publiés sur son site web. Bien que certaines données demeurent confidentielles, ces rapports permettent aux Canadiens de surveiller les dépenses de la SRC. La SRC n'a pas déposé de propositions à l'égard du dépôt de rapports sur les médias numériques.

Positions des intervenants

305. Plusieurs parties, dont des guildes (ACTRA, GCR et Writers Guild), des syndicats (CPSC/SCFP et STARF) et des radiodiffuseurs (CKUA, Corus et Stingray), souhaitent que la SRC dévoile davantage de renseignements sur ses activités numériques. Ils affirment qu'ils ont besoin de plus de renseignements pour surveiller les dépenses de la SRC au titre des plateformes numériques et sa migration vers ces plateformes. L'ACTRA déclare également 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.

Analyse et décision du Conseil

306. Dans son rapport annuel public, la SRC ne sépare pas les chiffres concernant les médias numériques sous des rubriques distinctes. Les dépenses liées aux médias numériques sont plutôt regroupées avec celles de la télévision et de la radio (réparties en fonction des services de langues anglaise et française). Quant aux revenus générés par les médias numériques, ils sont incorporés aux revenus publicitaires qui sont répartis en fonction des services de langues anglaise et française. Le Conseil note que cette méthode de rapport est similaire à celle qu'utilisent les radiodiffuseurs privés pour leurs rapports annuels. Certaines exigences de rapport annuel de la SRC sont établies à l'article 71 de la Loi et n'exigent pas de rapport détaillé pour les activités des médias numériques.
307. Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, le Conseil recueille des renseignements sur les dépenses et les revenus liés aux médias numériques des titulaires affiliées à des ERMN, dont la SRC et les radiodiffuseurs privés.
308. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-582, le Conseil note que des rapports publics détaillés sur les projets de chaque ERMN peuvent avoir des effets néfastes indus dans la mesure où les modèles de gestion évoluent constamment. Le Conseil a conclu qu'il fera rapport publiquement des renseignements fournis par les ERMN selon les données cumulatives dans l'ensemble de l'industrie.
309. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il n'est pas approprié d'imposer des exigences de rapport spécifiques pour les médias numériques pour le moment.

Accessibilité des médias numériques

310. La SRC indique qu'elle se réfère actuellement aux *Règles pour l'accessibilité des contenus Web* pour le sous-titrage sur les plateformes numériques. Elle précise que ce sont généralement des problèmes technologiques qui empêchent le sous-titrage et qu'elle compte augmenter la quantité d'émissions sous-titrées sur ses médias numériques.

Positions des intervenants

311. Media Access Canada note que la SRC est un chef de file dans l'offre de sous-titrage pour sa programmation de langue anglaise en ligne, mais reconnaît aussi les problèmes technologiques soulevés par le radiodiffuseur public. L'organisme ajoute que la plupart des radiodiffuseurs canadiens, à l'exception de la SRC, n'offrent pas le sous-titrage de la programmation qu'ils diffusent sur leurs sites web, et qu'il faut prendre les moyens d'assurer l'accessibilité des plateformes en ligne des EDR et des radiodiffuseurs. Bien que les intervenants se soient surtout intéressés aux services de langue anglaise de la SRC, ils ont aussi noté l'absence de sous-titrage sur le service de langue française Tou.TV.

Analyse et décisions du Conseil

312. Aucune exigence réglementaire n'encadre actuellement l'accessibilité des émissions dans les médias numériques. Tel que noté dans la politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom 2009-430, le Conseil encourage plutôt les télédiffuseurs à transmettre le sous-titrage et la vidéodescription lorsque la programmation est diffusée dans les médias numériques. Le Conseil note également que toutes les ERMN sont exemptées de l'obligation de détenir une licence, ce qui écarte l'imposition de conditions de licence. Pour imposer une condition de licence relative à l'accessibilité, il faudrait lancer une nouvelle instance publique pour examiner l'accessibilité dans les médias numériques.
313. Bien que la SRC offre parfois le sous-titrage dans les médias numériques, le Conseil note que la quantité de sous-titrage varie selon qu'il s'agit des services de langue anglaise ou de langue française.
314. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil encourage la SRC à offrir le même niveau d'accessibilité pour ses ERMN de langues anglaise et française.

AUTRES QUESTIONS

Publicité destinée aux enfants

315. La SRC accepte de continuer à respecter les conditions de licence actuelles à l'égard de la publicité destinée aux enfants, mais elle n'a fourni aucun renvoi à sa politique interne sur les messages publicitaires diffusés entre les émissions destinées aux enfants. La SRC propose de respecter les conditions de licence suivantes :

La titulaire ne doit distribuer aucun message publicitaire au cours d'une émission dont l'auditoire cible est principalement composé d'enfants de moins de 12 ans.

La titulaire doit respecter les dispositions du *Code de la publicité destinée aux enfants*, avis public 1993-99, 30 juin 1993, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.

316. Le Conseil estime que le dossier illustre clairement la volonté de la SRC de conserver sa condition de licence actuelle à l'égard de la publicité destinée aux enfants et que l'absence d'un renvoi à sa politique interne est un simple oubli. Cette condition, qui est énoncée aux annexes 3, 5 et 8, prévoit que la SRC :
- a) doit respecter les normes relatives à la publicité destinée aux enfants énoncées dans sa *Politique 1.3.8 : Publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans*. À tout le moins, elle doit respecter les normes énoncées dans le *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
 - b) ne doit diffuser aucun message publicitaire durant les émissions destinées aux enfants et aucun message publicitaire s'adressant aux enfants entre les émissions pour enfants d'âge préscolaire. Aux fins de la présente condition, les émissions destinées aux enfants

et inscrites à la grille-horaire avant midi les jours de classe seront considérés comme étant des émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire.

Sous-titrage codé, vidéodescription, description sonore, représentation équitable et violence dans les émissions

317. La SRC a accepté d'être assujettie aux conditions de licence normalisées à l'égard du sous-titrage codé, de la vidéodescription, de la description sonore, de la représentation équitable et de la violence dans la programmation pour la télévision de langue française de la SRC, ARTV, RDI, la télévision de langue anglaise de la SRC, CBC News Network et Documentary. Toutefois, elle refuse d'être assujettie à la condition relative au sous-titrage codé pour la télévision de langue française. La SRC propose plutôt la condition de licence suivante pour la télévision de langue française :

La titulaire garantira que la totalité de la publicité, des messages des commanditaires et des promos diffusée en français sera sous-titrée au plus tard à la date où la même obligation entrera en vigueur pour le réseau de stations de télévisions conventionnelles de langue française appartenant au Groupe TVA inc.

318. Le Conseil note cependant que les conditions normalisées à l'égard du sous-titrage codé ont été imposées aux services de Groupe TVA inc. lors du récent renouvellement de sa licence (décision de radiodiffusion 2012-242). Il estime donc inutile d'imposer à la télévision de langue française de la SRC une condition de licence différente de celle des autres services.
319. Par conséquent, le Conseil impose les conditions de licence normalisées à l'égard du sous-titrage codé, de la vidéodescription, de la description sonore, de la représentation équitable et de la violence dans la programmation à la télévision de langues anglaise et française de la SRC. Ces **conditions de licence** sont énoncées à l'annexe 3. Elles s'appliquent également aux services spécialisés de la SRC par l'intermédiaire des conditions de licence normalisées pour les services de catégorie A (ARTV et Documentary) et pour les services de catégorie C (RDI et CBC News Network).

ENJEUX TOUCHANT LA SOCIÉTÉ

Ententes commerciales

320. Les ententes commerciales établissent les modalités et les principes agréés par les producteurs indépendants et par les radiodiffuseurs pour négocier les droits de diffusion et les droits relatifs aux médias numériques. Dans l'avis public de radiodiffusion 2007-53 et dans diverses politiques et décisions ultérieures à cet avis, le Conseil déclare que des ententes commerciales négociées entre les télédiffuseurs et les producteurs indépendants devraient offrir stabilité et clarté à toutes les parties et servir l'intérêt de l'ensemble de l'industrie de la radiodiffusion. Par conséquent, le Conseil note que l'industrie a tout à fait avantage à définir des modalités et des principes clairs pour permettre aux télédiffuseurs et aux producteurs de négocier des ententes commerciales n'excluant aucun type de droits, y compris les droits liés aux plateformes de visionnement émergentes, pour assurer la présence d'un contenu canadien de qualité sur ces plateformes.

321. Plusieurs radiodiffuseurs ont conclu des ententes commerciales avec la CMPA ou l'APFTQ, mais la SRC ne l'a pas fait. La SRC fait valoir que l'absence d'ententes commerciales ne nuit pas à sa capacité de faire affaire avec des producteurs indépendants. Elle ajoute que les ententes commerciales entre les radiodiffuseurs privés et la CMPA comprennent une clause de la nation la plus favorisée (NPF), une question litigieuse dans les négociations d'une entente commerciale entre la SRC et la CMPA. En ce qui concerne l'APFTQ, les négociations se poursuivent et la SRC s'attend à parvenir bientôt à une entente.
322. La SRC a présenté un avis juridique avançant que le Conseil n'avait pas le pouvoir de décréter une condition de licence relativement aux contrats ou aux relations contractuelles entre une entreprise de radiodiffusion et des producteurs indépendants canadiens.

Positions des intervenants

323. La CMPA fait valoir que le Conseil devrait obliger la SRC à adhérer aux modalités de l'entente commerciale que la CMPA a négociée avec les radiodiffuseurs privés si aucune entente n'est conclue entre la SRC et la CMPA avant la date de la décision de renouvellement de licence. La CMPA a déposé des avis juridiques arguant que le Conseil avait le pouvoir d'imposer une entente commerciale à un radiodiffuseur par condition de licence.
324. L'APFTQ déclare que le Conseil devrait imposer une entente ou, du moins, se prononcer sur les enjeux importants qui n'auront pas été réglés si aucune entente n'est conclue dans les six prochains mois.

Analyse et décisions du Conseil

325. Le Conseil estime que la réglementation de la relation entre les radiodiffuseurs et les producteurs indépendants fait partie de son mandat qui prévoit notamment la réglementation et la surveillance du système de radiodiffusion. Les producteurs indépendants sont assujettis à l'autorité du Conseil puisqu'ils font partie du système de radiodiffusion. Le financement de leurs émissions pour livraison au système canadien de radiodiffusion est intégré dans plusieurs cadres, y compris les crédits d'impôt fédéraux et le FMC. Le rôle des producteurs indépendants consiste à créer un grand nombre des émissions diffusées par les entreprises de radiodiffusion. À ce titre, ils font partie intégrante du système – un fait reconnu à l'article 3(1)i)v) de la Loi, qui stipule que le système de radiodiffusion devrait faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants. Par conséquent, le Conseil a imposé aux radiodiffuseurs de nombreuses conditions qui, par prolongement, ont une incidence directe sur la production indépendante. Le Conseil s'est aussi investi directement de différentes façons auprès des producteurs, par exemple par la certification des émissions canadiennes. Le Conseil estime que la conclusion d'ententes commerciales aidera la SRC à remplir ses conditions de licence à l'égard de la diffusion d'émissions canadiennes et des dépenses à ce titre.
326. En outre, l'article 5(1) de la Loi exige que « le Conseil réglemente et surveille tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique

canadienne de radiodiffusion » énoncée à l'article 3(1) et en ce qui a trait à la politique réglementaire énoncée au sous-alinéa 2).

327. En ce qui a trait à la SRC, l'article 3(1) prévoit ce qui suit :

l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des **services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation** qui renseigne, éclaire et divertit;

m) la programmation de la Société devrait à la fois :

i) être **principalement et typiquement canadienne**,

ii) **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**,

iii) **contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre**,

viii) **refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada**;

[caractères gras ajoutés]

328. L'article 5(2) contient l'alinéa suivant sur la fourniture d'émissions canadiennes aux Canadiens, selon lequel :

(2) La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois :

e) **favoriser la présentation d'émissions canadiennes aux Canadiens**.

[caractères gras ajoutés]

329. Selon le Conseil, ces dispositions énoncent clairement que le Conseil peut décider des conditions de licence qui devraient être imposées aux radiodiffuseurs en général, y compris la SRC. Ces dispositions tiennent compte de l'exigence de prévoir, voire d'imposer, les modalités qui obligeront les radiodiffuseurs à présenter les émissions des producteurs canadiens indépendants afin d'assurer leur participation au système et de faciliter la fourniture de ces émissions canadiennes au Canada.

330. Le Conseil peut également imposer les conditions de licence qu'il juge conformes aux objectifs voulant que la SRC diffuse une grande variété de programmation principalement et typiquement canadienne, qui reflète le Canada et ses régions, qui contribue activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes que celle-ci peut prendre, et qui exprime le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

331. Le Conseil reconnaît que la situation de la SRC est différente de celle des radiodiffuseurs privés, notamment ceux qui appartiennent à des entités verticalement intégrées, qui

exploitent dans les domaines de la radiodiffusion et de la distribution. Cette structure leur donne un pouvoir commercial considérablement plus important et, ainsi, un pouvoir de négociation bien plus fort que celui de la SRC. En outre, la SRC a consacré 191 millions de dollars à la production indépendante au cours de l'année de radiodiffusion 2011-2012, malgré l'absence de conditions de licence à l'égard de la diffusion ou des dépenses à ce titre. À cause de ses exigences élevées relatives au contenu canadien, la SRC dépend plus que tout autre radiodiffuseur canadien sur la créativité des producteurs indépendants canadiens. Pour la prochaine période de licence, la SRC a proposé des conditions de licence à l'égard de la production indépendante relativement aux ÉIN, aux émissions pour enfants et à la programmation régionale et des CLOSM.

332. Le Conseil estime que le système canadien de radiodiffusion serait mieux servi par la signature d'ententes commerciales entre la SRC et les producteurs indépendants de langues française et anglaise. Le Conseil reconnaît que de telles ententes doivent refléter les circonstances uniques de la SRC en tant que radiodiffuseur public national du Canada. Étant donné son statut à titre de société de la Couronne financée par l'État, son nombre limité de plateformes de programmation et sa teneur élevée en programmation canadienne, la dépendance et la relation entre la SRC et les producteurs indépendants sont très différentes de celles des radiodiffuseurs privés.
333. En ce qui a trait à la poursuite des négociations entre la SRC et la CMPA, le Conseil note que le dossier public indique clairement que le principal obstacle à l'atteinte d'une entente satisfaisante entre les parties est la clause NPF contenue dans les modalités de l'entente commerciale entre les radiodiffuseurs privés et la CMPA. Cet obstacle a été signalé par les deux parties à différentes étapes du processus et par la SRC dans ses mises au point mensuelles sur ses négociations avec la CMPA.
334. Le Conseil note que la SRC n'a pas participé aux négociations qui ont abouti à l'entente commerciale entre les radiodiffuseurs privés et la CMPA. Le Conseil est préoccupé par l'incidence de la clause NPF sur les négociations en cours entre les parties car celle-ci ne semble pas tenir compte du caractère unique de la SRC comparativement aux radiodiffuseurs privés, tel que décrit précédemment.
335. Le Conseil impose une **condition de licence**, énoncée aux annexes 3, 5, 6, 7 et 8 de la présente décision, qui exige que la SRC conclue le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au plus tard un an suivant la date de la présente décision, une entente commerciale avec le CMA et l'APFTQ. Jusqu'à ce que des ententes commerciales soient en place, la SRC doit continuer de soumettre au Conseil des rapports mensuels détaillés sur le progrès des négociations. Le Conseil encourage les parties à solliciter de l'arbitrage, soit celui du Conseil ou d'une tierce partie.
336. Le Conseil rappelle aux parties concernées que le défaut de se conformer à cette condition de licence à la date butoir prévue pourrait provoquer la tenue d'une instance afin de permettre à la SRC de démontrer pourquoi une ordonnance ne devrait pas être émise ou la tenue d'une offre finale d'arbitrage. Dans l'éventualité où la SRC ne pourrait conclure une entente à cause d'une application induite de la clause NPF sans égard au caractère distinctif de la SRC, cette dernière pourrait demander une modification à cette condition de licence.

