



Secteur de la radio communautaire et de campus

Rencontres informelles des intervenants Mars – avril 2009

Rapport sommaire

Le 15 juin 2009

Table des matières

Introduction.....	3
Discussions avec les intervenants du secteur.....	5
Financement.....	7
Spectre.....	10
Exigences de programmation/Exigences réglementaires y compris les catégories musicales.....	11
Secteur complémentaire aux éléments publics et privés.....	13
Questions liées au bénévolat.....	15
Incidence des licences commerciales.....	16
Problèmes relatifs à la distribution	17
Langues officielles	18
Nécessité d’avoir deux politiques nécessaires	19
Attribution de licences aux entreprises en développement.....	20
Nouveaux médias.....	21
Préoccupations relatives aux processus du Conseil, à l’accès au Conseil et au traitement par le Conseil	23
Conclusion	24
Annexe 1 - Participants.....	25
Annexe 2 – Documents connexes	28

Introduction

Dans les Avis publics de radiodiffusion CRTC 2000-12 et 2000-13, le Conseil a énoncé ses politiques à l'égard des services de radio communautaire et de campus. Ces politiques ont été élaborées à la suite d'un vaste processus de consultation, tant formel qu'informel. Dans les deux cas, ces politiques étaient adaptées aux réalités du secteur de la radio communautaire et de campus ainsi qu'aux enjeux qui étaient importants il y a dix ans.

Les objectifs visés par les deux politiques consistaient à établir des mécanismes pour s'assurer que les stations qui exerçaient leurs activités dans le secteur de la radio communautaire et de campus étaient réellement en mesure de fournir une programmation complémentaire à celle des stations des secteurs de la radio publique et de la radio commerciale. Essentiellement grâce à la participation des communautés dans lesquelles elles sont exploitées, les stations de radio communautaire et de campus doivent diffuser un volume important d'émissions de créations orales et de musique alternative, provenant principalement de sources canadiennes, qui sont adaptées aux communautés qu'elles desservent et qui apportent de la diversité au sein du système canadien de radiodiffusion dans son ensemble.

Certains changements se sont produits

Depuis la publication de ces politiques, l'environnement de la radiodiffusion au Canada a subi plusieurs changements, notamment :

- il y a de plus en plus de regroupements de stations de radio commerciale (consolidation);
- des changements ont été effectués à l'égard du radiodiffuseur public et des rajustements ont été effectués quant aux genres de musique diffusée par Espace Musique et Radio 2;
- des services de radio par satellite qui diffusent un contenu diversifié sans interruption ont été mis sur pied;
- les technologies des nouveaux médias ont connu un essor;
- la convergence entre les industries de la radiodiffusion et des télécommunications est devenue de plus en plus importante.

En cours de route, le Conseil a publié une mise à jour de la Politique sur la radio commerciale (dans l'avis public 2006-158), il a examiné diverses approches concernant la réglementation des nouveaux médias, il a élaboré une politique visant à préserver la diversité des voix au sein du secteur de la radiodiffusion et il a mis sur pied une démarche réglementaire simplifiée pour de nombreux secteurs au sein du système de radiodiffusion. Il a de plus approuvé la mise sur pied d'un Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC) indépendant.

Pendant ce temps, d'un point de vue technologique, la disponibilité de la bande passante est devenue de plus en plus limitée sur les plateformes de radiodiffusion traditionnelle (comme la bande FM) et il n'y a pas d'orientation claire quant à la mise en place d'une plateforme de radiodiffusion numérique en direct.

But

Durant la période du 25 mars au 21 avril 2009, le personnel du Conseil s'est entretenu avec divers représentants du secteur de la radio communautaire et de campus partout au pays au moyen de consultations en direct ou de conférence téléphonique. L'horaire des consultations était le suivant :

Date	Lieu
25 mars	Moncton
27 mars	Ville de Québec
30 mars	Toronto
1 ^{er} avril	Winnipeg
3 avril	Calgary
6 avril	Vancouver
15 avril	Gatineau (par conférence téléphonique)
16 avril	Gatineau (par conférence téléphonique)
16 avril	Gatineau (en direct)
21 avril	Gatineau (en direct)

Au bout du compte, le personnel du Conseil s'est entretenu avec les représentants de 49 stations ainsi qu'avec des représentants du Mouvement des intervenants/es en communication radio de l'Ontario (MICRO), de l'Association des radios communautaires de l'Atlantique (ARCA), de l'Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick (ARCANB), de l'Association des radios communautaires de l'Ouest et Territoires (ARCOT), de l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC-C), de l'Association des radios communautaires du Québec (ARC-Q), de l'Association Nationale des Radios Étudiantes et Communautaires Inc. (ANREC), de la Quebec Association of Anglophone Community Radio (QAACR) et du Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC).

Une liste complète des participants est fournie à l'annexe 1 du présent document.

Le but de ces consultations était de confirmer, tant du point de vue des stations que de celui des associations qui les représentent, les enjeux qui touchent actuellement le secteur. Avant les consultations prévues, le personnel du Conseil a fait circuler un document qui contenait les points suivants dans le but d'orienter les discussions :

- **Langues officielles**
 - La capacité des communautés de langue officielle en situation minoritaire à obtenir du temps d’antenne;
 - La représentation actuelle des communautés de langue officielle en situation minoritaire dans la programmation des stations;
 - Le rôle du secteur de la radio communautaire et de campus, qui consiste à tenir compte des langues officielles des minorités et à les promouvoir;
 - Les difficultés auxquelles les stations anglophones et francophones autorisées sont confrontées.
- **Financement**
 - Sources (source d’origine gouvernementale ou non gouvernementale, cotisations de membres, publicité, FCRC, autres);
 - Difficultés quant à la capacité d’obtenir du financement.
- **Programmation**
 - Exigences imposées par le Conseil;
 - Exigences imposées par les stations (c’est-à-dire les politiques internes des stations);
 - Capacité à maintenir une programmation qui soit complémentaire à celle des secteurs de la radio commerciale et de la radio publique.
- **Nouveaux médias**
 - La place du secteur de la radio communautaire et de campus dans l’environnement des nouveaux médias;
 - Les difficultés auxquelles le secteur est confronté et qui pourraient l’empêcher de jouer pleinement son rôle dans l’environnement des nouveaux médias;
 - L’évolution des technologies (Internet et technologies conventionnelles) – coûts et adoption.
- **Exigences réglementaires**
 - Estimez-vous que certaines des exigences réglementaires imposées par le Conseil sont trop contraignantes? Dans l’affirmative, lesquelles? Que peut-on faire?
 - De quelle façon le Conseil devrait-il traiter l’audiomosaique et les autres formes expérimentales de musique (mixage, platinisme, autres)?
- **Autres questions**
 - Réalités quotidiennes de l’exploitation de votre station;
 - Autres sujets qui, selon vous, devraient être examinés.

Discussions avec les intervenants du secteur

Le secteur de la radio communautaire et de campus n’est en aucun cas une entité homogène. En fait, il se définit plutôt par ses différences. Chaque station, à l’exception d’une¹, est exploitée par un groupe indépendant qui doit composer avec ses propres

¹ Radio Beauséjour se distingue du fait qu’elle est le seul radiodiffuseur communautaire à posséder des licences pour deux stations, soit CFBO-FM Moncton et CJSE-FM Shediac.

pressions, ses forces, ses faiblesses et ses défis, tant à l'interne qu'à l'externe. Le but visé par chacune des stations participantes est d'être réellement représentative des communautés qu'elles desservent. De manière générale, ces communautés ne sont limitées sur le plan géographique. Elles sont plutôt caractérisées par leur participation, leurs intérêts et l'accessibilité, comme le démontrent la programmation et les activités de chaque station.