Ombudsmans

337. La SRC a deux ombudsmans, un pour ses services de langue anglaise et un pour ses services de langue française. Tous deux répondent aux plaintes du public à l'égard du contenu des nouvelles, des actualités et des affaires publiques diffusés à la radio, à la télévision et sur les médias numériques et qui relèvent des *Normes et pratiques journalistiques*.
338. À l'audience, le Conseil a étudié avec la SRC la possibilité de codifier l'existence, les fonctions et les procédures de nomination des ombudsmans sous forme de conditions de licence afin de refléter l'importance de la fonction d'ombudsman et d'assurer à la fois transparence et certitude.
339. La SRC se montre généralement favorable à une condition de licence relative aux ombudsmans et garantit leur indépendance, même si ceux-ci relèvent directement de son président et, par l'entremise de ce dernier, de son conseil d'administration. La SRC confirme également que les rapports annuels des ombudsmans sont accessibles au public.

Positions des intervenants

340. Certains intervenants, comme le CPSC/SCFP, approuvent généralement l'existence des ombudsmans et la codification de leurs fonctions et procédures de nomination. Bon nombre d'intervenants soulignent le fait que les ombudsmans doivent être indépendants pour être efficaces. Monsieur Gilles Néron préfère que la révision des plaintes journalistiques soit assurée par le Conseil lui-même, mais il croit que la codification serait une amélioration par rapport à la situation actuelle.
341. Monsieur Jeff Dvorkin, un ancien ombudsman de la National Public Radio aux États-Unis, fait valoir que le travail d'un ombudsman devrait toujours se limiter aux bulletins de nouvelles, au journalisme et aux émissions d'affaires publiques. Se fiant à son expérience, il estime que les ombudsmans devraient toujours être embauchés par la haute direction, sur avis et avec l'accord du conseil d'administration. Il fait également valoir qu'un ombudsman doit conserver une certaine indépendance et que le fait d'exiger qu'il rende compte à un organisme de réglementation introduit une participation gouvernementale qui pourrait être intimidante. Par conséquent, M. Dvorkin estime qu'un ombudsman devrait pouvoir relever d'un organisme de réglementation, sans toutefois devoir lui rendre des comptes.

Réplique de la SRC

342. Dans sa réplique finale, la SRC propose des conditions de licence relativement aux ombudsmans.

Analyse et décisions du Conseil

343. Le Conseil estime que les conditions de licence proposées par la SRC sont généralement acceptables, mais est d'avis que certaines modifications sont appropriées.

344. Pour débiter, le Conseil estime que les responsabilités de rapport des ombudsmans devant le conseil d'administration doivent être clarifiées. Plus précisément, le Conseil estime approprié que l'ombudsman fasse rapport, deux fois par an, à la fois au président et au conseil d'administration, et que le conseil d'administration réponde, publiquement, en temps opportun, aux recommandations de chacun des ombudsmans contenues dans leurs rapports annuels.
345. En deuxième lieu, le Conseil estime que la proposition de la SRC à l'égard des critères de nomination des membres du public siégeant aux comités de nomination devrait être clarifiée. Selon le Conseil, les personnes qui sont actuellement à l'emploi de la SRC ou l'ont été au cours des trois dernières années ne devraient pas être admissibles à une nomination en tant que membres du public.
346. Enfin, le Conseil estime que la proposition relative aux motifs justifiant la résiliation des contrats des ombudsmans doit être clarifiée. Plus précisément, le Conseil estime que la proposition de la SRC doit être modifiée afin de préciser que les contrats des ombudsmans ne peuvent être résiliés sauf pour des motifs d'inconduite grave ou dans les cas où les actions de l'ombudsman sont jugées aller à l'encontre de la politique 2.2.21 du Code de conduite de la Société.
347. Le Conseil est également d'avis qu'il est approprié d'exiger de la SRC qu'elle remette au Conseil, au plus tard le 30 novembre de chaque année, un exemplaire des rapports publics annuels les plus récents que les ombudsmans auront remis au conseil d'administration.
348. Les **conditions de licence** relatives à l'ombudsman, qui comprennent les modifications susmentionnées, sont énoncées à l'annexe 2. Les conditions de licence s'appliquent à tous les services de la SRC, à l'exception de Documentary et d'ARTV (ces deux services ne diffusant pas d'émissions de nouvelles et d'information).
349. Quiconque est insatisfait de la décision d'un ombudsman de la SRC en réponse à sa plainte sur des nouvelles ou de la réplique de la SRC pour d'autres types de plaintes peut s'adresser directement au Conseil, comme c'est déjà le cas pour n'importe quel autre radiodiffuseur canadien. Le Conseil rappelle à la SRC que ses ombudsmans doivent répondre aux plaintes en temps opportun et conformément aux lignes directrices qu'elle a mises en place.

EXIGENCES DE CONSULTATION ET DE RAPPORTS

Consultation avec les CLOSM

350. Afin de s'assurer que la programmation de la télévision de langue française de la SRC tienne compte des besoins des CLOSM, la SRC consulte actuellement les membres des CLOSM de différentes façons. Celles-ci comprennent le Panel des régions de la SRC, un comité de citoyens mis en place par la SRC. Ce panel comprend des particuliers provenant de toutes les régions du Canada avec qui la SRC discute du reflet des régions et des CLOSM. Également, la SRC communique régulièrement avec les associations représentant les CLOSM et organise des rencontres où les directeurs de la SRC se

déplacent pour rencontrer les citoyens des CLOSM. Elle s'engage également à tenir des consultations spéciales lorsque des changements importants sont prévus à l'égard du niveau de service offert dans certaines CLOSM.

351. En plus de ses méthodes actuelles de consultation, la SRC s'est engagée à tenir tous les deux ans des consultations avec les CLOSM dans le Canada atlantique, en Ontario et dans l'Ouest canadien afin de s'assurer que la programmation de la télévision de langue française de la SRC tienne compte de leurs besoins. Les consultations auraient lieu sous forme de rencontres publiques où l'équipe de gestion régionale et du réseau de la SRC, ainsi que le vice-président principal des services de langue française, présenteraient au public les réalisations de la SRC et recueilleraient des informations utiles pour la planification. La SRC rejette l'idée voulant que les décisions de programmation doivent être préalablement approuvées par les CLOSM.
352. La SRC n'a pris aucun engagement de consultation avec les CLOSM de langue anglaise.

Positions des intervenants

353. Les intervenants soulignent que le processus décisionnel de la SRC doit tenir compte des consultations. Des parties, dont le CLO, SOS CBEF et les organismes de représentation des CLOSM, pensent que la SRC devrait consulter avant de décider, et non après. Ces intervenants estiment que ces consultations ne devraient pas se limiter à de simples échanges d'informations, mais plutôt comprendre plusieurs rencontres structurées dans chaque région, en fonction des priorités des CLOSM.

Analyse et décisions du Conseil

354. Le Conseil estime essentiel que la SRC consulte les porte-paroles des CLOSM pour que la programmation de tous ses services réponde aux circonstances et besoins particuliers de ces CLOSM, tel qu'énoncé à l'article 3(1)m)iv) de la Loi. Bien que la SRC ait pris des engagements à cet égard pour sa télévision de langue française, le Conseil est d'avis que des consultations devraient être exigées par condition de licence pour tous les services de la SRC. Par conséquent, le Conseil a énoncé des **conditions de licence** à l'annexe 1, selon lesquelles les services de langues anglaise et française de la SRC doivent :

- organiser au moins tous les deux ans des consultations officielles avec les CLOSM de chacune des régions du Canada atlantique, de l'Ontario et de l'Ouest canadien, du Nord et du Québec, afin de discuter des enjeux qui influencent leur essor et leur vitalité. Pour les services de langue française, les régions pertinentes sont le Canada atlantique, l'Ontario, l'Ouest canadien et le Nord. Pour les services de langue anglaise, la région pertinente est le Québec. Les consultations doivent comprendre des producteurs indépendants des CLOSM;
- faire rapport annuellement sur les consultations tenues au cours de cette année et démontrer comment le processus décisionnel de la SRC a tenu compte de la rétroaction associée à ces consultations.

355. Le Conseil rappelle à la SRC que les CLOSM sont réparties sur l'ensemble du pays et qu'il s'attend à ce que les communautés du Nord fassent partie des consultations organisées par la SRC dans chacune de ces régions. Un exemple des enjeux dont le Conseil s'attend à ce que la SRC discute, voire qu'elle le résolve, par ce processus de consultation avec les CLOSM est la question de l'ACFA sur le fait que les visiteurs du parc national Jasper (Alberta) ne peuvent pas recevoir le signal de Première Chaîne en direct. En outre, le Conseil encourage la SRC à consulter les CLOSM avant de prendre des décisions sur des enjeux importants qui risquent d'influencer leur essor et leur vitalité.

Exigences de rapports

356. Le Conseil exige actuellement que la SRC lui soumette un rapport annuel détaillé. La SRC fait valoir qu'une grande partie des renseignements qu'elle dépose auprès du Conseil est redondante car elle est contenue dans les rapports qu'elle doit déjà préparer pour d'autres organismes gouvernementaux et dans les registres d'émissions. La préparation du rapport annuel détaillé signifie donc des efforts en double et un fardeau administratif inutile.
357. Pour la nouvelle période de licence, la SRC propose de déposer des rapports sur les ÉIN et les CLOSM et de remettre au Conseil tous les autres rapports qu'elle doit déposer à d'autres organismes publics auxquels elle est tenue de rendre compte.
358. La plupart des parties se réjouissent de la décision de la SRC de remettre des rapports sur les ÉIN et sur les CLOSM, à condition que ces rapports soient suffisamment détaillés.
359. Tel que noté dans la présente décision, le Conseil a imposé à la télévision de langue française de la SRC une condition de licence exigeant que celle-ci consacre au moins cinq heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, à de la programmation canadienne produite au Canada atlantique, en Ontario, dans l'Ouest canadien, dans le Nord et au Québec (à l'exception de Montréal). Par conséquent, le Conseil estime également approprié d'exiger par condition de licence que la SRC lui remette des rapports sur les productions régionales diffusées pendant ces cinq heures, ainsi que sur les émissions (autres que des ÉIN) diffusées aux heures de grande écoute qui reflètent la réalité des CLOSM.
360. Le Conseil estime que les renseignements que la SRC propose de fournir sur les CLOSM et les ÉIN sont suffisants et note que les données relatives aux ÉIN seront plus détaillées que celles qui sont exigées des radiodiffuseurs privés.
361. Le Conseil estime également qu'il est inutile que la SRC lui remette les mêmes rapports que ceux qu'elle prépare pour d'autres organismes gouvernementaux puisque ceux-ci sont déjà disponibles au public en ligne. Le Conseil estime que cette approche reflète les dispositions de l'article 5(2)g) de la Loi qui stipule que la réglementation et la surveillance du système canadien de radiodiffusion devraient être souples et à la fois tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion.

362. Conformément aux engagements de la SRC pris à l’audience publique, le Conseil impose des **conditions de licence** exigeant que la SRC dépose, dans un format acceptable pour le Conseil, des rapports annuels sur :

- les ÉIN diffusées aux heures de grande écoute; ceux-ci doivent préciser la catégorie d’émissions, la langue, la provenance, la région et s’il s’agit d’une production d’une CLOSM;
- les émissions autres que les ÉIN diffusées sur le réseau, produites dans des CLOSM et/ou dont le contenu reflète ces communautés;
- des informations sur la programmation locale reflétant les CLOSM;
- le résultat de sondages sur la façon dont les CLOSM perçoivent la manière qu’elles sont reflétées sur les services de télévision et de radio de la SRC.

363. Les **conditions de licence** susmentionnées sont énoncées aux annexes 3 et 4 de la présente décision. Le Conseil exige de plus que la SRC fournisse un hyperlien à ajouter au site web du Conseil qui renverra à la partie du site web de la SRC où sont regroupés tous ses rapports destinés aux organismes publics auxquels elle doit rendre compte. Le Conseil rappelle aussi à la SRC qu’il a exigé, plus tôt dans la présente décision, des rapports à l’égard de :

- ses ombudsmans;
- ses consultations avec les CLOSM;
- la programmation qui reflète les régions, y compris les CLOSM, sur les ondes de RDI.

364. Le Conseil note en outre que la SRC dépose auprès du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles des rapports dont des sections traitent en partie des CLOSM, à savoir :

- le Sommaire du Plan d’entreprise et le Rapport annuel;
- le Rapport sur les langues officielles et le Plan d’action sur la mise en œuvre des responsabilités de la SRC en vertu de la *Loi sur les langues officielles*.

Rapports annuels – Radio de langue française

365. Conformément à la décision 2000-2, la SRC doit remettre au Conseil, le 30 novembre de chaque année, un rapport annuel de conformité à ses engagements et conditions de licence pour la radio de langue française relativement aux niveaux de MVF, à la diffusion de contenu canadien, à l’augmentation de la zone de rayonnement de ses réseaux de langue française, au remplacement des stations affiliées et à l’interdiction de diffusion de publicité commerciale.

366. Le Conseil note que certaines autoévaluations sont devenues inutiles soit parce que des attentes ou conditions de licence ont été satisfaites (p. ex. : remplacement des stations

affiliées), soit parce que la SRC propose de les modifier. En outre, l'analyse du rendement des services de radio de la SRC ne soulève aucun problème de conformité.

367. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil supprime l'exigence faite à la SRC de déposer des rapports annuels de conformité aux engagements et conditions de licence concernant ses services de radio de langues anglaise et française.

DURÉE DE LA PÉRIODE DE LICENCE

368. En vertu de la Loi, les licences de radiodiffusion peuvent être renouvelées pour une durée maximale de sept ans. La SRC sollicite un renouvellement d'une durée de cinq ans pour ses services étant donné que le rythme des changements de l'industrie de la radiodiffusion justifie une période de cinq ans. Le Conseil convient qu'une période de cinq ans est appropriée.
369. Par conséquent, le Conseil **renouvelle** les licences de radiodiffusion des services de programmation de la SRC énoncés plus haut du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2018. Les licences sont assujetties aux modalités et **conditions** énoncées dans les annexes pertinentes de la présente décision.
370. Tel que noté plus haut, le Conseil a approuvé la diffusion de publicité sur Espace Musique et Radio 2 pour une période d'essai de trois ans du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2016.

Registres d'émissions

371. Les articles 10(3) du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, 7(2) du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* et 4(2) du *Règlement de 1990 sur la télévision payante* stipulent que, sauf disposition contraire des conditions de sa licence, le titulaire doit fournir au Conseil, dans les trente jours suivant la fin de chaque mois, son registre ou son enregistrement informatisé pour ce mois.
372. Le Conseil rappelle à la SRC qu'en vertu de ces règlements, les registres doivent, en tout temps, être tenus sous une forme acceptable, ce qui veut dire qu'ils doivent être exacts, justes et précis.
373. Le Conseil préparera une évaluation annuelle de la conformité de la titulaire à l'égard de ses exigences réglementaires. Cette évaluation sera envoyée à la titulaire avant la fin de l'année de radiodiffusion suivant l'année évaluée. Cela permettra à la titulaire de vérifier sa conformité à ses exigences au cours de l'année vérifiée.
374. Le Conseil n'acceptera pas de révision des registres d'émissions déposés à la suite de la réception du rapport d'évaluation par la titulaire. Il est donc primordial que la SRC s'assure de tenir des registres conformes tout au long de l'année.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-90, 22 février 2013
- *bold – Acquisition d’actif*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-630, 16 novembre 2012
- *Divers services de télévision – renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-439, 9 août 2012
- *Modifications à l’Ordonnance d’exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d’exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques)*, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, 26 juillet 2012
- *Examen du Fonds pour l’amélioration de la programmation locale*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-385, 18 juillet 2012
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-341, 22 juin 2012
- *Groupe TVA inc. – renouvellements de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-242, 26 avril 2012
- *Conditions de licence, attentes et encouragements normalisés pour les stations de télévision traditionnelle*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-442, 27 juillet 2011
- *MétéoMédia /The Weather Network – Renouvellement de licence et prolongation de la distribution obligatoire du service*, décision de radiodiffusion CRTC 2011-438, 22 juillet 2011
- *Avis d’audience*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-379, 17 juin 2011, tel que modifié par avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-379-1, 11 juillet 2011, 2011-379-2, 1^{er} février 2012, 2011-379-3, 5 septembre 2012, 2011-379-4, 28 septembre 2012, 2011-379-5, 17 octobre 2012 et 2011-379-6, 30 novembre 2012
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2011-215, 29 mars 2011
- *Définitions de catégories d’émissions de télévision*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-808, 1^{er} novembre 2010
- *Critères d’évaluation des demandes de distribution obligatoire au service numérique de base*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-629, 27 août 2012
- *Exigences de rapport visant les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-582, 13 août 2010
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2010-561, 9 août 2010

- *Approche par groupe à l'attribution de licences aux services de télévision privée*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, 22 mars 2010
- *Conditions de licence pour les services spécialisés canadiens concurrents consacrés aux genres d'intérêt général des sports et des nouvelles nationales – Définition de « journée de radiodiffusion » pour les services consacrés au genre d'intérêt général des sports*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-562-2, 25 mai 2012
- *Accessibilité des services de télécommunication et de radiodiffusion*, politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom CRTC 2009-430, 21 juillet 2009, tel que modifié par politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom CRTC 2009-430-1, 17 décembre 2009
- *Décisions de politique découlant de l'audience publique du 27 avril 2009*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-406, 6 juillet 2009
- *Ordonnance de distribution obligatoire de MétéoMédia et The Weather Network*, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2009-340, 11 juin 2009
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2009-264, 12 mai 2009
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2008-59, 5 mars 2008
- *Nouvelle entreprise numérique de programmation d'émissions spécialisées avec vidéodescription; modifications de licence; publication de diverses ordonnances de distribution obligatoire*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-246, 24 juillet 2007
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-228, 11 juillet 2007
- *Changement de contrôle effectif de The Canadian Documentary Channel (Actif)*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-201, 22 juin 2007
- *Décisions portant sur certains aspects du cadre de réglementation de la télévision en direct*, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-53, 17 mai 2007
- *Services d'alerte en cas d'urgence*, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-20, 28 février 2007
- *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-308, 21 juillet 2006
- *Appel de demandes visant la fourniture d'un service d'alerte tous canaux (ACA)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-38, 22 avril 2005
- *Refus de la proposition relative à un « Système d'alerte tous canaux »*, décision CRTC 2001-123, 23 février 2001
- *Les licences de Newsworld et de RDI sont renouvelées pour une période de sept ans*, décision 2000-3, 6 janvier 2000
- *Les licences des services de télévision et de radio de langue française de la SRC sont renouvelées pour une période de sept ans*, décision CRTC 2000-2, 6 janvier 2000

- *Les licences des services de radio et de télévision de langue anglaise de la SRC sont renouvelées pour une période de sept ans, décision CRTC 2000-1, 6 janvier 2000*
- *Une voix pour tous les Canadiens : Renouvellement des licences de la Société Radio-Canada, avis public CRTC 2000-1, 6 janvier 2000*

**La présente décision doit être annexée à chaque licence.*

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Liste des entreprises de programmation

Stations de télévision traditionnelle de la Société Radio-Canada

Télévision traditionnelle de langue française

Province	Indicatif d'appel / Localité
Colombie-Britannique	CBUFT-DT Vancouver
Alberta	CBXFT-DT Edmonton
Saskatchewan	CBKFT-DT Regina
Manitoba	CBWFT-DT Winnipeg
Ontario	CBLFT-DT Toronto CBOFT-DT Ottawa
Québec	CBFT-DT Montréal CKTM-DT Trois-Rivières CKSH-DT Sherbrooke CBVT-DT Québec CKTV-DT Saguenay CJBR-DT Rimouski
Nouveau-Brunswick	CBAFT-DT Moncton

Télévision traditionnelle de langue anglaise

Province	Indicatif d'appel / Localité
Colombie-Britannique	CBUT-DT Vancouver
Alberta	CBRT-DT Calgary CBXT-DT Edmonton
Saskatchewan	CBKT-DT Regina
Manitoba	CBWT-DT Winnipeg
Ontario	CBET-DT Windsor CBLT-DT Toronto CBOT-DT Ottawa
Québec	CBMT-DT Montréal
Nouveau-Brunswick	CBAT-DT Fredericton
Nouvelle-Écosse	CBHT-DT Halifax
Île-du-Prince-Édouard	CBCT-DT Charlottetown

Terre-Neuve-et-Labrador	CBNT-DT St. John's
Territoires du Nord-Ouest	CFYK-DT Yellowknife

Service de télévision spécialisée

Catégorie	Nom du service	Titulaire
A	ARTV	ARTV inc.
A	Documentary	The Canadian Documentary Channel Limited Partnership
C	RDI	Société Radio-Canada inc.
C	CBC News Network	Société Radio-Canada inc.

Services radiophoniques de la Société Radio-Canada

La Première Chaîne

Province	Indicatif d'appel / Localité
Colombie-Britannique	CBUF-FM Vancouver et ses émetteurs CBUF-FM-1 Chilliwack CBUF-FM-2 Kelowna CBUF-FM-3 Terrace CBUF-FM-4 Prince George CBUF-FM-5 Kitimat CBUF-FM-6 Kamloops CBUF-FM-7 Dawson Creek CBUF-FM-8 Port Alberni CBUF-FM-9 Victoria CBUF-FM-10 Whistler
Alberta	CHFA Edmonton et ses émetteurs CBRF-FM Calgary CHFA-1-FM Lethbridge CHFA-2-FM Red Deer CHFA-3-FM Peace River CHFA-4-FM Hinton CHFA-5-FM Grande Prairie CHFA-6-FM Fort McMurray CHFA-7-FM Falher CHFA-8-FM Medicine Hat CHFA-10-FM Edmonton

Saskatchewan	CBKF-FM Regina et ses émetteurs CBKF-FM-3 Zenon Park CBKF-FM-4 Bellegarde CBKF-FM-5 North Battleford CBKF-1 Gravelbourg CBKF-2 Saskatoon
Manitoba	CKSB St-Boniface et ses émetteurs CKSB-1-FM Sainte Rose du Lac CKSB-FM-3 The Pas CKSB-FM-4 Flin Flon CKSB-FM-5 Thompson CKSB-FM-6 Dryden (Ontario) CKSB-FM-7 Kenora (Ontario) CKSB-FM-8 Brandon CKSB-FM-9 Fort Frances (Ontario) CKSB-10-FM Winnipeg CKSB-2 St. Lazare
Ontario	CBEF Windsor et ses émetteurs CBEF-1-FM Leamington CBEF-2-FM Windsor CBON-FM Sudbury et ses émetteurs CBON-FM-1 Kirkland Lake CBON-FM-2 Haileybury CBON-FM-5 Elliot Lake CBON-FM-7 Espanola CBON-FM-11 Dubreuilville CBON-FM-17 North Bay CBON-FM-18 Sault Ste. Marie CBON-FM-19 Nipigon CBON-FM-20 Thunder Bay CBON-FM-21 Gogama CBON-FM-22 Geraldton CBON-FM-23 Manitouwadge CBON-FM-24 Kapuskasing CBON-FM-25 Timmins CBON-FM-26 Hearst CBON-FM-27 Wawa CBON-FM-28 Chapleau CBON-FM-29 Marathon CBON-6 Blind River CBON-10 Matachewan CBON-12 Mattawa CJBC Toronto et ses émetteurs

	CJBC-1-FM Belleville CJBC-2-FM Kingston CJBC-3-FM Penetanguishene CJBC-4-FM London CJBC-5-FM Peterborough CBOF-FM Ottawa et ses émetteurs CBOF-FM-6 Cornwall CBOF-FM-7 Brockville CBOF-FM-9 Chapeau (Québec) CBOF-1 Maniwaki (Québec) CBOF-4 Rolphton
Québec	CHLM-FM Rouyn-Noranda et ses émetteurs CBFY-FM Ville-Marie CBFZ-FM Témiscaming CHLM-FM-1 Amos/Val-d'Or CHLM-FM-2 La Sarre CBF-1 Senneterre CBF-3 Lebel-sur-Quévillon CBF-4 Matagami CBF-FM Montréal et ses émetteurs CBF-FM-7 Radisson CBF-FM-9 Mont-Laurier CBF-FM-13 Saint-Michel-des-Saints CBF-FM-14 Saint-Jovite CBF-FM-15 L'Annonciation CBF-FM-20 Saint-Donat (Montcalm) CBF-FM-8 Trois-Rivières et ses émetteurs CBF-FM-19 La Tuque CBF-16 Clova CBF-17 Lac-Édouard CBF-18 Parent CBF-FM-10 Sherbrooke et ses émetteurs CBF-FM-2 Magog CBF-FM-6 Lac-Mégantic CBF-FM-11 Asbestos/Danville CBF-FM-12 Victoriaville CBV-FM Québec et ses émetteurs CBV-FM-1 Sainte-Anne-de-Beaupré CBV-FM-4 Saint-Pamphile CBV-FM-5 Saint-Fabien-de-Panet CBV-FM-6 La Malbaie CBV-FM-7 Saint-Georges-de-Beauce CBV-FM-8 Thetford Mines

	CBJ-FM Saguenay et ses émetteurs CBJ-FM-1 Chibougamau CBJ-FM-3 Dolbeau CBJ-FM-4 L'Anse-St-Jean CBJ-FM-6 La Baie CBJ-2 Chapais CJBR-FM Rimouski et son émetteur CJBR-FM-1 Rivière-du-Loup CBGA-FM Matane et ses émetteurs CBGA-FM-1 New Carlisle CBGA-3-FM Rivière-au-Renard CBGA-4-FM Lac-au-Saumon CBGA-FM-7 Sainte-Anne-des-Monts CBGA-8-FM Iles-de-la-Madeleine CBGA-9-FM Cloridorme CBGA-10-FM Gaspé CBGA-11-FM Mont-Louis-en-Haut CBGA-12-FM Marsoui CBGA-13-FM Gros-Morne CBGA-14-FM Grande-Vallée CBGA-15-FM L'Anse-à-Valleau CBGA-16-FM Chandler CBGA-17-FM New Richmond CBGA-18-FM Percé CBGA-19-FM Port-Daniel CBGA-1 New Carlisle CBGA-6 Murdochville CBSI-FM Sept-Îles et ses émetteurs CBSI-FM-2 Schefferville CBSI-FM-3 Churchill Falls CBSI-FM-4 Labrador City/Wabush CBSI-FM-6 Fermont CBSI-FM-7 Havre-St-Pierre CBSI-FM-15 Harrington Harbour CBSI-FM-16 Tête-à-la-Baleine CBSI-FM-17 La Tabatière CBSI-FM-18 Saint-Augustin (Saguenay) CBSI-FM-19 Old Fort Bay CBSI-FM-20 Rivière-Saint-Paul CBSI-FM-21 Blanc Sablon CBSI-FM-24 Baie-Comeau CBSI-5 Natashquan CBSI-6 Fermont CBSI-8 La Romaine CBSI-14 Aguanish
--	--

	CBSI-23 Port-Menier
Nouveau-Brunswick	CBAF-FM Moncton et ses émetteurs CBAF-FM-1 Fredericton/Saint John CBAF-FM-2 Allardville CBAF-FM-3 Campbellton CBAF-FM-4 Edmundston CBAF-FM-18 Lameque CBAF-FM-21 Bon Accord CBAF-20 Kedgwick CBAF-21 Saint-Quentin
Nouvelle-Écosse	CBAF-FM-5 Halifax et ses émetteurs CBAF-FM-6 Middleton CBAF-FM-7 Digby CBAF-FM-8 Weymouth CBAF-FM-9 Yarmouth CBAF-FM-10 New Glasgow CBAF-FM-11 Mulgrave CBAF-FM-12 Margaree CBAF-FM-13 Cheticamp CBAF-FM-14 Sydney CBAF-FM-16 Port au Port (Terre-Neuve-et-Labrador) CBAF-FM-17 St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)
Île-du-Prince-Édouard	CBAF-FM-15 Charlottetown et ses émetteurs CBAF-FM-19 Urbainville CBAF-FM-20 St. Edward/St. Louis

Espace Musique

Province	Indicatif d'appel / Localité
Colombie-Britannique	CBUX-FM Vancouver et son émetteur CBUX-FM-1 Victoria
Alberta	CBCX-FM Calgary et son émetteur CBCX-FM-1 Edmonton
Manitoba	CKSB-FM Winnipeg et ses émetteurs CKSB-FM-1 Regina (Saskatchewan) CKSB-FM-2 Saskatoon (Saskatchewan)