Dans le cas de chacune des stations qui ont participé aux discussions, il semblait y avoir un véritable désir d'offrir un service qui soit enraciné dans chaque communauté. Ces stations ont tenu à rappeler au personnel du Conseil qu'en plus d'être des radiodiffuseurs, elles sont d'abord et avant tout des producteurs de contenu local et elles servent de centre de liaison pour les communautés locales. Pour la plupart des stations, la participation de bénévoles est largement plus importante que celle d'employés rémunérés et, en règle générale, on remarque que la programmation est complémentaire à celle des autres types de stations du système de radiodiffusion. Il serait faux de dire qu'aucune de ces stations ne présente de similitudes avec les stations commerciales. Certaines offrent un format musical établi durant la majorité de leur semaine de radiodiffusion, tandis que d'autres tirent des revenus considérables de la publicité. Toutefois, elles semblent déployer de véritables efforts pour préserver leur caractère distinct, notamment par leur programmation, leur accessibilité et leur capacité de répondre aux besoins de la communauté, qui, de l'avis du secteur de la radio communautaire et de campus, les secteurs de la radio commerciale et de la radio publique ne sont pas en mesure de faire ou ne feront pas. De plus, plusieurs stations du secteur soutiennent que les activités économiques visent à mieux remplir leur mandat plutôt qu'à réaliser des profits (comme dans le cas de la radio commerciale).

Tout au long du processus informel, les représentants du secteur ont tenu à rappeler au personnel du Conseil la place qu'occupe la radiodiffusion communautaire dans la *Loi sur la radiodiffusion* (la *Loi*) et ils ont souligné le fait que le secteur doit être traité sur un pied d'égalité avec les secteurs de la radio commerciale et de la radio publique en ce qui a trait à l'application de la politique par le Conseil. Il est donc primordial que le secteur ne soit pas limité d'aucune façon afin qu'il puisse participer pleinement au système de radiodiffusion. Toutefois, bon nombre des intervenants ont reconnu qu'une réglementation était nécessaire. Cela dit, certains intervenants du secteur ont indiqué que la réglementation imposée ne devrait pas l'être au détriment de l'innovation.

Comme il a été mentionné, le taux de participation aux consultations a été élevé; des représentants de 49 stations, de 8 associations (nationales et régionales) et du FCRC ont donné leur avis. Bon nombre de questions ont été abordées tout au long du processus de collecte de renseignements et chacune de ces questions est examinée dans le présent document.

Le personnel du Conseil a rappelé à tous les participants que les avis formulés au cours des discussions ne feraient pas partie du dossier officiel de ces instances, qu'un rapport sommaire pourrait être produit et que, dans le cas où un tel document serait rendu public,

aucun des commentaires formulés ne serait attribué à un intervenant en particulier. Ce qui suit constitue un résumé de ces discussions.

Le lecteur doit garder à l'esprit qu'il ne s'agit pas d'un compte-rendu complet des discussions qui ont eu lieu et que ce document est le résultat d'efforts sincères pour résumer de façon claire et cohérente les questions et les préoccupations d'un secteur solide et diversifié. Comme toujours, tous sont invités à participer à la portion formelle de ce processus pour attirer l'attention sur des questions qui ont été négligées, pour apporter des précisions à des questions qui ont été abordées et pour étayer les discussions très informelles entre le personnel du Conseil et les représentants du secteur.

Financement

Le problème clé du secteur de la radio communautaire et de campus est le financement. Les stations de ce secteur tirent leurs revenus notamment de la publicité qu'elles diffusent en quantité limitée (les volumes varient toutefois d'une station à l'autre essentiellement en fonction de l'endroit, du profil linguistique et du service offert), d'initiatives de financement, de subventions, de dons et, en ce qui concerne les stations de radio de campus, des droits prélevés auprès des étudiants. Bien qu'ils varient d'une station à l'autre, les niveaux de financement de la plupart des stations et l'ensemble des revenus qu'elles génèrent leur permettent normalement de survivre, mais pas de se développer.

Les radiodiffuseurs commerciaux privés (qui représentent 60 % des services sonores et radiophoniques) ont généré 1,5 milliard de dollars en 2007, soit une hausse de 6 % ou de 87 millions de dollars par rapport à 2006². En ce qui concerne le radiodiffuseur public, de son budget de 1,6 milliard de dollars pour l'année de radiodiffusion 2007-2008, 1 milliard de dollars provenaient de crédits parlementaires³. Le personnel du Conseil s'est vu rappeler que les revenus générés par le secteur de la radio communautaire et de campus de même que le financement qu'il reçoit ne se comparent en rien aux importants revenus générés par les secteurs de la radio commerciale et de la radio publique.

Enjeux

Des représentants de partout au pays ont répété que la priorité de leurs stations est de survivre et non d'évoluer. Comme c'est le cas pour d'autres radiodiffuseurs, les radiodiffuseurs du secteur de la radio communautaire et de campus, qui doivent souvent composer avec des revenus largement inférieurs, ont parfois de la difficulté à acquitter les frais liés aux nécessités comme le loyer, le personnel, la gestion des droits, l'équipement et la formation. De nombreuses stations du secteur de la radio communautaire et de campus n'ont pas d'employés qui sont assignés à la génération de revenus (que ce soit des revenus de publicité, des subventions ou les deux), et les sources de revenus sont une préoccupation. Compte tenu de la situation économique actuelle (au moment d'écrire ces lignes, le Canada vivait un ralentissement économique considérable dans le cadre de ce

² Source : [Mise à jour au Rapport de surveillance des communications du CRTC – 1^{er} septembre 2008](#)

³ Rapport annuel de CBC/Radio-Canada – <http://www.cbc.radio-canada.ca/rapportsannuels/2007-2008/pdf/vol2/CBCAR08FV02.pdf>

que l'on considère de plus en plus comme une récession mondiale), la capacité de générer des revenus grâce à des initiatives de financement et à d'autres dons risque, selon les intervenants du secteur, de diminuer de façon importante. Certaines des stations de radio de campus ont également fait mention de problèmes permanents découlant de la diminution ou de la stagnation des frais de scolarité, lesquels doivent constamment faire l'objet de justifications auprès des associations étudiantes.

En ce qui concerne les demandes de subventions, tant les stations de radio communautaire que les stations de radio de campus ont fait remarquer que les subventions sont, pour la plupart, axées sur les projets et proviennent de « caisses noires » qui ne visent pas précisément leur secteur, tandis que certaines subventions gouvernementales (à l'extérieur de la province de Québec) sont accordées pour financer des frais de démarrage exclusivement, pour moderniser des équipements et pour venir en aide aux organismes des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Le fait que ce financement est accordé de façon quelque peu désordonnée fait en sorte qu'il est très difficile de planifier à long terme et de régler des problèmes importants qui devraient être réglés au cours de l'année.

Les stations du secteur ont également fait remarquer que, bien qu'elles soient conscientes que le fait de demander le statut d'organisme de bienfaisance pour faciliter la collecte de dons peut offrir des possibilités et des avantages, les obstacles et les exigences d'ordre juridique rendent souvent ce processus difficile, voire impossible.

Les intervenants du secteur, partout au pays, ont soutenu que l'absence de financement de base est l'obstacle le plus important auquel sont confrontées les stations pour, dans certains cas, assurer leur survie, et dans d'autres, permettre une certaine expansion ou une évolution. Bien que le financement axé sur les projets soit apprécié, il s'avère d'une utilité limitée. En fait, ce type de financement ne tient pas compte de la réalité ni de ce dont le secteur a besoin ou est en mesure d'obtenir par lui-même⁴. En outre, il est particulièrement difficile de l'obtenir. Le fardeau administratif que représentent les demandes régulières de subventions semble nécessiter des efforts qui devraient normalement être consacrés à des questions plus urgentes comme la nécessité de réparer de l'équipement brisé, de surveiller la programmation, d'offrir de la formation, et ainsi de suite.

Solutions

Il convient de préciser que le secteur ne veut pas être accusé de demander l'aumône. Au contraire, le financement de base, quelle qu'en soit la source, est perçu comme un traitement équitable accordé en fonction de la position et de la capacité des autres secteurs de générer des recettes. Tout au long du processus de collecte de renseignements, les intervenants du secteur n'ont pas hésité à proposer des solutions. Certains ont soutenu qu'un système de financement de base prévoyant un versement

⁴ Les intervenants du secteur ont souvent noté le fait que le financement axé sur les projets ne semblait pas vraiment pertinent dans leur cas étant donné que la majorité de la programmation était déjà produite par des bénévoles.

annuel de 40 000 \$ à 100 000 \$ par station serait l'idéal. D'autres n'étaient pas disposés à offrir des montants fixes, mais tous s'entendaient pour dire que le plus important était d'établir un certain montant sur lequel les plans annuels pourraient être basés.