Ontario	CBBX-FM Sudbury CJBC-FM Toronto et ses émetteurs CJBC-FM-1 Windsor CJBC-FM-2 Paris CBOX-FM Ottawa
Québec	CBFX-FM Montréal et ses émetteurs CBFX-FM-3 Amos CBFX-FM-4 Rouyn CBFX-FM-5 Gaspé CBFX-FM-6 Mont-Laurier CBVX-FM Québec et ses émetteurs CBVX-FM-1 Sainte-Anne-de-Beaupré CBVX-FM-2 La Malbaie CBVX-FM-3 Baie-Saint-Paul CBRX-FM Rimouski et ses émetteurs CBRX-FM-1 Matane CBRX-FM-2 Sept-Îles CBRX-FM-3 Rivière-du-Loup CBJX-FM Saguenay et son émetteur CBJX-FM-1 Dolbeau
Nouveau-Brunswick	CBAL-FM Moncton et ses émetteurs CBAL-FM-1 Allardville CBAL-FM-2 Lamèque CBAL-FM-3 Campbellton CBAL-FM-4 Fredericton CBAL-FM-5 Edmundston
Nouvelle-Écosse	CBAX-FM Halifax et ses émetteurs CBAX-FM-1 Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard) CBAX-FM-2 St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador) CBAX-FM-3 Yarmouth

Radio One

Province	Indicatif d'appel / Localité
Colombie-Britannique	CFPR Prince Rupert et ses émetteurs CBTD-FM Kispiox CBTH-FM Terrace CBTM-FM Masset CBTZ-FM Kitwanga CBUG-FM Kitimat

	CBYA-FM Aiyansh CBYB-FM Port Clements CBYQ-FM Queen Charlotte CBKA Stewart CBKL Alice Arm CBRH New Hazelton CBTD Kispiox CBCV-FM Victoria et ses émetteurs CBCV-FM-1 Metchosin/Sooke CBRV-FM Alert Bay CBTQ-FM Port Alberni CBTT-FM Tahsis CBTW-FM Woss Camp CBUW-FM Powell River CBUY-FM Port Hardy CBXZ-FM Tofino CBYT-FM Campbell River CBKJ Gold River CBKO Coal Harbour CBKU Sayward CBUX Port Alice CBXQ Ucluelet CBU Vancouver et ses émetteurs CBRU-FM Squamish CBU-1-FM Abbotsford CBU-2-FM Vancouver CBU-3-FM Pemberton CBUE-FM Hope CBYF-FM Chilliwack CBYH-FM Harrison Hot Springs CBYW-FM Whistler CBXK Pemberton CKZU Vancouver CBYG-FM Prince George et ses émetteurs CBKQ-FM Dawson Creek CBRF-FM Smithers CBRV-FM Vanderhoof CBTC-FM McBride CBTI-FM Moricetown CBTU-FM Tumbler Ridge CBTV-FM Valemount CBTX-FM Bella Bella CBUO-FM Fort Nelson CBUR-FM Houston CBUV-FM Fort St. James
--	--

	CBUZ-FM Chetwynd CBXB-FM Burns Lake CBXO-FM Ocean Falls CBXR-FM Fort Fraser CBYD-FM Bella Coola CBYI-FM Hagensborg CBYJ-FM Fort St. John CBY Y-FM Kersley CBKG Granisle CBWF Mackenzie CBXU Hudson Hope CBYW Wells CBYK-FM Kamloops et ses émetteurs CBRN-FM North Bend CBTF-FM Falkland CBTO-FM Revelstoke CBTY-FM Lytton CBUH-FM Chase CBUL-FM Lillooet CBUS-FM Prespatou CBYE-FM Logan Lake CBYO-FM Barriere CBYU-FM Alexis Creek CBYZ-FM Vavenby CBKM Blue River CBKN Shalalth CBKS Cache Creek CBKZ Clearwater CBRL Williams Lake CBRZ Bralorne CBTG Gold Bridge CBUL Lillooet CBUP Merritt CBUU Clinton CBWA Ashcroft CBXA Mica Dam CBTk-FM Kelowna et ses émetteurs CBRG-FM Princeton CBRJ-FM Phoenix (Greenwood) CBRO-FM Christina Lake CBRR-FM Cranbrook CBTA-FM Trail CBTE-FM Crawford Bay CBTk-FM-1 Field CBTN-FM Fernie
--	--

	CBTP-FM Penticton CBTS-FM Creston CBUB-FM Osoyoos CBUC-FM Salmon Arm CBUD-FM Bonnington Falls CBUJ-FM Winlaw CBUQ-FM Radium Hot Springs CBXE-FM Golden CBYC-FM Canal Flats CBYL-FM Lumby CBYN-FM Nelson CBYR-FM Rock Creek CBYS-FM Sparwood CBYV-FM Vernon CBYX-FM Enderby CBKR Parson CBKY Keremeos CBRD Field CBRJ Grand Forks CBRK Kimberley CBUG Kaslo CBUH Chase CBUI New Denver CBUM Nakusp CBUN Salmo CBWD Donald CBXH Cooper Creek CBXW Edgewood
Alberta	CBR Calgary et ses émetteurs CBR-1-FM Calgary CBRA-FM Coutts/Milk River CBRB-FM Banff CBRC-FM Harvie Heights CBRD-FM Red Deer CBRE-FM Exshaw CBRI-FM Etzikom CBRL-FM Lethbridge CBRM-FM Medicine Hat CBRP-FM Pincher Creek CBXC Coleman CBXL Blairmore CBX Edmonton et ses émetteurs CBX-1-FM Bonnyville CBX-2-FM Edmonton CBXA-FM Chateh

	CBXG-FM Peace River CBXH-FM Jean d'Or CBXI-FM Hinton CBXJ-FM Jasper CBXK-FM Fox Lake CBXM-FM Manning CBXN-FM Fort McMurray CBXP-FM Grande Prairie CBXS-FM Swan Hills CBXV-FM Fox Creek CBKC Fort Vermilion CBKD High Level CBWI Grande Cache CBXD Edson CBXX Rainbow Lake
Saskatchewan	CBKA-FM Laronge et ses émetteurs CBDH-FM Uranium City CBKA-FM-1 Creighton CBKB-FM Beauval CBKC-FM Île-à-la-Crosse CBKD-FM Buffalo Narrows CBKE-FM La Loche CBKG-FM Fond du Lac CBKH-FM Stony Rapids/Black Lake CBKI-FM Stanley Mission CBKJ-FM Pinehouse Lake CBKK-FM Patuanak CBKL-FM Montreal Lake CBKN-FM Island Falls CBKO-FM Denare Beach CBKP-FM Southend CBKV-FM Cumberland House CBKW-FM Pelican Narrows CBK Regina et ses émetteurs CBK-1-FM Saskatoon CBKM-FM Meadow Lake CBKR-FM Regina
Manitoba	CBWK-FM Thompson et ses émetteurs CBDE-FM Brochet CBDG-FM Shamattawa CBDI-FM Poplar River CBDS-FM Pukatawagan CBDU-FM Lynn Lake CBWB-FM Wabowden

	CBWC-FM Moose Lake CBWD-FM Waasagomach CBWE-FM Easterville CBWF-FM Flin Flon CBWG-FM Gillam CBWH-FM Grand Rapids CBWI-FM Ilford CBWJ-FM The Pas CBWL-FM Snow Lake CBWM-FM Oxford House CBWN-FM Gods Lake Narrows CBWO-FM Nelson House CBWP-FM Leaf Rapids CBWQ-FM South Indian Lake CBWR-FM Little Grand Rapids CBWU-FM Cranberry Portage CHFC Churchill CBW Winnipeg et ses émetteurs CBW-1-FM Winnipeg CBWA-FM Manigotagan CBWV-FM Brandon CBWW-FM Dauphin CBWX-FM Fisher Branch CBWY-FM Jackhead CBWZ-FM Fairford
Ontario	CBQT-FM Thunder Bay et ses émetteurs CBCF-FM Fort Hope CBEA-FM Red Lake CBEB-FM Manitouwadge CBLG-FM Geraldton CBQH-FM Dryden CBQI-FM Atikokan CBQL-FM Savant Lake CBQN-FM Osnaburgh CBQP-FM Pickle Lake CBQQ-FM Fort Frances CBQS-FM Sioux Narrows CBQU-FM Pikangikum CBQV-FM Sandy Lake CBQX-FM Kenora CBQY-FM Nipigon CBEH Terrace Bay CBES Ignace CBLB Schreiber CBLE Beardmore

	CBLH Hornepayne CBLM Marathon CBLN Nakina CBLS Sioux Lookout CBLW White River CBOI Ear Falls CBOL Armstrong CBQW Hudson CBCS-FM Sudbury et ses émetteurs CBCA-FM Attawapiskat CBCC-FM Hearst CBCE-FM Little Current CBCG-FM Elk Lake CBCI-FM Fort Albany CBCJ-FM Timmins CBCN-FM North Bay CBCR-FM Kirkland Lake CBCU-FM Chapleau CBCY-FM Haileybury CBEC-FM Elliot Lake CBEZ-FM Britt CBLJ-FM Wawa CBOK-FM Kapuskasing CBSM-FM Sault Ste. Marie CBEU Temagami CBEY Moosonee CBLF Foleyet CBLO Mattawa CBLQ Latchford CBCL-FM London CBLA-FM Toronto et ses émetteurs CBCB-FM Owen Sound CBCM-FM Penetanguishene CBCO-FM Orillia CBCP-FM Peterborough CBLA-FM-1 Crystal Beach CBLA-FM-2 Paris/Kitchener CBLA-FM-3 Wingham CBLA-FM-4 Shelburne CBLR-FM Parry Sound CBLU-FM Huntsville CBLY-FM Haliburton CBOD-FM Maynooth CBLV Bancroft
--	--

	CBO-FM Ottawa et ses émetteurs CBCD-FM Pembroke CBCK-FM Kingston CBCW-FM Whitney CBLI Deep River CBOB-FM Brockville CBOC-FM Cornwall CBOM Maniwaki
Québec	CBME-FM Montréal et ses émetteurs CBME-FM-1 Montréal CBMG-FM Cowansville CBVE-FM Québec et ses émetteurs CBJE-FM Chicoutimi CBMA-FM Rouyn CBMB-FM Sherbrooke CBMC-FM Thetford Mines CBMF-FM Saint-Jovite CBMH-FM Schefferville CBMI-FM Baie-Comeau CBMP-FM Chisasibi (Fort-George) CBMQ-FM Waskaganish CBMR-FM Fermont CBMS-FM Blanc Sablon CBMT-FM La Tabatière CBMU-FM Harrington Harbour CBMV-FM Old Fort Bay CBMW-FM Wemindji CBMX-FM Saint-Augustin (Saguenay) CBMY-FM Rivière-Saint-Paul CBMZ-FM Trois-Rivières CBSE-FM Sept-Îles CBVA-FM Escuminac CBVB-FM Chandler CBVC-FM Chibougamau CBVF-FM Port-Daniel (Est) CBVG-FM Gaspé CBVM-FM Îles-de-la-Madeleine CBVN-FM New Carlisle CBVP-FM Percé CBVR-FM New Richmond CBVS-FM Mistissini (Baie-du-Poste) CBVW-FM Waswanipi CBMD Chapais CBMJ Murdochville CBMK Lebel-sur-Quévillon

	CBML Val d'Or CBMM Senneterre CBMN Malartic CBVE-1 La Tuque
Nouveau-Brunswick	CBZF-FM Fredericton et ses émetteurs CBAN-FM Edmundston CBZB-FM Boiestown CBZC-FM Bon Accord CBZD-FM Doaktown CBZW-FM Woodstock CBAX McAdam CBD-FM Saint John et ses émetteurs CBZA-FM Grand Manan CBAO St. Stephen CBAM-FM Moncton et ses émetteurs CBAA-FM Allardville CBAE-FM Campbellton CBAM-FM-1 Sackville
Nouvelle-Écosse	CBHA-FM Halifax et ses émetteurs CBAP-FM Shelburne CBAZ-FM Sheet Harbour CBHB-FM Mulgrave CBHC-FM Truro CBHL-FM Liverpool CBHM-FM Middleton CBHN-FM New Glasgow CBHY-FM Yarmouth CBI Sydney et ses émetteurs CBHF-FM Northeast Margaree CBHI-FM Inverness CBIB-FM Bay St. Lawrence CBIC-FM Cheticamp
Île-du-Prince-Édouard	CBCT-FM Charlottetown et ses émetteurs CBCT-FM-1 St. Edward CBCT-FM-2 Elmira
Terre-Neuve-et-Labrador	CBDQ-FM Labrador City CFGB-FM Goose Bay et ses émetteurs CBGF-FM Fox Harbour CBND-FM Postville CBNI-FM Makkovik CBNN-FM Hopedale CBNP-FM Port Hope Simpson

	CBQA-FM Churchill Falls CBNK Cartwright CBNZ Nain CKZN-SW St. John's CBY Corner Brook et ses émetteurs CBDT-FM Deer Lake CBNC-FM Stephenville CBNE-FM Port-aux-Basques CBNF-FM Bonne Bay CBNH-FM St. Andrew's CBNJ-FM Port Saunders CBYM-FM Mount St. Margaret CBYP-FM Portland Creek CBNA St. Anthony CBT Grand Falls et ses émetteurs CBTB-FM Baie Verte CBTJ-FM Hampden CBTL-FM Millertown CBTR-FM Roddickton CBG Gander et ses émetteurs CBGC-FM Carmanville CBNG-FM Glovertown CBGY Bonavista Bay CBN St. John's et ses émetteurs CBNL-FM Clarenville CBNM-FM Marystown CBNO-FM Swift Current CBNQ-FM Trepassey CBNR-FM Ramea CBNS-FM St. Alban's CBNU-FM Fermeuse CBNV-FM Placentia CBNX-FM St. Vincent's
Territoire du Yukon	CFWH Whitehorse et ses émetteurs CBDF-FM Haines Junction CBDL-FM Destruction Bay CBQK-FM Faro CBUA-FM Atlin (Colombie-Britannique) CBDB Watson Lake CBDC Mayo CBDD Elsa CBDK Teslin CBDM Beaver Creek CBDN Dawson City

	CBDX Swift River CBQF Carmacks CBQJ Ross River
Territoires du Nord-Ouest	CHAK Inuvik et ses émetteurs CBIN-FM Cambridge Bay (Nunavut) CBQE-FM Fort Good Hope CBIO-FM Kugluktuk (Coppermine) (Nunavut) CBAC Tuktoyaktuk CBAK Aklavik CBDW Norman Wells CBQI Tulita CBQM Fort McPherson CBQO Deline (Fort Franklin) CFYK Yellowknife et ses émetteurs CBDJ-FM Hay River CBQB-FM Rae-Edzo CBQD-FM Fort Resolution CBQO-FM Deline (Fort Franklin) CBDI Fort Smith CBDO Fort Simpson CBKE Fort Chipewyan (Alberta) CBQC Fort Providence CBQG Wrigley
Nunavut	CBQR-FM Rankin Inlet et ses émetteurs CBIG-FM Arviat (Eskimo Point) CBIQ-FM Taloyoak (Spence Bay) CBIA Gjoa Haven CFFB Iqaluit et ses émetteurs CBIH-FM Cape Dorset CBII-FM Igloolik CBIJ-FM Pangnirtung CBIK-FM Pond Inlet CBIL-FM Resolute Bay CFFB-1-FM Cambridge Bay CFFB-2-FM Kugluktuk (Coppermine) CFFB-3-FM Iqaluit CFFB-FM-4 Kuujjuarapik (Québec) CFFB-FM-5 Kuujjuaq (Fort Chimo) (Québec) CFFB-FM-6 Inukjuak (Québec) CFFB-FM-7 Salluit (Québec) CFFB-FM-8 Puvirnituk (Québec)