Quant à la source de ce financement, certains ont soutenu que la solution résidait dans la redistribution d'une part des droits de licence (Partie II) que le Conseil perçoit auprès des radiodiffuseurs⁵. D'autres estimaient que le secteur de la radio commerciale pourrait verser une contribution de base (comme celle dont bénéficient FACTOR et MUSICACTION⁶) afin de compenser son utilisation des ondes publiques dans un but lucratif. D'autres parties jugeaient nécessaire que tous les diffuseurs (radiodiffuseurs et télédiffuseurs) ainsi que toutes les entreprises de distribution de radiodiffusion, les entreprises de télécommunications et, en fait, toutes les entités régies par le Conseil, soient tenus de contribuer aux médias communautaires et, bien entendu, au secteur de la radio communautaire et de campus. Par ailleurs, la possibilité que Patrimoine canadien offre également un certain financement n'a pas été exclue des discussions. Il convient de noter que l'ANREC, l'ARCC, l'ARCQ et la QAACR explorent toutes activement des possibilités de financement auprès des différents ordres de gouvernement.

En ce qui concerne la manière dont ce financement pourrait être distribué, tous se sont entendus pour dire que des sommes pourraient être allouées au FCRC. Toutefois, et surtout, il a de nouveau été établi que toute contribution au FCRC doit être faite sans condition. C'est-à-dire que le FCRC devrait pouvoir gérer tous les fonds qu'il obtient de la façon qui convient le mieux au secteur, et non en fonction de projets dirigés par un tiers, qui pourrait très bien ne pas être affilié au secteur. En outre, certains craignaient que la structure du FCRC et son modèle actuel de financement axé sur les projets ne contribuent à ralentir sa croissance. Le FCRC lui-même a également soutenu que, bien qu'il ait sollicité du financement auprès du secteur commercial, bon nombre de ses tentatives et de ses appels sont demeurés infructueux.

Pour ce qui est de la publicité, de nombreux intervenants de la radio communautaire ont fait valoir qu'il est difficile d'en obtenir parce que les agences de publicité se fient généralement aux données recueillies par BBM. Comme la plupart des stations de ce secteur ne s'inscrivent pas aux sondages BBM en raison des coûts qui s'y rattachent, elles sont souvent ignorées en dépit de leur auditoire. On a soutenu que le secteur de la radio communautaire et de campus n'est envisagé que pour combler des lacunes sur le plan publicitaire dans certains marchés.

En outre, bien que la publicité ne constitue pas un problème aussi préoccupant pour la radio de campus, certains voyaient du potentiel dans la publicité, mais ont demandé que la règle limitant la diffusion de la publicité à quatre minutes par heure pour ces stations soit assouplie. Toutefois, d'autres estimaient que les restrictions relatives à la publicité jouent un rôle important, dans la mesure où elles contribuent à ce que le secteur demeure libre de toute influence commerciale.

⁵ Tel qu'il est établi à l'article 3 du [Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion \(DORS/97--144\)](#)

⁶ Tel qu'il est établi au paragraphe 15(4) du [Règlement de 1986 sur la radio](#)

Spectre

Dans tous les grands marchés du pays et dans de nombreux marchés de taille moyenne, le spectre est rare. Cette rareté limite la capacité des nouveaux venus de fournir des services à ces marchés et nuit à la capacité des titulaires d'étendre leur couverture locale soit en ajoutant des émetteurs soit en modifiant les paramètres techniques existants.

De nombreuses stations dans ce secteur fournissent des services à leurs communautés à l'aide d'installations de transmission de faible puissance, radiodiffusant à une puissance apparente rayonnée maximale (ou une puissance apparente rayonnée moyenne) de 50 watts avec une hauteur estimative maximale au-dessus du terrain moyen de l'antenne de 60 mètres. Que ce soit pour des raisons financières, à cause de l'emplacement de l'antenne ou parce que la politique du Conseil l'exige (comme dans le cas des stations en développement qui sont limitées à 5 watts), parfois ces entreprises fonctionnent en ayant une couverture relativement restreinte des communautés qu'elles desservent. En outre, ces entreprises ne bénéficient d'aucune protection de la part d'Industrie Canada quant à l'utilisation de la fréquence qu'elles exploitent⁷. Elles ne sont pas non plus nécessairement informées de toutes demandes susceptibles d'avoir une incidence sur leurs opérations. Récemment, plusieurs de ces stations ont été forcées de changer de fréquence, ou d'en envisager la possibilité, afin de satisfaire les nouveaux venus sur un marché. Mentionnons par exemple CJAM-FM Windsor, CJAI-FM Amherst Island/Stella et CFXU-FM, Antigonish.

À mesure que les marchés deviennent de plus en plus saturés et les fréquences de plus en plus rares, le secteur de la radio de campus et communautaire est encore plus préoccupé par le fait que sa capacité de maintenir efficacement une présence sur la bande FM et de servir adéquatement ses communautés est de plus en plus compromise. En outre, les frais engagés pour changer de fréquence (y compris les coûts associés à un mémoire technique, au remplacement du matériel, à la relocalisation de l'antenne, etc.) peuvent drainer une part considérable des fonds disponibles d'une station et des fonds provenant de ses campagnes de financement annuelles. La grande majorité des stations du secteur de la radio de campus et communautaire ont répété que leurs entreprises ont besoin d'une certaine forme de protection. Non seulement le manque de protection est un fardeau financier pour certaines stations, mais, selon le secteur de la radio de campus et communautaire, il va à l'encontre des énoncés de politique de la Loi indiquant qu'un système de radiodiffusion est composé d'éléments publics, privés et communautaires.

À ce stade-ci, il est important de reconnaître que l'interprétation que fait le secteur de la radio de campus et communautaire du « système de radiodiffusion » n'est pas fondée sur une échelle nationale, mais plutôt sur une échelle par marché, ce qui signifie que l'on a l'impression que, pour être sur un pied d'égalité, le système doit être également réparti au

⁷ Comme il est énoncé à la section E-1.1.1 de la règle d'Industrie Canada [RPR-3 – Règles et procédures de demande relatives aux entreprises de radiodiffusion FM](#) : « Une station FM de faible puissance (FMFP) est une assignation secondaire qui est exploitée dans un canal à titre non protégé ».

pays. Sans nécessairement avoir un nombre de stations égal à celui de toutes les stations commerciales ou à chaque émetteur exploité par la Société Radio-Canada (SRC), le secteur estime avoir besoin d'une place réservée dans des marchés où il n'est pas présent actuellement⁸. Le secteur a aussi mentionné au personnel du Conseil que, même dans les marchés où il assure une présence, le nombre croissant de licences a nui à des fréquences autrefois viables, en raison d'une augmentation de l'interférence causée par des stations adjacentes et des stations situées dans des marchés voisins. Le Conseil, par l'entremise de son personnel, a été prié de ne pas rendre de décision en se fondant sur les mérites techniques seulement, mais plutôt en tenant compte du secteur de la radio de campus et communautaire dans son processus décisionnel, que des interventions aient été déposées ou non en son nom.

Exigences de programmation/Exigences réglementaires y compris les catégories musicales

Tout comme leurs contreparties commerciales et publiques, les titulaires d'une licence de station de radio de campus ou communautaire sont assujettis, outre aux autres lois et règlements, au *Règlement de 1986 sur la radio* et à la *Loi sur la radiodiffusion*, ainsi qu'à plusieurs politiques du Conseil, notamment à la politique relative à la radio de campus (Avis public 2000-12) et à la politique relative à la radio communautaire (Avis public 2000-13).

Le Conseil impose aux stations de radio de campus et communautaire, dans leurs activités de programmation quotidiennes, des conditions de licence, notamment des limites sur la quantité de succès qui peuvent être radiodiffusés (pour les stations de campus), et des exigences relativement au contenu canadien, au contenu verbal et au contenu musical de catégorie 3 (intérêt spécial). En outre, le secteur des stations de radio de campus et communautaire est tenu de se conformer à toutes les dispositions pertinentes du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), de classer sa programmation selon les catégories définies par le Conseil (décrites dans l'Avis public CRTC 2000-14), et de respecter plusieurs politiques relatives aux exigences de programmation.

Programmation

Au cours de leur réunion avec le personnel du Conseil, des stations du secteur ont mis en doute la pertinence de certaines exigences de programmation que les stations de radio de campus et communautaire doivent respecter actuellement. Par exemple, l'exigence pour les stations de radio de campus et communautaire de type B de consacrer 25 % de la semaine de radiodiffusion au contenu verbal était considérée trop élevée. Certaines stations avaient l'impression que pour être en mesure de respecter ce niveau, il fallait répéter le contenu à plusieurs reprises, tandis que d'autres ont souligné qu'il fallait se

⁸ À cet égard, on a suggéré d'établir un plan radiophonique à long terme pour le secteur semblable à celui qui a été mis sur pied pour la SRC.

servir d'émissions qui n'étaient pas pertinentes sur le plan local et, dans certains cas, d'émissions étrangères, pour respecter le niveau requis de contenu oral.

En ce qui a trait à l'exigence de radiodiffuser un niveau minimum de musique de catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé), certaines stations du secteur se demandaient pourquoi elles devraient radiodiffuser des types de musique peu susceptibles d'intéresser leurs communautés. Certaines stations, situées dans des communautés éloignées ou dans des communautés rurales, trouvaient l'obligation de radiodiffuser des concerts, du jazz, du blues ou d'autres musiques d'intérêt spécial peu pertinentes, et avaient l'impression que cette exigence ne faisait que contribuer à éloigner les auditeurs de leurs communautés durant ces plages de programmation. Certaines stations ont aussi fait remarquer qu'étant donné la nature bénévole de leur programmation, si elles ne pouvaient pas trouver un service de programmation prêt ou intéressé à fournir le contenu, il leur était très difficile d'obtenir ce contenu. Toutefois, d'autres stations, surtout des stations de campus en milieu urbain, ne voyaient pas vraiment de problème pour ce qui est de radiodiffuser cette musique étant donné qu'une partie de leur auditoire demandait que cette musique soit diffusée.

Solutions

Si l'on examine les exigences de programmation relatives au contenu verbal et musical, comme mentionné, il est important de reconnaître qu'il existe plusieurs différences régionales quant à l'acceptation de ce qu'on a souvent appelé des quotas et aux opinions sur leur pertinence. En fait, de nombreuses stations, sinon la plupart, qui ont participé à ce processus informel ont insisté sur les exigences régionales. Les solutions soumises à l'examen du Conseil comprenaient une différence accrue pour les stations de radio communautaire, selon laquelle la taille de la communauté desservie plutôt que la présence d'un exploitant commercial serait le principal facteur de distinction. À cet effet, l'ARC-Q a suggéré une typologie alphabétique étendue afin de prendre davantage en compte les différences régionales concernant les stations. Bien sûr, cette typologie permettrait l'adoption d'un règlement souple, axé principalement sur la programmation, selon le type de station.

D'autres ont suggéré de faire davantage confiance au secteur et, plutôt que d'établir des exigences de programmation rigides, certaines stations estimaient que le Conseil pourrait fixer une série de buts et d'objectifs, en laissant le libre cours au secteur. D'autres estimaient qu'une approche par station serait préférable, selon laquelle, au moment de l'octroi de la licence ou de son renouvellement, une station s'engagerait à respecter certains niveaux de programmation au cours de la durée de la licence suivante (ce qui ressemblait pratiquement à une promesse de réalisation). D'autres ont également suggéré qu'au lieu d'imposer des exigences strictes pour les catégories musicales de les remplacer par des exigences en matière de diversité et de contenu musical local ou par des exigences de diversité fondées sur un nombre d'artistes ou de sélections distinctes.

Autres exigences

Dans l'ensemble, il semblait que les règles du Conseil étaient difficiles à suivre et que de se tenir au fait de la réglementation et des politiques, de les trouver et de les mettre en œuvre constituaient un travail à temps plein qui empiétait sur d'autres préoccupations, souvent plus urgentes. À cet égard, (comme il en sera question plus loin), le secteur a rappelé au personnel du Conseil que les ressources humaines rémunérées sont limitées, étant donné principalement les difficultés de financement permanentes. Le secteur de la radio de campus et communautaire a souligné les difficultés liées à la tenue de registres, la navigation entre les catégories de musique (que certaines stations ont jugées « archaïques ») et exprimé une préférence pour différentes façons de mesurer (notamment des exigences mensuelles ou annuelles plutôt qu'hebdomadaires ou quotidiennes).

La logique de l'année financière du Conseil (s'échelonnant du 1^{er} septembre au 31 août) a été également mise en doute. À cet égard, on a fait remarquer que les années financières de la plupart des organismes de financement vont du 1^{er} avril au 31 mars d'une année donnée, tandis que d'autres organisations avec lesquelles le secteur fait affaire ont des années financières qui vont du 1^{er} janvier au 31 décembre. Le secteur de la radio de campus et communautaire a souvent indiqué au personnel du Conseil avoir l'impression d'être constamment en train de faire des rapports pour la myriade d'organismes avec lequel il fait affaire.

Secteur complémentaire aux éléments publics et privés

À l'heure actuelle, le Conseil estime que le secteur de la radio de campus et communautaire en général devrait ajouter de la diversité au système de radiodiffusion en offrant des émissions dont le contenu verbal et musical diffère de celui offert par les stations commerciales et la Société Radio-Canada (SRC). La différence en ce qui concerne ces deux autres secteurs (privé et public) est par conséquent mesurée d'abord en termes de programmation offerte plutôt qu'en fonction du service offert dans l'ensemble.

Bien qu'il semble y avoir une certaine acceptation et même approbation de l'idée voulant que le secteur de la radio de campus et communautaire soit distinct, et doive l'être, tant des éléments publics que privés, la façon dont cela est conçu mériterait, selon certains participants, d'être revue. Par exemple, au-delà de fournir une programmation complémentaire, chaque station de radio de campus ou communautaire définit en partie son mandat comme suit : être une organisation ombrelle en vertu de laquelle les organismes communautaires locaux, les mouvements sociaux, les entreprises, les artistes et les gouvernements peuvent répandre leurs messages respectifs, contribuer à solliciter l'aide de la communauté pour ses initiatives et participer à la programmation.

Responsabilité communautaire/Programmation locale

Comme il en a été question plus tôt, le secteur de la radio de campus et communautaire a le sentiment en général d'avoir une responsabilité directe envers les communautés qu'il

dessert Selon de nombreuses stations du secteur, leurs activités et leur programmation sont considérées comme des processus ascendants, établies en fonction des intérêts exprimés par la communauté plutôt qu'en fonction de recherches en marketing, de stratégies de marque ou d'objectifs généraux d'entreprise. Par conséquent, il est important de noter qu'elles fournissent une programmation presque exclusivement locale à laquelle participent des membres de la communauté dont les émissions ne seraient pas nécessairement diffusées à la radio commerciale ou à la SRC

En plus de la responsabilité envers la communauté du point de vue de la programmation, il y a aussi l'idée d'être un « bon citoyen » en offrant du temps d'antenne et une infrastructure aux municipalités, notamment pour la diffusion de messages urgents, de débats politiques et d'autres activités civiles. Par conséquent, de nombreuses stations estiment qu'elles fournissent bien plus que du divertissement et qu'elles sont bien plus qu'un organisme communautaire. Pour de nombreuses stations, il existe un élément de sécurité publique et un élément démocratique qu'elles ont le sentiment de devoir fournir.

Entreprises culturelles

Il est aussi important de noter que les stations de radio de campus et communautaire ne peuvent être achetées ni vendues étant donné que ces entités sont contrôlées par des sociétés sans but lucratif qui sont, à leur tour, contrôlées par leurs conseils d'administration respectifs. Il n'y a pas d'actions, publiques ou autres, et les conseils d'administration sont composés de membres de leurs diverses communautés. Dans le cas des stations de radio de campus en particulier, le Conseil prévoit que les communautés desservies comprendront la population étudiante et l'administration associée au campus où elles mènent leurs activités.

Artistes de la relève

Étant donné son mandat de fournir une programmation complémentaire aux secteurs de la radio commerciale et publique, le secteur de la radio de campus et communautaire se concentre principalement sur les artistes de la relève canadiens pour sa programmation musicale (bien que cela varie d'une station à l'autre). De nombreuses stations ont rappelé au personnel du Conseil que, dans le cadre de leurs rôles et de leurs mandats de base, les stations du secteur de la radio de campus et communautaire sont tenues de diffuser les artistes canadiens de la relève, que ce soit pour le contenu musical ou verbal. Outre une exposition en ondes, les stations fourniront souvent leurs studios pour l'enregistrement gratuit d'interprétations en direct et faciliteront l'engagement de ces artistes pour des spectacles locaux.