Radio 2

Province	Indicatif d'appel / Localité
Colombie-Britannique	CBU-FM Vancouver et ses émetteurs CBDN-FM Dawson City (Territoire du Yukon) CBU-FM-1 Victoria CBU-FM-2 Metchosin/Sooke CBU-FM-3 Kelowna CBU-FM-4 Kamloops CBU-FM-5 Prince George CBU-FM-6 Quesnel CBU-FM-7 Chilliwack CBU-FM-8 Whitehorse (Territoire du Yukon) CFYK-FM Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
Alberta	CBR-FM Calgary et ses émetteurs CBBC-FM Lethbridge CBR-FM-1 Red Deer CBX-FM Edmonton
Saskatchewan	CBK-FM Regina et ses émetteurs CBK-FM-1 Prince Albert CBK-FM-2 Warmley CBK-FM-3 Yorkton CBK-FM-4 Swift Current CBK-FM-5 North Battleford CBKS-FM Saskatoon
Manitoba	CBW-FM Winnipeg et son émetteur CBWS-FM Brandon
Ontario	CBQ-FM Thunder Bay CBE-FM Windsor CBBS-FM Sudbury CBL-FM Toronto et ses émetteurs CBBK-FM Kingston CBBL-FM London CBBP-FM Peterborough CBL-FM-1 Huntsville CBL-FM-2 Paris CBL-FM-3 Orillia CBL-FM-4 Owen Sound CBOQ-FM Ottawa

Québec	CBM-FM Montréal et ses émetteurs CBM-FM-1 Sherbrooke CBM-FM-2 Québec CBM-FM-3 Iqaluit (Nunavut)
Nouvelle-Écosse	CBH-FM Halifax et ses émetteurs CBA-FM Moncton (Nouveau-Brunswick) CBCH-FM Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard) CBH-FM-1 Middleton CBH-FM-2 Mulgrave CBZ-FM Fredericton (Nouveau-Brunswick) CBI-FM Sydney
Terre-Neuve-et-Labrador	CBN-FM St. John's et ses émetteurs CBN-FM-1 Grand Falls CBN-FM-2 Corner Brook CBN-FM-3 Deer Lake CBN-FM-4 Stephenville CBN-FM-5 Marystown CBN-FM-6 Baie Verte

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Modalités et condition de licence qui s'appliquent à toutes les entreprises énumérées à l'annexe 1

Modalité

Les licences expireront le 31 août 2018.

Condition de licence

1. La titulaire doit organiser au moins tous les deux ans des consultations officielles avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) de chacune des régions de l'Atlantique, de l'Ontario et de l'Ouest canadien, du Nord et du Québec afin de discuter des enjeux qui influencent leur essor et leur vitalité. Pour les services de langue française, les régions pertinentes sont l'Atlantique, l'Ontario, l'Ouest canadien et le Nord. Pour les services de langue anglaise, la région pertinente est le Québec. Les consultations doivent inclure les producteurs indépendants des CLOSM. La titulaire doit faire rapport annuellement sur les consultations tenues au cours de l'année et démontrer comment le processus décisionnel de la SRC a tenu compte de la rétroaction associée à ces consultations.

Attente

Le Conseil s'attend à ce que la Société dépasse les seuils minimums énoncés dans les conditions de licence, plus particulièrement lorsque ces seuils minimums sont en-deçà des seuils historiques de la Société à l'égard de la programmation et des dépenses.

Conditions de licence additionnelles qui s'appliquent à toutes les entreprises énumérées à l'annexe 1 à l'exception de ARTV et Documentary

2. La titulaire doit maintenir deux Bureaux de l'ombudsman, un pour tous les services de langue française et l'autre pour tous les services de langue anglaise de la Société Radio-Canada (la Société), pour traiter les plaintes liées aux normes et pratiques journalistiques de la Société. Les ombudsmans relèvent directement du président-directeur général de la Société et, par l'entremise de ce dernier, du conseil d'administration de la Société.

Les ombudsmans doivent rendre des comptes deux fois par an, concurremment au président et au conseil d'administration, dont au moins une fois dans leur rapport annuel.

3. Le conseil d'administration de la titulaire doit, dès que possible, réagir publiquement aux recommandations formulées par les ombudsmans dans leur rapport annuel.
4. La titulaire doit suivre les étapes suivantes lors du processus de sélection d'un ombudsman :

- a) Lors d'une vacance au poste d'ombudsman, la titulaire sollicite ouvertement des candidatures et ce tant à l'extérieur qu'à l'intérieur de la Société;
 - b) Après une consultation pertinente, le président-directeur général de la Société constitue un comité de sélection de quatre membres;
 - c) Deux membres, dont le président du comité, doivent provenir du public. Les personnes employées actuellement par la Société ou employées par la Société au cours des trois dernières années ne peuvent pas être nommées comme membres du public;
 - d) Les autres membres du comité sont choisis, l'un parmi la direction de la Société et l'autre parmi le personnel journalistique de la Société;
 - e) Les membres du comité représentant la Société et le personnel journalistique désignent conjointement un président de comité parmi les deux membres issus du public;
 - f) Le comité de sélection examine les candidatures pour le poste d'ombudsman, sélectionne un candidat et recommande sa nomination au président-directeur général;
 - g) L'ombudsman est nommé pour un terme de cinq ans. Ce mandat peut être prolongé pour un autre terme de cinq ans uniquement. Le contrat de l'ombudsman ne peut être résilié avant son terme, sauf dans les cas d'inconduite grave ou si les actions de l'ombudsman sont jugées aller à l'encontre de la politique 2.2.21 du Code de conduite de la Société.
5. La titulaire doit fournir au Conseil, le 30 novembre de chaque année, une copie du plus récent rapport annuel public remis par chacun des ombudsmans au conseil d'administration de la titulaire.

Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Conditions de licence et attentes pour la télévision traditionnelle de langue française (réseau et stations) et la télévision traditionnelle de langue anglaise (réseau et stations)

1. La titulaire est tenue de présenter une grille-horaire raisonnablement équilibrée tirée de diverses catégories d'émissions. Au cours de la journée de radiodiffusion et des heures de grande écoute (de 19 h à 23 h), la programmation doit comprendre des émissions originales, des émissions provenant de producteurs indépendants et des émissions provenant de, et reflétant, toutes les régions du Canada, y compris les communautés de langue officielle en situation minoritaire.
2. Au cours de chaque année de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer un minimum de 75 % de la journée de radiodiffusion et un minimum de 80 % des heures de grande écoute (19 h à 23 h) à la diffusion d'émissions canadiennes.
3. Les émissions d'information et les bulletins de nouvelles nationaux de la titulaire doivent refléter les régions du pays et les communautés de langue officielle en situation minoritaire et favoriser le respect et la compréhension entre elles.
4. La titulaire doit sous-titrer 100 % des émissions de langues française et anglaise diffusées au cours de la journée de radiodiffusion conformément à l'approche établie dans *Nouvelle politique de sous-titrage codé pour malentendants*, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-54, 17 mai 2007.
5. Conformément à l'approche établie dans *Accessibilité des services de télécommunication et de radiodiffusion*, politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom CRTC 2009-430, 21 juillet 2009, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil, la titulaire doit :
 - veiller à ce que la publicité, les messages de commanditaires et promotionnels de langues française et anglaise soient sous-titrés au plus tard la quatrième année de la période de licence;
 - se conformer aux normes de qualité à l'égard du sous-titrage développées par des groupes de l'industrie de la télévision, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil;
 - mettre en place un système de surveillance afin de s'assurer, pour tout signal sous-titré, que le signal approprié est sous-titré, que le sous-titrage est inclus dans le signal diffusé et qu'il parvient, dans sa forme originale, au distributeur de ce signal. L'expression « forme originale » signifie au minimum que le sous-titrage fourni par la titulaire est transmis au distributeur sans avoir été modifié, qu'il soit transmis en mode analogique ou en mode numérique, y compris en haute définition.

6. La titulaire doit accompagner de description sonore tous les éléments clés des émissions d'information canadiennes, y compris les émissions de nouvelles. Aux fins de cette condition de licence, la « description sonore » consiste en la lecture à haute voix par un narrateur des informations textuelles et graphiques clés apparaissant à l'écran pendant des émissions d'information.
7. La titulaire doit fournir de la vidéodescription pendant au moins quatre heures par semaine de radiodiffusion, dont deux heures correspondent à une émission diffusée pour la première fois avec vidéodescription par ce service. Ces quatre heures d'émissions avec vidéodescription présentées au cours de chaque semaine de radiodiffusion doivent appartenir à l'une des catégories d'émissions suivantes, telles qu'énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* : 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 9 Variétés, 11a) Émissions de divertissement général et d'intérêt général et 11b) Émissions de télé réalité. Ces émissions peuvent aussi être des émissions pour enfants.
8. La titulaire :
 - a) doit respecter les normes relatives à la publicité destinée aux enfants énoncées dans la *Politique 1.3.8 : Publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans* de la Société. À tout le moins, la titulaire doit respecter les normes énoncées dans le *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
 - b) ne doit diffuser aucun message publicitaire durant les émissions destinées aux enfants et aucun message publicitaire s'adressant aux enfants entre les émissions pour enfants d'âge préscolaire. Aux fins de la présente condition, les émissions destinées aux enfants et inscrites à la grille-horaire avant midi les jours de classe seront considérés comme étant des émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire.
9. La titulaire doit respecter le *Code sur la représentation équitable*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, cette condition de licence ne s'applique pas si la titulaire devient et demeure membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.
10. La titulaire doit respecter le *Code concernant la violence*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, cette condition de licence ne s'applique si la titulaire devient et demeure membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.
11. L'entreprise doit être exploitée en fonction du périmètre de rayonnement et des autres modalités approuvés par le Conseil.

Attentes

Le Conseil s'attend à ce que la titulaire diffuse au moins cinq heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, d'émissions canadiennes destinées aux jeunes de 12 à 17 ans.

Le Conseil s'attend à ce que les heures d'émissions destinées aux enfants de moins de douze ans soient raisonnablement réparties entre les émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire et d'âge scolaire.

Conditions de licence additionnelles et attente pour la télévision traditionnelle de langue française (réseau et stations)

12. La titulaire doit diffuser, aux heures de grande écoute (19 h à 23 h), au moins sept heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion d'émissions d'intérêt national, soit des émissions tirées des catégories 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 8a) Émissions de musique et danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8b) Vidéoclips, 8c) Émissions de musique vidéo et 9 Variétés, et des émissions spécifiques de remise de prix canadiens qui rendent hommage aux créateurs canadiens.

Au moins 75 % de ces heures doivent être consacrées à la programmation canadienne produite par des sociétés de production indépendante.

13. La titulaire doit diffuser :

- a) au moins 15 heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, d'émissions canadiennes destinées aux enfants de moins de 12 ans.
- b) au moins 100 heures par année de radiodiffusion d'émissions canadiennes originales destinées aux enfants de moins de 12 ans.

Aux fins de cette condition, « émission canadienne originale » signifie:

- i) une émission canadienne qui, au moment de sa diffusion par la titulaire, n'a pas été préalablement diffusée par la titulaire ou par tout autre titulaire; ou
- ii) dans les cas où la titulaire a contribué au financement préalable à la production de l'émission, une émission canadienne qui n'a été diffusée auparavant que par un autre titulaire qui a également contribué à ce financement préalable.

Au moins 75 % des heures énoncées en a) et b) doit être consacré à des émissions produites par des sociétés de production indépendante.

14. La titulaire doit diffuser au moins cinq heures par semaine de programmation locale canadienne. Aux fins de cette condition de licence, « programmation locale » signifie

de la programmation produite par des stations locales qui ont un personnel local ou une programmation créée par des producteurs indépendants locaux qui reflète les besoins et les intérêts propres à la population du marché.

Pour les stations de Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Ottawa, Toronto et Moncton, les cinq heures de programmation locale canadienne devant être diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion peuvent être réparties sur l'ensemble de l'année de radiodiffusion.

Chaque station doit diffuser des nouvelles locales sept jours par semaine, chaque semaine, sauf les jours fériés, tels que définis par la *Loi sur l'interprétation*, à l'exception du dimanche qui n'est pas considéré comme un jour férié aux fins de la présente.

15. La titulaire doit diffuser sur le réseau au moins 5 heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, d'émissions canadiennes produites dans les régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal).
16. La titulaire doit, au cours de chaque année de radiodiffusion, consacrer à l'investissement dans des émissions canadiennes de sociétés de production indépendante provenant des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal) ou à leur acquisition, au moins 6 % des dépenses en émissions canadiennes de sociétés de production indépendante de l'année de radiodiffusion en cours. Les investissements ou acquisitions doivent être raisonnablement répartis entre toutes les régions au cours du terme de la licence.
17. La titulaire doit conclure une entente commerciale avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec le plus tôt possible, et quoi qu'il en soit, au plus tard, le **28 mai 2014**.

D'ici à ce que les modalités d'une entente commerciale soient en place avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, la titulaire devra soumettre au Conseil des rapports mensuels sur l'état des négociations.

18. La titulaire doit déposer, au plus tard le 30 novembre de chaque année, dans un format acceptable pour le Conseil, un rapport annuel portant sur:
 - a) les émissions d'intérêt national diffusées aux heures de grande écoute, indiquant la catégorie d'émission, la langue, la provenance, la région et en indiquant s'il s'agit d'une production provenant d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).
 - b) les émissions diffusées sur le réseau autres que les émissions d'intérêt national provenant des CLOSM de langue française et/ou reflétant ces communautés.
 - c) les émissions locales diffusées par chacune des stations de télévision à l'extérieur du Québec qui offrent un reflet des CLOSM de langue française.

d) le résultat de sondages sur la perception de l'auditoire des CLOSM de langue française sur la façon dont la programmation des services de télévision et de radio de langue française de la Société reflète les CLOSM.

Aux fins des présentes conditions de licence, une société de production indépendante est définie comme une société canadienne qui fait affaire au Canada, affiche une adresse d'affaires au Canada, appartient à des Canadiens, est sous contrôle canadien, dont la principale activité consiste à produire des émissions sur pellicule de film, bande vidéo ou en direct en vue de leur distribution et dans laquelle le titulaire ou l'une des sociétés qui lui sont liés détient ou contrôle en tout, directement ou indirectement, au plus 30 % des capital-actions.

Attente

Le Conseil s'attend à ce que chacune des régions citées dans les conditions de licence 14 et 15 soit adéquatement représentées, tant au chapitre des dépenses à l'égard des émissions canadiennes que de leur diffusion.

Conditions de licence additionnelles et attente pour la télévision traditionnelle de langue anglaise (réseau et stations)

19. La titulaire doit diffuser, aux heures de grande écoute (19 h à 23 h), au moins neuf heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion d'émissions d'intérêt national, soit des émissions tirées des catégories 2b) Documentaires de longue durée et 7 Émissions dramatiques et comiques, et des émissions spécifiques de remise de prix canadiens qui rendent hommage aux créateurs canadiens.

De ces neuf heures, au moins :

a) deux heures doivent être consacrées à chacune des catégories 2b) Documentaires de longue durée et 7 Émissions dramatiques et comiques.

b) 5,25 heures doivent être consacrées à des émissions canadiennes produites par des sociétés de production indépendante.