En outre, ces stations servent souvent, bien que parfois à contrecœur, de lieux de formation pour des radiodiffuseurs qui, depuis, sont passés à la radio commerciale ou à la radio publique.

Enjeux

À l'heure actuelle, le point de vue selon lequel le secteur de la radio de campus et communautaire soit complémentaire aux secteurs public et privé est avant tout fondé sur la nécessité de fournir une programmation distincte de celle fournie par les radios commerciales et la radio publique. Une nécessité supplémentaire pour les stations de radio de campus est de fournir une programmation complémentaire à toutes les autres stations de radio de campus et communautaire menant leurs activités dans le même endroit. Par conséquent, le secteur de la radio de campus et communautaire continue d'avoir le sentiment de devoir constamment adapter sa programmation, pas nécessairement pour le bénéfice de ses auditeurs, mais pour continuer de se distinguer des autres services de programmation disponibles sur le marché.

Diverses stations estimaient que la reconnaissance de leur mandat va bien au-delà de la programmation. À cet égard, on a fait valoir qu'une reconnaissance officielle de ces réalités contribuerait à une meilleure intégration dans leurs communautés et ouvrirait des portes à des possibilités de financement. Par exemple, certaines stations ont fait remarquer qu'elles opèrent dans des domaines où les secteurs de la radio commerciale et publique fournissaient principalement une programmation réseau contenant peu ou pas d'émissions produites localement les fins de semaine ou durant les périodes creuses. La notion voulant que le Conseil pourrait reconnaître, d'une certaine manière officielle, le fait que le secteur de la radio de campus et communautaire était bien placé pour fournir des services de radiodiffusion d'urgence pourrait faciliter l'obtention de subventions ou de dons de leur municipalité respective pour compenser divers coûts techniques ou opérationnels.

Questions liées au bénévolat

Le secteur de la radio de campus et communautaire dépend principalement de la participation de bénévoles pour le bon fonctionnement de ses stations. En outre, la participation des bénévoles aide le secteur à remplir son mandat en intégrant la communauté dans ses activités, fournissant des services allant de la programmation à la gestion de la station dans certains cas. Parfois, les stations sont exploitées exclusivement par des bénévoles (par exemple, CJLY-FM à Nelson, Colombie-Britannique).

La programmation repose avant tout sur la participation des bénévoles, certaines grandes stations employant plus de 100 groupes de programmation distincts (chacun ayant son propre horaire dans le calendrier hebdomadaire) le nombre de bénévoles dépassant largement le nombre d'employés rémunérés. Toutefois, dans certaines situations, des stations font beaucoup moins appel à des bénévoles, ayant la capacité d'avoir davantage d'employés rémunérés. Des bénévoles seront présents, mais en moins grand nombre.

Enjeux

Dans de nombreux cas, lorsqu'il y a un cadre d'employés rémunérés, ces employés sont en général moins bien payés que ceux des stations de radio commerciale, travaillent souvent à temps partiel et sont obligés d'être des généralistes plutôt que des spécialistes (p. ex. un directeur des programmes peut aussi être responsable des ventes, participer à la coordination du travail et à la formation des bénévoles, collaborer au processus de demande de subventions; il doit régler les pannes techniques et coordonner les campagnes de financement).

Le secteur a fait remarquer que bénévole n'était pas synonyme de main-d'œuvre gratuite. Une somme considérable de temps, d'argent et d'énergie est investie dans la formation des bénévoles qui, en raison du roulement, du manque d'intérêt ou d'autres raisons est continuellement réinvestie durant toute l'année. Souvent, une station bénéficie d'une base de bénévoles; toutefois, le roulement constant des autres bénévoles fait partie de la réalité quotidienne que connaissent de nombreuses stations du secteur, soit l'adaptation et l'improvisation.

Dans les zones urbaines, le bénévolat est souvent considéré comme la victime d'autres occasions de bénévolat, de possibilités d'emplois rémunérés dans le même domaine (soit auprès de la SRC ou de la radio commerciale), de l'achèvement des programmes d'études (comme dans le cas des stations de radio de campus) ou d'autres raisons. Dans les zones rurales, le bénévolat souffre habituellement des pressions exercées par les réalités de la vie rurale. Par exemple, dans de nombreux cas, les bénévoles doivent parcourir des distances considérables, bien souvent par un temps inclément, pour participer, ce qui ajoute des frais de transport aux dépenses d'une station. Les stations rurales ont également indiqué qu'elles souffraient des changements démographiques, leurs jeunes quittant la campagne pour les possibilités qu'offrent les centres urbains, laissant une base de bénévoles vieillissante et stagnante.

On ne peut passer sous silence les répercussions de la conjoncture économique actuelle. Comme l'ont souligné certaines stations, le bénévolat est de nature cyclique et augmente parfois lorsque l'économie est en santé.

Incidence des licences commerciales

Bien qu'il y ait quelques exceptions, les revenus publicitaires des stations de radio de campus et communautaire sont en général faibles comparativement à ceux de leurs contreparties de la radio commerciale. En général, du point de vue économique, l'octroi d'une licence à une nouvelle station de radio commerciale dans un marché donné ne devrait pas avoir une incidence notable sur les activités des stations de radio de campus et communautaire titulaires. Il est permis de croire que les activités de nouvelles stations commerciales auront une incidence sur différents fronts.

Enjeux

Comme il est mentionné ci-dessus, les stations de radio de campus et communautaire ont recours à un modèle de revenus qui permet d'obtenir du financement de plusieurs sources. Les sources de financement et la proportion qu'elles versent dépendent entièrement du contexte et de la situation géographique, de la population desservie, de leur association ou non avec un campus, de la langue ou d'autres raisons. Par conséquent, du point de vue des revenus, les stations qui dépendent principalement des revenus publicitaires peuvent en ressentir davantage les effets sur leur capacité de soutenir leurs activités que d'autres stations, notamment les stations de radio de campus qui bénéficient, la plupart du temps, d'un flux continu de fonds grâce aux droits versés par les étudiants. De nombreuses stations ont soutenu que le Conseil, lorsqu'il étudiait la possibilité de faire entrer un nouveau venu dans un marché, prenait rarement en compte la position économique du secteur de la radio de campus et communautaire et les effets que peuvent avoir l'arrivée de ce nouveau venu.

Mis à part les revenus, l'octroi de licences à de nouvelles radios commerciales, notamment dans les niches réservées aux services commerciaux (à savoir les stations fondées sur les albums de musique adulte alternative, les stations de musique blues, les stations de musique classique, etc.) et les services ethniques ont la plus grande incidence en ce qui concerne la programmation. On a soutenu que, parce que les stations de radio de campus et communautaire (en particulier les radios de campus situées dans les centres urbains) étaient davantage axées sur ce genre de programmation, l'octroi d'une licence et les opérations de ces nouveaux venus obligeaient les stations de radio de campus et communautaire à modifier leur programmation pour compenser la perte de leurs services de programmation ou pour demeurer complémentaires en matière de programmation.

Encore une fois, dans ce contexte, on a fait remarquer qu'une augmentation des octrois de licences dans divers marchés supprimait l'accès à des fréquences de certaines régions qui, autrement, seraient utilisables. Cela a pour effet de diminuer la capacité des stations du secteur de la radio de campus et communautaire de prendre de l'expansion là où elles ne sont pas présentes actuellement.

Problèmes relatifs à la distribution

Contrairement à la radio commerciale qui cherche à distribuer dans le but de réaliser un gain monétaire et au secteur public qui cherche à distribuer, en grande partie, pour répondre aux exigences de la Loi, les préoccupations du secteur de la radio communautaire et de campus en matière de distribution touchent la capacité de rejoindre efficacement les communautés locales qu'il est autorisé à desservir. Par conséquent, la distribution ne représente pas un moyen d'arriver à une fin mais plutôt une fin en soi.

Ces derniers temps, en raison du manque d'observations ou d'objections, le Conseil a décidé d'éliminer les paragraphes 22, 23(1)(b), 23(2) et 34(b) du *Règlement sur la*

*distribution de radiodiffusion*⁹. L'article 22 du *Règlement* indique notamment que le titulaire de classe 1 et tout titulaire de classe 2¹⁰ qui choisit de distribuer dans une zone de desserte autorisée un service de programmation sonore doivent y distribuer les services de programmation de chaque station de radio locale qui est une entreprise de programmation (radio) et qui est autorisée à titre de station de campus, station communautaire. Comme cette exigence est maintenant éliminée, de nombreux représentants ont exprimé leurs préoccupations quant à l'impossibilité de distribuer leurs services dans les secteurs qui, bien qu'étant situés à proximité du secteur visé par la licence, ne peuvent pas recevoir les services notamment en raison des restrictions topographiques ou de la faiblesse du signal. On a rappelé au personnel du Conseil que dans le cas du secteur de la radio communautaire et de campus, la distribution aide à compenser les restrictions relatives au spectre.

Le secteur de la radio communautaire et de campus était manifestement préoccupé au sujet de la portée. En plus de leurs préoccupations quant à l'incapacité de pénétrer dans des marchés non exploités à l'heure actuelle et leur capacité à maintenir leurs signaux dans le spectre qu'elles occupent actuellement, les stations communautaires et de campus sont préoccupées au sujet de leur capacité à accroître et à maintenir leur présence sur d'autres plateformes également. Comme on l'a mentionné précédemment, la distribution par les EDR représente une préoccupation, mais comme le secteur est également avant-gardiste, il examine de nouveaux appareils multimédias comme les téléphones cellulaires, les appareils mobiles de connexion à Internet et les nouvelles technologies qui offrent d'autres moyens de distribution pour lesquels le secteur n'a à l'heure actuelle aucune garantie de distribution. En plus de cela, le secteur reconnaît que, bien qu'il représente un volet important du système de radiodiffusion, il demeure néanmoins moins important en termes de viabilité sur le plan commercial, ce qui rend sa distribution moins attirante aux yeux des distributeurs qui souhaitent retirer des bénéfices commerciaux.

Le secteur a fait remarquer que, bien que la distribution soit importante, il était difficile de fournir des preuves tangibles relatives à la portée et aux cotes d'écoute étant donné qu'en raison des coûts, la plupart des stations ne s'inscrivaient pas aux sondages BBM. De nombreuses stations utilisent plutôt les données comme les dons, la participation de la communauté et le courrier des auditeurs pour évaluer la portée et les cotes d'écoute.

Langues officielles

Dans l'ensemble, les règlements du Conseil sont les mêmes pour les stations communautaires et de campus de langue anglaise et de langue française. En d'autres mots, les exigences relatives au contenu parlé, aux succès (le cas échéant), aux pièces

⁹ Tel qu'il est établi au paragraphe 211 de la l'Avis public de radiodiffusion CRTC [2008-100](#), Ottawa, le 30 octobre 2008: « Dans l'Avis d'audience publique [Avis d'audience publique CRTC [2007-10](#)], le Conseil a proposé de supprimer les articles 22, 23(1)b), 23(2) et 34b) du Règlement sur la distribution, qui se rapportent à la distribution des différents services sonores. Peu de parties ont déposé des observations à l'égard de cette proposition et aucune ne s'y est opposée. Par conséquent, le Conseil exclura les sections ci-dessus du *Règlement sur la distribution*.

¹⁰ Tel qu'il est établi au paragraphe 1 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.

musicales de catégorie 3, à la participation des bénévoles et à d'autres volets structureaux de ces stations sont les mêmes. Outre les exigences linguistiques, le pourcentage de pièces musicales vocales de langue française que ces stations doivent diffuser constitue une exception importante.

La radio communautaire et de campus est particulièrement bien placée pour fournir des services aux communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), étant donné qu'en vertu de son mandat, elle doit être représentative de la communauté dans son ensemble. La radio communautaire et de campus prend deux formes : elle peut se consacrer entièrement à la CLOSM située dans la région géographique qu'elle dessert ou elle peut fournir des services dans la langue de la majorité tout en diffusant des émissions dans la langue de la minorité.

Enjeux

Dans le dernier cas, il existe deux situations très différentes. D'un côté se trouvent les stations qui diffusent dans les Maritimes, principalement au Nouveau-Brunswick et, de l'autre, les stations qui diffusent dans le reste du pays, souvent dans les communautés éloignées ou dans des communautés enclavées dans la majorité linguistique (par exemple, CKRP-FM à Falher, en Alberta, ou CHOQ-FM à Toronto).

Dans le cas des stations du Nouveau-Brunswick et des Maritimes qui diffusent en français, elles profitent d'une solide organisation à l'échelle régionale,¹¹ laquelle facilite les échanges d'émissions et d'autres ressources dans l'intérêt collectif. Cela ne laisse aucunement entendre que ces stations sont toutes sur un pied d'égalité. Il existe des différences importantes en fonction de la taille des communautés desservies et d'autres facteurs (par exemple, la couverture en fonction de la géographie, les questions relatives au bénévolat et les revenus en fonction des radios commerciales); mais, dans l'ensemble, ces stations sont en plein essor ou, du moins, ne sont certainement pas en difficulté.

Étant donné la taille des communautés que desservent de nombreuses stations, la viabilité financière constitue une préoccupation permanente. Même si le financement est disponible, ce dernier dépend de chaque projet. Le financement de base, offert à l'échelle fédérale par le ministère du Patrimoine canadien, provient d'un programme général de développement des communautés de langue officielle qui comprend, sans toutefois s'y limiter, le financement de la radio. Au Québec, les stations des communautés de langue anglaise (bien qu'elles ne soient pas des radios de campus) sont également admissibles au financement offert par le gouvernement provincial.

En dépit de ces difficultés, les stations qui sont dans cette situation constatent qu'elles ont un auditoire très fidèle, désignant souvent les francophones et les francophiles en tant que communauté desservie.

Nécessité d'avoir deux politiques

¹¹ ARCANB

À l'heure actuelle, le secteur de la radio communautaire et de campus est régi par deux politiques : la Politique relative à la radio de campus (Avis public CRTC 2000-12) et la Politique relative à la radio communautaire (Avis public CRTC 2000-13). L'existence de deux politiques constitue, en partie, la reconnaissance que les deux volets du secteur de la radio communautaire et de campus, quoique leur mandat soit très semblable, ont des particularités en raison desquelles une réglementation homogène n'est pas souhaitable.

En réponse aux questions sur la nécessité de ces deux politiques, de nombreux représentants des deux côtés du secteur ont exprimé leur soutien à la séparation actuelle, étant donné les différences subtiles relatives au mandat, à la structure et au financement propres à chaque volet du secteur. Toutefois, il est intéressant de remarquer que certains représentants étaient également en faveur d'une approche reposant sur une politique unique afin de simplifier la réglementation.

Certains représentants de la radio communautaire estimaient que les stations de campus étaient davantage orientées vers le divertissement que vers l'engagement à l'échelle communautaire, et que leur programmation était de nature plus conflictuelle. Les représentants des stations de campus ne partageaient pas ce point de vue, soutenant que leur engagement à l'échelle communautaire, bien que réparti dans la ville ou dans la région au sein de laquelle leurs stations diffusent, doit également tenir compte de la présence d'une communauté étudiante qui fournit une part importante du financement.

Ils estimaient que les communautés de petite taille avaient tendance à être plus participatives, une station communautaire dans une petite localité devenant un pivot important pour les activités, l'information et les interactions. On estimait qu'au sein des communautés de grande taille la nature de la participation était différente. Par ailleurs, on a fait valoir que, dans le cas des stations de campus, les émissions multiculturelles jouaient un rôle plus important que dans de nombreuses stations communautaires¹².

Attribution de licences aux entreprises en développement

À l'heure actuelle, le Conseil attribue des licences de courte durée aux stations en développement. En général, les attentes liées aux exigences de programmation sont moins strictes. Ces licences visent à offrir aux personnes inexpérimentées la chance d'ouvrir rapidement une station, de gagner le soutien de la communauté et d'élaborer la programmation sur une période de trois ans. À la fin de la période de trois ans, les titulaires peuvent demander une véritable licence communautaire de type A ou de type B (ou une licence de campus ou une licence éducative) ou cesser leurs activités.