20. La titulaire doit diffuser au moins 15 heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, de programmation canadienne destinée aux enfants de moins de 12 ans.

De ces 15 heures, au moins une heure par semaine, calculée en moyenne sur l'année de radiodiffusion, doit être réservée à des émissions canadiennes originales. Aux fins de cette condition, «émission canadienne originale» signifie :

- i) une émission canadienne qui, au moment de sa diffusion par la titulaire, n'a pas été préalablement diffusée par la titulaire ou par tout autre titulaire;
ou

- ii) dans les cas où la titulaire a contribué au financement préalable à la production de l'émission, une émission canadienne qui n'a été diffusée auparavant que par un autre titulaire qui a également contribué à ce financement préalable.

Au moins 75 % de ces heures doivent être consacrées à des émissions produites par des sociétés de production indépendante.

21. Si le service est exploité dans un marché de télévision :

- a) métropolitain tel que défini dans *Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs* – politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008 (l'avis public de radiodiffusion 2008-100), la titulaire doit diffuser au moins 14 heures de programmation locale canadienne au cours de chaque semaine de radiodiffusion. De ces 14 heures par semaine, au moins une heure par semaine doit être consacrée à de la programmation locale autre que des nouvelles.
- b) non métropolitain tel que défini dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, la titulaire doit diffuser au moins sept heures de programmation locale canadienne au cours de chaque semaine de radiodiffusion.

Aux fins de cette condition de licence, « programmation locale » signifie de la programmation produite par des stations locales qui ont un personnel local ou une programmation créée par des producteurs indépendants locaux qui reflète les besoins et les intérêts propres à la population du marché.

22. Au cours de chaque mois de radiodiffusion, la titulaire doit diffuser au moins un long-métrage canadien tiré de la catégorie 7d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision.

23. La titulaire doit consacrer :

- a) à l'investissement dans la programmation canadienne de sociétés de production indépendante provenant de la province de Québec ou à leur acquisition au moins 6 % des dépenses en programmation de l'année de radiodiffusion en cours sur la programmation canadienne de sociétés de production indépendante, réparties sur la période de licence;
- b) au moins 10 % de ses dépenses annuelles en développement de programmation à de la programmation de langue anglaise de sociétés de production indépendante provenant de la province de Québec, réparties sur la période de licence.

24. La titulaire doit conclure une entente commerciale avec la Canadian Media Production Association le plus tôt possible, et quoi qu'il en soit, au plus tard, le **28 mai 2014**.

D'ici à ce que les modalités d'une entente commerciale soient en place avec la Canadian Media Production Association, la titulaire devra soumettre au Conseil des rapports mensuels sur l'état des négociations.

25. La titulaire doit déposer, au plus tard le 30 novembre de chaque année, dans un format acceptable pour le Conseil, un rapport annuel portant sur:
- a) les émissions d'intérêt national diffusées aux heures de grande écoute, indiquant la catégorie d'émission, la langue, la provenance, la région et en indiquant s'il s'agit d'une production provenant d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).
 - b) les émissions diffusées sur le réseau autres que les émissions d'intérêt national provenant des CLOSM de langue anglaise et/ou reflétant ces communautés.
 - c) les émissions locales diffusées par la station de télévision de Montréal qui offrent un reflet régional des CLOSM de langue anglaise.
 - d) le résultat de sondages sur la perception de l'auditoire de langue anglaise de CLOSM sur la façon dont la programmation des services de télévision et de radio de langue anglaise de la titulaire reflète les CLOSM.

Attente

Le Conseil s'attend à ce que la titulaire maintienne le niveau actuel de programmation locale/régionale dans les marchés où la condition de licence imposée est inférieure à l'engagement actuel.

Annexe 4 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Conditions de licence pour les services de radio de langue française Première Chaîne (réseau et stations) et Espace Musique (réseau et stations) ainsi que pour les services de radio de langue anglaise Radio One (réseau et stations) et Radio 2 (réseau et stations)

1. La titulaire doit consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 50 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 à des pièces canadiennes.
2. La titulaire doit consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 20 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 3 à des pièces canadiennes.
3. La titulaire doit consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 25 % de ses pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 31 à des pièces canadiennes.
4. La titulaire doit consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 20 % de ses pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 34 à des pièces canadiennes.
5. La titulaire doit mettre en œuvre dans toutes ses stations de radio, au plus tard le **31 décembre 2014**, un système d'alerte au public qui diffusera immédiatement les messages d'urgence en provenance du Système d'agrégation et de dissémination national d'alertes par l'entremise de la ou de toutes les stations sources concernées de la titulaire et des répéteurs qui y sont rattachés desservant la région ciblée par l'alerte, pourvu que l'autorité émettrice ait indiqué qu'il faut diffuser le message d'alerte immédiatement, que le message ait été reçu dans la langue de la station source et qui comporte un contenu sonore.
6. Les émissions d'information et les bulletins de nouvelles nationaux de la titulaire doivent refléter les régions du pays et les communautés de langue officielle en situation minoritaire et favoriser le respect et la compréhension entre elles.
7. La titulaire doit respecter le *Code sur la représentation équitable*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, cette condition de licence ne s'applique si la titulaire devient et demeure membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.

Conditions de licence additionnelles pour les services de radio de langue française Première Chaîne (réseau et stations) et Espace Musique (réseau et stations)

8. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer au moins 85 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 à des pièces de musique vocale de langue française. Au moins 50 % des pièces de catégorie de teneur 2 diffusées en langues autres que le français doivent être canadiennes.

9. La titulaire doit déposer, au plus tard le 30 novembre de chaque année, dans un format acceptable pour le Conseil, un rapport annuel portant sur le résultat de sondages sur la perception de l'auditoire de langue française des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) sur la façon dont la programmation des services de télévision et de radio de langue française de la Société reflète les CLOSM.

Condition de licence additionnelle pour les services de radio de langue anglaise Radio One (réseau et stations) et Radio 2 (réseau et stations)

10. La titulaire doit déposer, au plus tard le 30 novembre de chaque année, dans un format acceptable pour le Conseil, un rapport annuel portant sur le résultat de sondages sur la perception de l'auditoire de langue anglaise des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) sur la façon dont la programmation des services de télévision et de radio de langue anglaise de la Société reflète les CLOSM.

Condition de licence additionnelle pour le service de radio de langue anglaise Radio 2 (réseau et stations) et le service de radio de langue française Espace Musique (réseau et stations)

11. La titulaire ne doit diffuser aucune publicité (catégorie 5), sauf :

- a) s'il s'agit de publicité nationale payée; ou
- b) afin de satisfaire aux exigences de la législation du Parlement canadien relatives aux élections.

Aux fins de cette condition, la titulaire ne peut diffuser plus de quatre minutes de publicité nationale payée par heure d'horloge.

La programmation ne peut être interrompue plus de deux fois au cours de chaque heure d'horloge pour la publicité nationale payée.

12. Au cours de chaque mois de radiodiffusion, la titulaire doit diffuser au moins 3 000 pièces musicales distinctes sur Espace Musique et au moins 2 800 pièces musicales distinctes sur Radio 2.

Aux fins de cette condition, « mois de radiodiffusion » signifie le nombre total d'heures que le titulaire consacre à la radiodiffusion pendant l'ensemble des journées de radiodiffusion comprises dans un mois.

Afin de faciliter la vérification de la conformité à cette condition, la titulaire doit fournir les listes musicales exigées par le Conseil conformément à l'article 9(3) du *Règlement de 1986 sur la radio*, dans un tableau de format populaire.

13. Les conditions de licence 11 et 12 expirent le **31 août 2016**.

Condition de licence additionnelle pour le service de radio de langue anglaise Radio One (réseau et stations) et le service de radio de langue française Première Chaîne (réseau et stations)

14. La titulaire ne doit diffuser aucune publicité (catégorie 5), sauf :

- a) dans les émissions qu'elle ne peut obtenir que par commandite; ou
- b) afin de satisfaire aux exigences de la législation du Parlement canadien relatives aux élections.

Condition additionnelle pour CBEF Windsor

15. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la titulaire doit diffuser au moins 15 heures de programmation locale.

Annexe 5 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Conditions de licence et attente pour le service de catégorie C spécialisé de langue française Réseau de l'information (RDI)

1. La titulaire doit se conformer aux conditions normalisées énoncées à l'annexe 2 de *Conditions de licence pour les services spécialisés canadiens concurrents consacrés aux genres d'intérêt général des sports et des nouvelles nationales – Définition de « journée de radiodiffusion » pour les services consacrés au genre d'intérêt général des sports*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-562-2, 25 mai 2012, compte tenu des modifications successives.
2. La programmation de RDI doit refléter les préoccupations de chacun des pôles de langue française canadiens, soit les régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal). À cette fin, la titulaire doit s'assurer qu'au moins un tiers des émissions et segments d'émissions originales diffusés par RDI chaque année proviennent des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal).

RDI maintiendra une comptabilisation de la durée et de la provenance de ces émissions et segments d'émissions de provenance régionale et confirmera le niveau de programmation régionale atteint dans son rapport annuel au Conseil.

3. La titulaire doit exiger des distributeurs du présent service dans les marchés de langue anglaise un tarif de gros mensuel maximum par abonné de 0,10 \$ lorsqu'il est distribué au service numérique de base.
4. La titulaire doit conclure une entente commerciale avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec le plus tôt possible, et quoi qu'il en soit, au plus tard, le **28 mai 2014**.

D'ici à ce que les modalités d'une entente commerciale soient en place avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, la titulaire devra soumettre au Conseil des rapports mensuels sur l'état des négociations.

5. Afin de s'assurer que la titulaire se conforme en tout temps au décret intitulé *Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-Canadiens)*, la titulaire doit soumettre à l'examen du Conseil, au cours des 30 jours suivant la signature, une copie du projet d'entente d'approvisionnement ou du contrat de licence ou de marque conclu avec une partie non canadienne. Le Conseil pourrait aussi réclamer tout autre document susceptible de modifier le contrôle de la programmation ou la gestion du service.
6. La titulaire :
 - a) doit respecter les normes relatives à la publicité destinée aux enfants énoncées dans la *Politique 1.3.8 : Publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans* de la Société. À tout le moins, la titulaire doit respecter les normes énoncées dans le

Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.

b) ne doit diffuser aucun message publicitaire durant les émissions destinées aux enfants et aucun message publicitaire s'adressant aux enfants entre les émissions pour enfants d'âge préscolaire. Aux fins de la présente condition, les émissions destinées aux enfants et inscrites à la grille-horaire avant midi les jours de classe seront considérés comme étant des émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire.

7. La présente entreprise de radiodiffusion est désignée comme un service de catégorie C.

Attente

Le Conseil s'attend à ce que chacune des régions citées dans la condition de licence 2 soit adéquatement représentées, tant au chapitre des dépenses à l'égard des émissions canadiennes que de leur diffusion.

Annexe 6 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Conditions de licence pour le service de catégorie A spécialisé de langue française ARTV

1. La titulaire doit se conformer aux conditions énoncées dans *Conditions de licence, attentes et encouragements normalisés pour les services de catégorie A spécialisés et de télévision payante*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-443, 27 juillet 2011, compte tenu des modifications successives.
2. La titulaire :
 - a) doit offrir à l'échelle nationale un service spécialisé de télévision de langue française axé sur les arts qui tient compte du caractère unique de la culture québécoise et des besoins et particularités des communautés de langue française d'autres régions du Canada.
 - b) peut tirer sa programmation de toutes les catégories d'émissions énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications successives.
 - c) doit consacrer au plus 10 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours du mois de radiodiffusion à des émissions tirées des catégories 6a), 7b) et 8c).
3. Au cours de chaque année de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer à la diffusion d'émissions canadiennes :
 - a) au moins 60 % de la journée de radiodiffusion;
 - b) au moins 60 % de la période de radiodiffusion en soirée.
4. Les dépenses en émissions canadiennes seront les suivantes :
 - a) Au cours de chaque année de radiodiffusion, la titulaire doit dépenser au titre des émissions canadiennes au moins 50 % des recettes brutes tirées de l'exploitation du service au cours de l'année de radiodiffusion précédente.
 - b) Au cours de chaque année de radiodiffusion de la période de licence à l'exception de la dernière année, la titulaire peut dépenser au titre des émissions canadiennes jusqu'à cinq pour cent (5 %) de moins que les dépenses minimales requises pour l'année en question calculées conformément à celle-ci; le cas échéant, elle doit dépenser au cours de l'année suivante de la période de licence, en plus des dépenses minimales requises pour l'année en question, le plein montant des sommes non engagées l'année précédente.
 - c) Au cours de chaque année de radiodiffusion de la période de licence, lorsque la titulaire dépense un montant au titre des émissions canadiennes supérieur au

minimum requis pour cette année-là établi ou calculé conformément à cette condition, la titulaire peut déduire :

i) des dépenses minimales requises pour l'année de radiodiffusion suivante de la période de licence, un montant n'excédant pas celui du dépassement de crédit de l'année précédente; et

ii) des dépenses minimales requises pour toute année de radiodiffusion subséquente de la période de licence, un montant n'excédant pas la différence entre le dépassement de crédit et le montant déduit en vertu de l'alinéa i) ci-dessus.

d) Nonobstant les paragraphes b) et c) ci-dessus, au cours de la période de licence, la titulaire doit dépenser au titre des émissions canadiennes, au moins, le total des dépenses minimales requises établies et calculées conformément aux conditions de licence de la titulaire.

5. Au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins 50 % des émissions canadiennes diffusées par la titulaire proviennent de sociétés de production indépendante.
6. La titulaire doit consacrer au moins 20 %, calculé en moyenne sur la période de licence, de ses budgets annuels de production originale canadienne à des émissions produites à l'extérieur du Québec. Au moins 50 % de ces montants doit être consacré à des émissions canadiennes provenant de sociétés de production indépendante à l'extérieur du Québec.
7. Afin de s'assurer que le titulaire se conforme en tout temps au décret intitulé *Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-Canadiens)*, la titulaire doit soumettre préalablement, pour l'examen du Conseil, une copie de toute entente commerciale ou entente relative à des marques de commerce qu'elle a conclue avec une partie non canadienne, dans les 30 jours à compter de sa signature. De plus, le Conseil peut demander tout document additionnel pouvant avoir une incidence sur le contrôle ou la gestion du service.
8. La titulaire doit conclure une entente commerciale avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec le plus tôt possible, et quoi qu'il en soit, au plus tard, le **28 mai 2014**.

D'ici à ce que les modalités d'une entente commerciale soient en place avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, la titulaire devra soumettre au Conseil des rapports mensuels sur l'état des négociations.

9. La présente entreprise de radiodiffusion est désignée comme un service de catégorie A.

Définitions

Aux fins des présentes conditions de licence :

« journée de radiodiffusion » signifie la période choisie par la titulaire qui comprend un maximum de 24 heures consécutives ou toute autre période approuvée par le Conseil.

« période de radiodiffusion en soirée » signifie l'ensemble de la période consacrée à la diffusion d'émissions entre 18 h et minuit de chaque journée de radiodiffusion.