¹² Il est intéressant de remarquer qu'à l'extérieur du Québec, les stations de campus de langue anglaise sont plus nombreuses que les stations communautaires de langue anglaise et que les stations de campus sont plus souvent situées dans de grands centres urbains au sein desquels se trouvent des communautés multiculturelles importantes, alors que les stations communautaires ont tendance à être situées dans les régions périphériques où la population est homogène. Une telle règle ne s'applique pas nécessairement au Canada français.

Bien que, dans l'ensemble, le concept de licence pour les entreprises en développement ait été accepté, la façon dont il est mis en œuvre à l'heure actuelle a soulevé des questions. Certains ont fait remarquer que le fait d'attribuer une licence pour une période de trois ans ne permettait pas à l'entreprise d'évaluer complètement la programmation et l'engagement à l'échelle communautaire avant de devoir demander une véritable licence. Certains ont également fait remarquer qu'une station pouvait mettre jusqu'à une année pour démarrer, ce qui ne lui donnait qu'un an et demi avant de devoir demander une véritable licence (étant donné que le Conseil met six mois à rendre une décision quant à l'octroi d'une nouvelle licence à la suite de la réception de la demande).

Plusieurs solutions ont été proposées. Outre la notion liée à la protection de la fréquence à laquelle elles diffusent, deux autres modifications liées à l'administration des licences pour les entreprises en développement ont été suggérées. Dans le premier cas, on a suggéré d'accroître la durée des licences pour les entreprises en développement jusqu'à cinq ans. Dans le deuxième cas, on a suggéré de transformer l'attribution des licences pour les entreprises en développement en un processus visant à garantir l'obtention d'une véritable licence. Autrement dit, la demande de licence, au lieu d'être un processus distinct, serait plutôt un processus continu débutant par l'attribution d'une licence pour les entreprises en développement et se terminant, après les examens subséquents et les ajouts à la demande initiale, par l'attribution d'une véritable licence.

Nouveaux médias

Les nouveaux médias et l'accès aux nouveaux médias évoluent constamment, à un rythme effarant. Les nouvelles technologies peuvent faciliter la distribution et accroître la portée du contenu audio de la radio communautaire et de campus tout en accroissant le nombre et les types de programmation disponible au secteur. La connectivité Internet à large bande peut également faciliter la participation des bénévoles en permettant de présenter des émissions à partir de localités éloignées et en permettant au personnel clé d'avoir accès immédiatement en temps réel à la programmation de la station pour diffuser des messages d'urgence ou pour exploiter la station à distance.

Internet

Le secteur de la radio communautaire et de campus est confronté à des obstacles importants en ce qui a trait à sa participation dans l'environnement des nouveaux médias. Bien que ces stations soient apparemment en bonne position pour tirer avantage des nouvelles technologies et des technologies émergentes et qu'il subsiste un léger désaccord quant à certaines technologies qui permettraient de régler certains problèmes de fonctionnement (par exemple, l'accès à distance pour les bénévoles), il reste que les coûts associés à ces technologies sont élevés et que leur fonctionnement et leur entretien exigent une certaine expertise. Selon les représentants du secteur, ces éléments

constituent des obstacles importants qui empêchent le secteur d'avoir pleinement recours à ces technologies. Le traitement des droits de reproduction mécanique des œuvres protégées par un droit d'auteur sur Internet constitue un autre enjeu. Autrement dit, bien que de nombreuses stations aient indiqué qu'elles souhaitaient diffuser sur Internet ou utiliser la baladodiffusion pour permettre aux utilisateurs de télécharger du contenu audio, on a souligné qu'il existait une grande incertitude quant à l'application de tarifs, y compris des préoccupations au sujet de l'application de ces tarifs actuellement à l'étude de manière rétroactive. On a rappelé au personnel du Conseil que contrairement à de nombreux radiodiffuseurs privés, l'imposition de certaines contraintes financières pouvait facilement anéantir une station communautaire ou de campus étant donnée sa situation financière précaire.

En réalité, toutefois, certaines de ces stations sont très bien adaptées à l'environnement des nouveaux médias. Par contre, à l'heure actuelle, la diffusion sur Internet ne semble pas représenter une solution de rechange à la diffusion sur la bande FM. Elle représente plutôt une solution complémentaire aux technologies existantes. En effet, la diffusion sur la bande FM jouit d'une certaine légitimité dont la diffusion sur Internet ne jouit pas (on a soulevé la notion voulant que toute personne ayant un ordinateur et ayant accès à du contenu musical pouvait diffuser du contenu sur Internet). En outre, malgré les difficultés auxquelles elles sont aux prises, les stations communautaires et de campus souhaitent participer pleinement à l'environnement des nouveaux médias.

Certaines stations ont également adopté une approche novatrice qui consiste à mélanger les avancées technologiques à la diffusion hertzienne traditionnelle. Une de celles-ci a élaboré un projet pilote visant à permettre aux communautés éloignées de langue anglaise du Québec d'avoir accès au contenu local et du contenu acquis par radio à l'aide d'émetteurs de très faible puissance, et les diffuser. Idéalement, un certain nombre de stations de très faible puissance (micro-stations) seraient situées dans des régions éloignées et rurales de la province et reliées par Internet pour partager du contenu. Idéalement, ces stations seraient reliées à une station communautaire traditionnelle afin de permettre la diffusion d'émissions d'appoint. Bien entendu, ce projet largement tributaire du financement. On se demande également comment cela pourrait être adapté au modèle réglementaire actuel du Conseil.

Autres plateformes de distribution, y compris la radio numérique

Les représentants du secteur étaient préoccupés par l'absence d'une stratégie de transition vers le numérique. Ils ont rappelé au personnel du Conseil qu'en raison de sa structure et de son mode de financement, le secteur de la radio communautaire et de campus réagit plus lentement que le secteur commercial et le secteur public à ce genre de changements. Certains représentants ont également fait remarquer qu'une stratégie de transition vers le numérique ou une autre stratégie de transition permettrait de régler le problème de la disponibilité du spectre sur la bande FM dans les grands centres urbains et dans les marchés situés à proximité.

Une place dans l'avenir

Étant donné le très grand nombre de plateformes de distribution qui plane à l'horizon et l'augmentation du contenu généré par les utilisateurs sur Internet, on a demandé aux représentants du secteur où ils se plaçaient au sein de l'environnement des nouveaux médias et s'ils croyaient être en mesure de garantir leur pertinence et de maintenir leur marque. À cette question, la plupart des représentants ont répondu qu'ils croyaient que le secteur pouvait occuper une place en dépit des mutations à venir. À l'heure actuelle, le secteur perçoit la diffusion sur Internet et la diffusion au moyen d'autres plateformes comme des sources supplémentaires permettant au secteur de diffuser dans leurs communautés et d'y demeurer. À l'avenir, le secteur croit qu'en raison de sa relation historique et permanente avec ses communautés respectives, les radios communautaires et de campus, ou toute autre forme de transmission, demeureront pertinentes à titre de stations de radio accompagnées d'autres formes de diffusion ou à titre de regroupements de contenu en ligne.

Préoccupations relatives aux processus du Conseil, à l'accès au Conseil et au traitement par le Conseil

Le fait que le Conseil ait mis l'accès sur la transparence, la prévisibilité, la rapidité et l'équité constitue un effort visant à améliorer sa relation avec les différents secteurs de l'industrie. Les conseillers ont fait preuve d'ouverture dans le cadre des discussions avec les représentants de l'industrie et l'organisation interne du personnel du Conseil a permis aux représentants de l'industrie d'obtenir rapidement de précieux renseignements en matière opérationnelle et de politiques.

Les représentants du secteur de la radio communautaire et de campus croient néanmoins que quoique le Conseil ait fait preuve d'ouverture et de disponibilité à l'égard des radiodiffuseurs commerciaux et publics, les radiodiffuseurs communautaires et de campus ont été largement laissés de côté.

Les représentants du secteur ont cité un certain nombre d'exemples et de tendances récents pour appuyer leur affirmation. Principalement, le retrait de leurs préoccupations des audiences du Conseil sur la radiodiffusion canadienne dans l'environnement des nouveaux médias¹³ ainsi que la participation restreinte des membres du Conseil aux conférences nationales de la radio communautaire et de campus. Certains représentants ont également exprimé leurs préoccupations au sujet de la faible présence des membres

¹³ Dans l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC [2008-11](#), Ottawa, le 15 octobre 2008, le Conseil a annoncé qu'il lançait une instance publique, à compter du 17 février 2009, dans la région de la Capitale nationale, afin d'examiner les questions abordées dans le présent avis concernant la radiodiffusion par les nouveaux médias.

du Conseil aux réunions non officielles dont le contenu est résumé dans le document. Ainsi, dans l'ensemble, il en ressort un sentiment général que, bien que le personnel du Conseil soit très bien informé et très utile, les membres nommés du Conseil sont en général mal informés et font preuve d'un manque d'intérêt l'égard du secteur de la radio communautaire et de campus.

D'un point de vue pratique et quotidien, les représentants du secteur étaient préoccupés par le fait que les renseignements au sujet du Conseil, les règlements et les politiques pertinents, ainsi que les renseignements sur les audiences et sur les autres activités du Conseil n'étaient pas accessibles rapidement et n'étaient pas présentés de manière organisée. Il semble que le Conseil tente de cacher la manière dont les décisions sont prises et dont les titulaires sont informés, les renseignements et les demandes de renseignements.

Conclusion

Les questions soulevées ont permis d'accroître les connaissances du Conseil au sujet du secteur de la radio communautaire et de campus et des préoccupations les plus importantes devant être examinées dans le cadre de la révision des politiques sur la radio communautaire et de campus qui doit avoir lieu prochainement.

Comme il est indiqué ailleurs dans le présent document, on encourage les représentants du secteur à participer activement aux instances publiques relatives à la révision qui doit avoir lieu prochainement et à présenter leurs préoccupations de manière officielle.

Annexe 1 - Participants

Lieu	Personne	Affiliation
Moncton	Frédéric Boulay	CJPN-FM
	Annie L. Levesque	CIMS-FM
	Jocelyne Savoie-Rattie	CIMS-FM
	Donald Noël	CKRO-FM
	Eric Morneault	CFAI-FM
	Jean-Sébastien Levesque	CKUM-FM
	Marc Le Bouthillier	CKRO-FM
	Nay Saadé	CKRH-FM
	Angus Lefort	CKJM-FM + ARCA ¹⁴
	Serge Parent	CJSE-FM + CFBO-FM
	Flavien Babineau	CJSE-FM + CFBO-FM
	Roland Bryar	ARCANB ¹⁵
Ville de Québec	Nancy Gagnon	CKRL-FM
	Raynald Lalime	CKMN-FM
	Jacques Duclos	CKVL-FM
	Claude Roy	CIEU-FM
	Gervais Desbiens	CIHO-FM
	Martin Bougie (a également comparu à Ottawa)	ARC-Q ¹⁶
	Eric Lefebvre	CIBL-FM
	Charles-Eugène Cyr	CFIM-FM
	Lise Morissette	CHGA-FM
	Patrick Fortin	CFID-FM
	Hugh Maynard (a également comparu à Ottawa)	QAACR ¹⁷
	David Teasdale	CJMQ-FM
Toronto	Deborah Cartmer	CFBU-FM
	Danaé Peart	CHRY-FM
	Candace Mooers	CHRY-FM
	Kristiana Clemens	CKUT-FM
	Roxanne Casey	CKHA-FM
	Greg Roe	CKHA-FM
	Tara-Michelle Ziniuk	CFRU-FM

¹⁴ Association des radios communautaires de l'Atlantique

¹⁵ Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick

¹⁶ Association des radios communautaires du Québec

¹⁷ Quebec Association of Anglophone Community Radio

	Jay Mowat	CHES-FM
	Marie-Gaetane Caissie	MICRO ¹⁸
	Tonia Mori	CHOQ-FM
Winnipeg	Rob Schmidt (a également comparu à Calgary)	CKUW-FM
	Robin Eriksson (a également comparu à Calgary)	CKUW-FM
	Jill Ferguson	CJJJ-FM
	Nathalie Gerard	CKXL-FM + ARCOT ¹⁹
	Annick Boulet	CKXL-FM
	Suzie Lemoine	ARCOT
Calgary	Keith Colhoun	CJTR-FM
	Catherine Fisher	CJLY-FM
	Leah Wilson	CJLY-FM
	Ken Regan	CKUA-FM
	Chad Saunders	CJSW-FM
	Luke Meat	CITR-FM
	Mark Shields	CJSW-FM
	Ryan Quiring	CJSF-FM
	Samantha Power	CJSR-FM
	Jorden Ager	CKXU-FM
	Jesse Northey	CKXU-FM
	Aaron Levin	CJSR-FM
	Terry Brennan	CJLY-FM
Vancouver	Anne Carlson	CHLY-FM
	Charlotte Bourne	CJSF-FM
	Ken Zakreski	« CKGI » (non-titulaire, projet en élaboration)
	Leela Chinniah	CFRO-FM
	Robin Puga	CFRO-FM
	Brenda Grunau	CITR-FM
	Freya Zaltz	ANREC ²⁰
	Randy Gelling	CFUV-FM
	Bob Hansen	CHLY-FM
	Magnus Thyvold	CJSF-FM
	Bryce Dunn	CITR-FM

¹⁸ Mouvement des intervenants/es en communication radio de l'Ontario

¹⁹ Association des radios communautaires de l'Ouest et Territoires

²⁰ Association nationale des radios étudiantes et communautaires

Ottawa (téléphone)	Alexandre Beaudin	CIVR-FM
	Rudy Desjardins	CIVR-FM
	Nicole Beaudoin	CKRP-FM
	Adam Fox	CJAM-FM
Ottawa	Matthew Crosier	CKCU-FM
	David Sarazin	CKCU-FM
	Stephanie Kepman	CHUO-FM
	Karen McHarg	CHUO-FM
	François Côté	ARC-Q ²¹
	Chantale Legault	QAACR
	Kevin Matthews	ANREC
	Melissa Kaestner	FCRC ²²
	Evan Light	En son nom.
Par écrit	Jean Raffaelli	CILS-FM

Total :

- 49 stations (y compris une station à l'état de projet « CKGI » qui n'avait pas reçu de licence ni d'approbation ou d'autorisation de la part du Conseil);
- 8 associations et le Fonds canadien de la radio communautaire;
- 78 personnes (y compris une présentation écrite);
- 8 visites de station (CHRO-FM, CJSM-FM, CKLX-FM, CKUW-FM, CHOQ-FM, CHRY-FM, CKUM-FM, CFBO-FM).

²¹ Alliance des radios communautaires du Canada

²² Fonds canadien de la radio communautaire

Annexe 2 – Documents connexes

Avis publics/Avis d’audience publique :

Politique relative à la radio de campus – Avis public CRTC [2000-12](#), Ottawa, le 28 janvier 2000

Politique relative à la radio de campus – Avis public CRTC [2000-13](#), Ottawa, le 28 janvier 2000

Politique de 2006 sur la radio commerciale – Avis public de radiodiffusion CRTC [2006-158](#), Ottawa, le 15 décembre 2006

Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio – Avis public CRTC [2000-14](#), Ottawa, le 28 janvier 2000

Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs – Avis public de radiodiffusion CRTC [2008-100](#), Ottawa, le 30 octobre 2008

Révision des cadres de réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs - Avis d’audience publique de radiodiffusion CRTC [2007-10](#), Ottawa, le 5 juillet 2007

La radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias – Avis d’audience publique de radiodiffusion CRTC [2008-11](#), Ottawa, le 15 octobre 2008

Lois :

[Broadcasting Act](#), L.C. 1991, ch. 11

Règlements :

[Broadcasting Licence Fee Regulations, 1997](#), DORS/97-144

[Radio Regulations, 1986](#), DORS/86-982

[Broadcasting Distribution Regulations](#), DORS/97-555

Autres documents connexes :

Mise à jour au Rapport de surveillance des communications 2008 (CRTC)
<http://crtc.gc.ca/FRN/publications/reports/PolicyMonitoring/2008/cmr2008.htm>

Rapport annuel de Radio-Canada 2007-2008 sur le site Web de Radio-Canada :
<http://www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2007-2008/pdf/vol2/financials-e.pdf>

RPR-3 – Règles et procédures de demande relatives aux entreprises de radiodiffusion FM sur le site Web d'Industrie Canada : http://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/eng/TOC1_22