« société de production indépendante » se définit comme une société canadienne qui fait affaire au Canada, affiche une adresse d'affaires au Canada, appartient à des Canadiens, est sous contrôle canadien, dont la principale activité consiste à produire des émissions sur pellicule de film, bande vidéo ou en direct en vue de leur distribution et dans laquelle le titulaire ou l'une des sociétés qui lui sont liés détient ou contrôle en tout, directement ou indirectement, au plus 30 % des capital-actions.

Annexe 7 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Conditions de licence pour le service de catégorie B spécialisé de langue anglaise Documentary

1. La titulaire doit se conformer aux conditions énoncées à l'annexe 1 de *Conditions de licence, attentes et encouragements normalisés pour les services de catégorie A spécialisés et de télévision payante*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-443, 27 juillet 2011, compte tenu des modifications successives.
2. La titulaire :
 - a) doit fournir une entreprise nationale de programmation de catégorie A spécialisée de langue anglaise afin de diffuser des émissions documentaires 24 heures sur 24. La programmation couvre l'éventail complet de documentaires.
 - b) peut tirer sa programmation de toutes les catégories d'émissions énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications successives.
 - c) ne doit offrir aucune émission de nouvelles ou de sports en direct.
 - d) doit consacrer au plus 10 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours du mois de radiodiffusion à des émissions tirées des catégories 6a), 7a), 7b), 7c), 7d), 7e), 7f) et 7g).
 - e) doit consacrer au plus 10 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours du mois de radiodiffusion à des émissions tirées des catégories 8b) et 8c) combinées.
3. Au cours de chaque année de radiodiffusion ou portion de celle-ci, la titulaire doit consacrer au moins 75 % de la journée de radiodiffusion et au moins 75 % de la période de radiodiffusion en soirée à des émissions canadiennes.
4. La titulaire doit acquérir de sociétés de production indépendante au moins 75 % des heures consacrées au contenu canadien original de première diffusion.
5. Au cours de chaque année de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer au moins 25 % des émissions canadiennes qu'elle diffuse, autres que des émissions de nouvelles, de sports et d'actualités (catégories 1, 2a), 6a) et 6b), à des émissions produites par des sociétés de production indépendante.
6. Les dépenses en émissions canadiennes seront les suivantes :
 - a) Au cours de chaque année de la période de licence, la titulaire doit consacrer à l'acquisition ou à l'investissement dans des émissions canadiennes au moins un montant équivalent à 43 % des revenus de l'année de radiodiffusion précédente provenant de revenus d'abonnement, de publicité et d'infopublicité.

- b) Au cours de chaque année de la période de licence, à l'exception de la dernière année, la titulaire peut consacrer au titre des émissions canadiennes jusqu'à dix pour cent (10 %) de moins que les dépenses minimales requises pour l'année en question, ce montant étant calculé conformément à la présente condition. Le cas échéant, la titulaire doit dépenser au cours de l'année suivante de la période de licence, en plus des dépenses minimales requises pour l'année en question, le plein montant des sommes non engagées de l'année précédente.
- c) Au cours de chaque année de la période de licence, au cours de laquelle la titulaire consacre aux émissions canadiennes un montant supérieur aux dépenses minimales requises pour l'année en question et calculées conformément à la présente condition, la titulaire peut déduire :
- (i) des dépenses minimales requises pour l'année suivante de la période de licence, un montant n'excédant pas celui du dépassement de crédit de l'année précédente; et
 - (ii) des dépenses minimales requises pour une année subséquente donnée de la période de licence, un montant n'excédant pas la différence entre le dépassement de crédit et le montant déduit en vertu de l'alinéa (i) ci-dessus.
- d) Nonobstant les paragraphes b) et c) ci-dessus, au cours de la période de licence, la titulaire doit consacrer aux émissions canadiennes, au moins, le total des dépenses minimales requises calculées conformément à la présente condition de licence.
7. La titulaire doit conclure une entente commerciale avec la Canadian Media Production Association le plus tôt possible, et quoi qu'il en soit, au plus tard, le **28 mai 2014**.
- D'ici à ce que les modalités d'une entente commerciale soient en place avec la Canadian Media Production Association, la titulaire devra soumettre au Conseil des rapports mensuels sur l'état des négociations.
10. La présente entreprise de radiodiffusion est désignée comme un service de catégorie A.

Définitions

Aux fins des présentes conditions de licence :

Les expressions « journée de radiodiffusion » et « heure d'horloge » s'entendent au sens du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*.

« société de production indépendante » se définit comme une société canadienne qui fait affaire au Canada, affiche une adresse d'affaires au Canada, appartient à des Canadiens, est sous contrôle canadien, dont la principale activité consiste à produire des émissions sur pellicule de film, bande vidéo ou en direct en vue de leur distribution et dans laquelle

le titulaire ou l'une des sociétés qui lui sont liés détient ou contrôle en tout, directement ou indirectement, au plus 30 % des capital-actions.

Annexe 8 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Conditions de licence pour le service de catégorie C spécialisé de langue anglaise CBC News Network

1. La titulaire doit se conformer aux conditions énoncées à l'annexe 2 de *Conditions de licence pour les services spécialisés canadiens concurrents consacrés aux genres d'intérêt général des sports et des nouvelles nationales – Définition de « journée de radiodiffusion » pour les services consacrés au genre d'intérêt général des sports*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-562-2, 25 mai 2012, compte tenu des modifications successives.
2. La titulaire doit exiger des distributeurs du présent service dans les marchés de langue française un tarif de gros mensuel maximum par abonné de 0,15 \$ lorsqu'il est distribué au service numérique de base.
3. La titulaire doit conclure une entente commerciale avec la Canadian Media Production Association le plus tôt possible, et quoi qu'il en soit, au plus tard, le **28 mai 2014**.

D'ici à ce que les modalités d'une entente commerciale soient en place avec la Canadian Media Production Association, la titulaire devra soumettre au Conseil des rapports mensuels sur l'état des négociations.

4. La titulaire :
 - a) doit respecter les normes relatives à la publicité destinée aux enfants énoncées dans la *Politique 1.3.8 : Publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans* de la Société. À tout le moins, la titulaire doit respecter les normes énoncées dans le *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
 - b) ne doit diffuser aucun message publicitaire durant les émissions destinées aux enfants et aucun message publicitaire s'adressant aux enfants entre les émissions pour enfants d'âge préscolaire. Aux fins de la présente condition, les émissions destinées aux enfants et inscrites à la grille-horaire avant midi les jours de classe seront considérés comme étant des émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire.
5. La présente entreprise de radiodiffusion est désignée comme un service de catégorie C.

Annexe 9 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Ordonnance de distribution CRTC 2013-264

Distribution, par les personnes autorisées à exploiter certains types d'entreprises de distribution de radiodiffusion, du service numérique de programmation d'émissions spécialisées de la Société Radio-Canada, Réseau de l'information

En vertu du paragraphe 9(1)*h* de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil ordonne par la présente aux personnes autorisées à exploiter une entreprise de distribution de radiodiffusion correspondant à l'un des types décrits au paragraphe a) ci-dessous de distribuer la programmation du service Réseau de l'information (RDI) à tous les abonnés de leur service numérique de base dans les marchés anglophones, du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2018, selon les modalités et conditions qui suivent :

- a) La présente ordonnance s'applique aux titulaires d'entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD), ainsi qu'aux titulaires d'entreprises de distribution terrestres. Ces titulaires sont désignés dans la présente ordonnance par l'expression « titulaires de licence de distribution ».
- b) Dans le cas d'un titulaire d'une entreprise de distribution par SRD, un marché anglophone sera défini par la zone de desserte d'une entreprise de distribution terrestre à laquelle elle fait concurrence. Les entreprises de distribution par SRD sont tenues de distribuer RDI aux abonnés vivant à l'extérieur du Québec habitant des zones non desservies par une entreprise de distribution terrestre.
- c) Les titulaires de licence de distribution sont autorisées à majorer le tarif d'abonnement mensuel de base que paient leurs abonnés jusqu'à un montant ne dépassant pas celui autorisé en vertu de la licence de RDI.
- d) Nonobstant ce qui précède, les titulaires de licence de distribution ne sont pas tenus de distribuer la programmation de RDI en vertu de la présente ordonnance à moins que le titulaire ou un tiers ne défraie les coûts de liaison ascendante et de transpondeur pour transmettre par satellite son service de programmation.

Aux fins de cette ordonnance de distribution, les expressions, « entreprise de distribution par SRD », « entreprise de distribution terrestre », « marché anglophone », « service de base », « service de programmation » et « titulaire » s'entendent au sens du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, compte tenu des modifications successives.

Annexe 10 à la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263

Ordonnance de distribution CRTC 2013-265

Distribution, par les personnes autorisées à exploiter certains types d'entreprises de distribution de radiodiffusion, du service numérique de programmation d'émissions spécialisées de la Société Radio-Canada, CBC News Network

En vertu du paragraphe 9(1)*h*) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil ordonne par la présente aux personnes autorisées à exploiter une entreprise de distribution de radiodiffusion correspondant à l'un des types décrits au paragraphe a) ci-dessous de distribuer la programmation du service CBC News Network à tous les abonnés du service numérique de base dans les marchés francophones, du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2018, selon les modalités et conditions qui suivent :

- a) La présente ordonnance s'applique aux titulaires d'entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD), ainsi qu'aux titulaires d'entreprises de distribution terrestres. Ces titulaires sont désignés dans la présente ordonnance par l'expression « titulaires de licence de distribution ».
- b) Dans le cas d'un titulaire d'une entreprise de distribution par SRD, un marché francophone sera défini par la zone de desserte d'une entreprise de distribution terrestre à laquelle elle fait concurrence. Les entreprises de distribution par SRD sont tenues de distribuer CBC News Network aux abonnés du Québec habitant des zones non desservies par une entreprise de distribution terrestre.
- c) Les titulaires de licence de distribution sont autorisés à majorer le tarif d'abonnement mensuel de base que paient leurs abonnés jusqu'à un montant ne dépassant pas celui autorisé en vertu de la licence de CBC News Network.
- d) Nonobstant ce qui précède, les titulaires de licence de distribution ne sont pas tenus de distribuer la programmation de CBC News Network en vertu de la présente ordonnance à moins que le titulaire ou un tiers ne défraie les coûts de liaison ascendante et de transpondeur pour transmettre par satellite son service de programmation.

Aux fins de cette ordonnance de distribution, les expressions « entreprise de distribution par SRD », « entreprise de distribution terrestre », « marché francophone », « service de base », « service de programmation » et « titulaire » s'entendent au sens du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, compte tenu des modifications successives.

Opinion minoritaire du vice-président Tom Pentefountas

La Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation (SRC/CBC) a déposé des demandes en vue de modifier les conditions de licence de Radio 2 et Espace Musique, ainsi que de toutes les stations affiliées à ces réseaux, afin d'autoriser la diffusion de publicité nationale. Ces demandes ont été soumises en réaction aux baisses de revenus anticipées, principalement la réduction des crédits parlementaires octroyés à la SRC/CBC. Le diffuseur public propose que la publicité soit introduite progressivement : une limite de 5 minutes par heure la première année, augmentant graduellement jusqu'à la levée complète de la restriction à l'année 4 de la période de licence de cinq ans.

Les enjeux principaux que le Conseil a considérés sont :

Les 965 interventions reçues dans lesquelles on commentait expressément les modifications relatives à la publicité, et dont 893 étaient défavorables.

Les intervenants qui ont comparu à l'audience et qui se sont opposés à cette demande incluent l'Association canadienne des radiodiffuseurs (l'ACR), l'Ontario Association of Broadcasters, Les amis de Radio-Canada, le Public Interest Advocacy Center, Cathy Hunt, Mark Goldman, l'Alliance des radios communautaires du Canada et Corus. Des petits radiodiffuseurs privés sont aussi intervenus, tous en opposition à la demande : Attraction Radio, MZ Media et JazzFM. L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle, et de la vidéo (ADISQ) a commenté sur le sujet, sans toutefois prendre clairement position sur les demandes relativement à l'introduction de la publicité. La Canadian Independent Music Association (CIMA) a appuyé les demandes à contrecœur. Les interventions appuyant les demandes incluaient celle de l'Orchestre symphonique de Montréal, entre autres.

Plusieurs intervenants s'inquiétaient de l'effet négatif que pourrait engendrer l'objectif de maximiser les revenus publicitaires sur la programmation de ces réseaux et sur la dilution de leur contribution particulière au système canadien de radiodiffusion. Plusieurs estimaient que de nombreux auditeurs actuels seraient mécontents et réduiraient leur écoute ou cesseraient d'écouter ces services. En fait, selon des intervenants en opposition, l'ajout de publicité viendrait atténuer en grande partie l'élément qui différencie Espace musique et Radio 2 des autres radiodiffuseurs œuvrant au sein des mêmes marchés.

Certains radiodiffuseurs commerciaux ont soumis que l'approbation de ces demandes équivaldrait à l'ajout d'un nouveau service commercial dans les marchés desservis par les réseaux. Les stations communautaires s'inquiétaient de la diminution de la publicité gouvernementale dont elles bénéficient actuellement. L'ACR a critiqué la définition de « publicité nationale » proposée par la SRC/CBC. Selon l'ACR, la définition proposée est trop générale et permettrait potentiellement à la SRC/CBC de générer des revenus publicitaires locaux et régionaux.

Plusieurs intervenants ont soulevé la possibilité qu'une approbation de ces demandes rende difficile pour le Conseil le fait de refuser d'éventuelles demandes similaires pour les services plus populaires Première Chaîne et Radio One.

Je suis d'avis que ce qui précède a clairement et objectivement décrit l'état du dossier de la demande. N'en déplaise à mes collègues du comité d'audition, j'ai essayé par tous les moyens de me rallier à leur point de vue, mais je ne peux pas en bonne conscience accepter cette demande de la titulaire. Ce n'est pas de gaité de cœur que je prends cette position, mais j'aimerais mettre en évidence, en tout début de mon exposé, que je m'oppose fermement à la demande de modification des licences de Radio 2 et Espace Musique en vue d'être autorisés à diffuser des messages publicitaires d'annonceurs nationaux.

Plusieurs intervenants ont cité des exemples d'outre-mer et, à des fins de mise en contexte, je vais utiliser quelques extraits du mémoire de Cogeco :

En France, confronté à la nécessité de réduire le déficit du budget de l'État, le nouveau gouvernement socialiste, élu en mai 2012, a imposé une réduction importante des crédits parlementaires affectés au fonctionnement de France Télévision. Dans un article paru dans *Les Échos* du 2 octobre 2012, titrant *France Télévision va devoir fonctionner avec 160 millions de moins que prévu*, le journal économique français rapporte que :

[...] Dans ce contexte, Aurélie Filippetti, ministre socialiste de la Culture et de la Communication, a appelé le groupe à revoir sa politique éditoriale et, malgré des ressources en baisse, à marquer davantage sa différence de service public. « La course à l'audimat, sur le même terrain que des chaînes commerciales, n'est pas la bonne manière d'envisager une stratégie pour le service public audiovisuel », a-t-elle déclaré à l'AFP.

Et je tiens à souligner le dernier propos de la ministre Filippetti.

De l'autre côté de la Manche, le diffuseur public britannique BBC, dont l'activité principale n'est financée que par les deniers publics, est lui aussi confronté à la nécessité de compresser ses dépenses résultant de la réduction de 16 % de son enveloppe gouvernementale. Dans un article daté du 6 octobre 2011, le journal *The Guardian* rapporte que : [traduction]

« La BBC coupera près de 2 000 emplois (12 % de ses effectifs) alors qu'elle entend économiser 670 millions de livres (près d'un milliard de dollars) grâce à ses plans de réduction des coûts, attendus depuis longtemps et annoncés jeudi matin (6 octobre 2011). »

« Les modifications auront comme résultat un plus grand nombre de rediffusions sur BBC 2, moins d'émissions de divertissement, moins d'argent investi dans les droits sportifs et des BBC 3 et BBC 4 réduits. Des coupures à grande portée auront également lieu au niveau de la radio de la

BBC [...]. Les propositions mises de l'avant par la BBC auront comme résultat une économie totale de 20 % du budget de la BBC. »

Tel que mentionné par Cogeco, ce qui est particulièrement instructif dans les deux exemples mentionnés ci-dessus et, conséquemment, si troublant dans le dossier canadien qui nous concerne, c'est que ni dans le cas de France Télévision, ni dans celui de la BBC, la solution pour le diffuseur public à la suite de la baisse des crédits gouvernementaux ne passe par une commercialisation accrue de ses services.

Dans sa demande initiale, la SRC/CBC a demandé 16 millions de dollars de revenus en publicité illimitée. Mes collègues ont décidé de lui permettre jusqu'à 4 minutes de publicité par heure. Au mieux, la SRC/CBC ne retirerait ainsi pas plus de 11 millions de dollars en revenus. Je n'irai pas plus en profondeur dans des propositions de gestion administrative, ce qui est loin d'être mon rôle, mais je demeure perplexe devant l'idée de demander, disons, 11 millions de dollars sur un budget de 1,85 milliard émanant d'un radiodiffuseur financé en grande partie par les contribuables canadiens. Ceci étant dit, et sans minimiser les défis budgétaires auxquels fait face la SRC/CBC, je trouve inconcevable que l'on perturbe l'équilibre de l'écosystème de la radio canadienne pour une dizaine de millions en revenus dans le cas de Radio 2, et en quelques millions pour Espace Musique. Comme la différence paraît insignifiante, il s'agit donc d'une double insulte que l'on fait aux radiodiffuseurs privés et au public lui-même.

Ce qui me préoccupe plus profondément est le fait que les changements proposés pour Radio 2 et Espace Musique changeront fondamentalement et irréversiblement la nature du service et l'expérience radiophonique distincte de l'auditoire. D'autant plus que je ne crois pas que la panacée d'ordre réglementaire qu'elle demande au Conseil constitue le seul moyen à sa disposition pour assurer qu'elle puisse continuer à offrir la radio distincte et de qualité que les Canadiens apprécient tellement, si l'on se fie aux témoignages des intervenants.

Selon la SRC/CBC, les changements proposés seront un moyen efficace d'accroître ses revenus avec un minimum d'incidence sur les auditoires et les titulaires, tel que stipulé au paragraphe 10 de sa demande de modification, présentée le 4 avril 2012 :

Pour être en mesure de continuer à exploiter ses deux réseaux de radio à vocation musicale tels qu'ils se présentent aujourd'hui, la Société doit impérativement trouver de nouvelles sources de revenus de manière à au moins compenser une partie du manque à gagner engendré par la réduction de son financement public.

Je suis convaincu du contraire.

Dans le cas de Radio 2, il s'agirait de 98 % de revenus, tel que mentionné dans la demande initiale, ce qui constitue à mon avis une **grosse** partie du manque à gagner. L'approbation de cette demande par le Conseil aura une incidence significative sur le caractère distinct du service et, par conséquent, sur la jouissance et la satisfaction de son auditoire. Qui plus est, le système canadien de radiodiffusion risque d'être inutilement mis en désordre.

Sans vouloir donner des cours d'histoire dans le domaine, il est un fait notoire que l'abolition de la publicité à la radio de la SRC/CBC remonte à 1975. Conséquemment, l'approbation de la demande de la titulaire ira à l'encontre de la position historique du Conseil et des attentes du public.

Les mémoires et le public se trompent rarement, et c'est presque à l'unanimité que ces derniers s'opposent catégoriquement à ce changement de la nature du service public. Or, depuis un an, le Conseil accorde une importance accrue aux besoins, perceptions et désirs du consommateur. Dans cette décision, il me semble que nous ne tenons pas suffisamment compte des recommandations et des opinions des plus fidèles partisans et actionnaires du service public car ne l'oublions pas, les consommateurs sont aussi des actionnaires de SRC/CBC qui financent en grande partie à partir de leurs impôts. Au nom de quelques millions de dollars, cette décision va à l'encontre du souhait de ceux qui comptent le plus : les consommateurs-actionnaires de la Société d'État. Compte tenu de l'approche consommateur, je crois plutôt qu'il nous aurait fallu adopter une position contraire et refuser cette demande.

Il est également un fait notoire que la SRC/CBC ne fait pas face à ses premières coupures de crédits parlementaires. Or, comment se fait-il qu'aucun groupe de gestionnaires de la SRC/CBC n'ait préalablement songé à demander la permission d'augmenter les revenus par l'entremise de messages publicitaires radiophoniques? Je crois qu'il est logique de penser que ces gestionnaires savaient que l'incidence sur l'écoute serait considérable et que la nature du service serait irrémédiablement déformée, transformée à tout jamais. Ceci aurait joué avec la riche tradition radiophonique de la SRC/CBC et le besoin évident de se différencier des radiodiffuseurs privés, ce qui aurait été contraire à l'intérêt public.

Je suis fortement d'avis que la nature du service changera à partir du moment où le financement des coûts d'exploitation reposera, même minimalement, sur une part des revenus publicitaires. La titulaire deviendra de plus en plus tributaire des cotes d'écoute et, conséquemment, l'orientation « the sound and feel » de la programmation en sera influencée. L'auditoire pourra conclure que le service se dégrade et commencera à écouter de moins en moins, voire plus du tout. En écoutant, il remarquera que le son a changé, pour se rapprocher de plus en plus du son de la radio commerciale. Tout en détruisant le riche héritage, l'approbation de cette demande fera en sorte que l'auditoire se posera des questions sur le rôle de la SRC/CBC dans le système canadien de radiodiffusion et se questionnera sur l'utilisation que la SRC/CBC fait des deniers publics.

Nous sommes également en mesure de constater que la programmation sur Espace Musique et Radio 2 a évolué et risque d'évoluer encore plus, au point où il ne revêtira finalement plus son caractère essentiel distinct.

Clairement, le Conseil ne devrait pas appuyer la gestion actuelle du service public, qui privilégie la course aux revenus publicitaires, ce qui changera forcément la nature du service.

La SRC/CBC est déjà première dans tous les grands marchés canadiens (sauf à Toronto où elle est deuxième). Cette ouverture au marché publicitaire ne fera que consolider sa position dans tous les marchés, au niveau d'un deuxième service radiophonique à formule musicale qui sera en concurrence non seulement avec l'industrie privée, mais aussi avec d'autres projets qui pourraient provenir d'éventuels entrepreneurs.

Pour résumer une citation de Stephen Harper, du 29 novembre 2004, fournie dans l'intervention de Friends of Canadian Broadcasting : [traduction]

« En faisant précisément référence au service de langue anglaise de la SRC, ses services de radio sont demeurés non-commerciaux, donnant à ses auditoires une programmation qui les a généralement satisfaits et qui est perçue comme étant unique. Cependant, la télévision de langue anglaise tend à devenir plus commerciale, davantage en concurrence directe avec la télévision privée [...].

Nous croyons que la télévision de langue anglaise de la SRC devrait et doit devenir plus distincte si elle entend demeurer viable et remplir son rôle en tant que diffuseur public unique. Nous devrions considérer lui donner un mandat qui définit clairement son rôle en tant que diffuseur canadien unique [...].

Dans le même ordre d'idées, nous chercherions à réduire la dépendance de la SRC aux revenus publicitaires ainsi que sa concurrence avec le secteur privé pour ces dollars prisés [...]. »

Quant à l'incidence sur l'écosystème de radiodiffusion canadien, l'effet sera senti à deux niveaux; premièrement, dans les petits marchés et, deuxièmement, parmi les stations avec une petite part du marché au sein des grands marchés.

La SRC/CBC n'a offert aucune preuve à l'appui de leurs prétentions à l'effet qu'elle va pouvoir accroître l'assiette publicitaire. Pourtant, le fardeau de la preuve lui incombe.

Prétendre que les annonceurs nationaux vont investir du nouvel argent pour rejoindre l'auditoire de Radio 2 et Espace Musique est illusoire et non fondé. Cela va à l'encontre de tendances lourdes qui démontrent un changement de cap dans les investissements publicitaires, qui se déplacent des médias traditionnels vers le Web et les applications.

Il faut ajouter à cette prétention non fondée que la SRC/CBC pourra offrir les petits marchés aux clients nationaux à des prix moindres, voire gratuitement, en bonification pour des campagnes négociées sur des grands marchés. La titulaire pourra également offrir les annonces sur plusieurs plateformes qui l'avantageront indûment par rapport à des stations régionales dans les petits marchés ou aux plus petites stations dans les grands marchés. Il plaît à l'esprit de croire que la SRC/CBC vendra des campagnes télé/radio à certains annonceurs nationaux et que cette stratégie de vente croisée placera la Société d'État en position de force face aux plus petits radiodiffuseurs. Quelle sera l'incidence d'une telle approche commerciale sur la diversité des voix?

Il y a une autre astuce de la part de la SRC/CBC qui laisse planer des doutes et qui doit inquiéter les contribuables canadiens. Il s'agit de la comptabilité créative par laquelle la titulaire saigne le service de Radio 2 arbitrairement pour justifier sa demande. En effet, la SRC/CBC prévoit que la presque totalité des revenus de Radio 2 proviendrait de la vente de publicité. Dans sa lettre du 16 juillet 2012 au Conseil relative à la demande de modification des licences de Radio 2 et Espace Musique, elle indique clairement qu'advenant l'approbation de la demande, Radio 2 ne bénéficierait plus de crédits parlementaires. La SRC/CBC prévoit que la presque totalité (98 %) des revenus de Radio 2 proviendrait de la vente de publicité. Il ne faut pas perdre de vue la déclaration de la titulaire quant à sa volonté d'au moins compenser une partie du manque à gagner. Je dirais que 98 % constitue plus qu'une partie.

Ce comportement est en porte-à-faux avec deux pratiques traditionnelles de la titulaire. D'abord, la pratique avec laquelle tous les revenus entrent dans le fonds général et sont distribués par la suite selon les priorités de l'administration aux divers services. Dans les documents soumis par la titulaire, il est clair que l'administration coupe intentionnellement l'allocation pour Radio 2 tout en protégeant presque entièrement les budgets pour Espace Musique. Il en résulte un éloignement du partage traditionnel 60/40 entre les services de langues anglaise et française. Ici, on coupe très peu les vivres du service francophone, tandis que dans le but de donner du poids à la demande, on coupe presque la totalité des budgets pour le service de langue anglaise, jouant ainsi avec l'équilibre linguistique des services offerts. Semer la panique intentionnellement chez l'auditoire anglophone est fort inapproprié. La SRC/CBC provoque ainsi une famine dans les services destinés à l'auditoire anglophone et perturbe à la fois son écoute et sa perception dans ce marché. Je trouve cette façon de faire très inappropriée de la part d'un diffuseur financé à même les fonds publics, qui se montre ici dépourvu de sensibilité face à sa responsabilité de refléter la culture canadienne, d'être un rassembleur canadien et de promouvoir l'unité nationale et la paix sociale entre nos deux langues officielles.

D'autre part, le Conseil a démontré beaucoup de flexibilité et de compréhension face aux défis budgétaires auxquels la titulaire fait face. Nous avons, moi le premier, permis plusieurs allègements du fardeau réglementaire de la SRC/CBC. Par ces allègements très généreux, le Conseil a permis à la titulaire d'économiser plusieurs dizaines de millions de dollars.

Nonobstant ces économies considérables, la SRC/CBC continue à prioriser les publicités sur les services de radio. Il faut se questionner sur le pourquoi, surtout quand les sommes en jeu sont si minimes.

Je comprends que le tout sera réexaminé dans trois ans, mais permettez-moi d'être sceptique. Comme le dit l'expression populaire, il sera très difficile de remettre le dentifrice dans le tube. Oublions la SRC/CBC un instant. Comment le Conseil réparera-t-il le tort fait aux petits radiodiffuseurs privés? Où est l'analyse approfondie du marché qui est habituellement commandée par le Conseil avant d'ouvrir un marché à un nouvel entrant? Combien d'emplois seront à risque dans le secteur de la radio privée?

Le Conseil se place dans une position où il lui sera difficile, s'il veut être conséquent, de refuser d'élargir cette option aux chaînes parlées du service public. Que l'équipe de ventes publicitaires de la SRC/CBC réussisse à atteindre ses projections de revenus issus

des publicités commerciales ou qu'elle échoue dans ses efforts, la tentation de trouver des arguments pour demander encore plus sera trop forte. Qui plus est, beaucoup d'intervenants ont exprimé la crainte que cette demande soit si importante parce qu'elle permet par la suite d'arriver avec la « vraie demande », soit les sommes publicitaires sur Première Chaîne et Radio One. Je comprends que la titulaire a nié le tout et que le Conseil n'a pas retenu ces arguments, mais j'aimerais attirer votre attention sur le dépôt des renouvellements de licences de mai 2011, où la SRC/CBC s'engageait à ne pas diffuser de publicité sur Espace Musique et Radio 2. Moins d'un an plus tard, cet engagement ne tient plus. On peut toujours trouver ou créer des raisons et des justifications pour permettre à la titulaire de demander plus, incluant des raisons fort légitimes comme une baisse des revenus publicitaires ou des crédits parlementaires. Mais le fait demeure que la SRC/CBC a fait volte-face par rapport à ses engagements de mai 2011. Le passé récent étant garant de l'avenir, comment pouvons-nous donc aujourd'hui nous fier aux dires de la SRC/CBC?

D'abord, la pente est très glissante une fois la porte ouverte à la commercialisation de la radio publique et, deuxièmement, il me semble clair comme l'eau de roche que la commercialisation d'Espace Musique et Radio 2 déclenchera la disparition du caractère distinctif et complémentaire de ces services.

Conséquemment, un service distinct et largement apprécié du public sera dénaturé et perdu à jamais. Cette course effrénée, et j'insiste sur le mot, détruira la marque de commerce fortement exemplaire dont jouissent ces services auprès de l'auditoire canadien. Peut-on en toute conscience détruire une marque de commerce fortement appréciée, bâtie sur des décennies comme une expérience radiophonique véritablement différente de la radio privée et dont le son distinctif est la clé du succès auprès de son auditoire?

Au final, j'ai bien peur que les effets néfastes de cette décision seront forts difficiles à renverser.