



*Notes pour une allocution de la présidente de la FCFA, Sylviane Lanthier*

---

Au Comité permanent du Patrimoine canadien

Dans le cadre de l'étude sur les médias et les communautés locales

---

Ottawa, 8 mars 2016

*SEULE LA VERSION PRONONCÉE FAIT FOI*

Madame la présidente, membres du comité,

Je tiens à vous remercier de nous avoir invités à comparaître aujourd'hui dans le cadre de votre étude sur les médias et les communautés locales. Je m'appelle Sylviane Lanthier, je suis la présidente de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada, et je suis accompagnée de notre directeur des communications, Serge Quinty.

Dans neuf provinces et trois territoires, 2,6 millions de citoyens et de citoyennes choisissent de vivre en français une partie de leur vie. Si on peut réellement parler de dualité linguistique, c'est parce qu'on trouve des collectivités francophones dynamiques et diversifiées dans toutes les régions du pays. Elles incarnent l'une de nos valeurs canadiennes fondamentales. La FCFA est ici aujourd'hui comme principale porte-parole de ces collectivités et des gens qui en font partie, des gens déterminés à vivre en français.

Nous sommes honorés de partager cette table, aujourd'hui, avec l'Association de la presse francophone et l'Alliance des radios communautaires du Canada. La présence de ces deux organismes, en particulier, illustre très bien une réalité fondamentale de nos communautés : si nous voulions avoir des médias locaux en français, il nous fallait, dans une large mesure, les créer nous-mêmes. Développés par nos communautés, pour nos communautés, nos journaux et radios communautaires sont les seuls, à part les stations régionales de Radio-Canada et quelques médias du secteur privé, à raconter la francophonie telle qu'elle se vit au quotidien dans diverses régions du pays.

Or, aujourd'hui, nos médias souffrent. La dernière année a vu un de nos journaux, L'Express d'Ottawa, mettre fin à sa publication, et un autre, L'Eau Vive en Saskatchewan, suspendre la sienne pour quelques mois. Un concert-bénéfice pour appuyer ce journal aura lieu la semaine prochaine. Du côté de nos radios, trois des stations membres de l'ARC du Canada n'ont plus d'employé salarié; à certains endroits, comme Halifax ou Rivière-la-Paix, les difficultés sont assez graves pour menacer sérieusement la survie de la station.

Comment en est-on arrivé là? Certes, le virage vers le numérique y est pour quelque chose. Entre autres, le virage du gouvernement fédéral vers Internet, pour tout ce qui concerne les communications avec le public canadien, s'est fait au détriment des placements publicitaires dans nos médias. Cette baisse des placements a eu un impact majeur sur la capacité de plusieurs de nos radios et de nos journaux à mener leurs activités quotidiennes au bénéfice de la communauté qu'ils desservent. La FCFA a d'ailleurs, comme l'APF, déposé une plainte au commissaire aux langues officielles concernant cette décision du gouvernement en matière de placements publicitaires.

Plus largement, l'appui gouvernemental aux médias communautaires demeure profondément insuffisant. Un grand nombre d'entre eux sont situés dans des endroits où le marché publicitaire ne suffit pas à lui seul à soutenir un média de langue française, et c'est d'ailleurs pourquoi le secteur privé y est absent. Or, si ces radios et ces journaux opèrent dans un contexte de viabilité financière fortement réduite, leur viabilité culturelle et sociale, elle, ne fait aucun doute. L'existence même de ces médias témoigne de l'importance qu'ils revêtent pour la communauté qu'ils desservent. Inversement, si on n'agit pas pour mieux appuyer ces médias, leur disparition représentera une perte irréparable pour la francophonie.

On nous parlera de l'évolution des technologies, et nous reconnaissons volontiers l'importance croissante du numérique et des plateformes sociales dans les habitudes de consommation des

Canadiens et des Canadiennes, y compris les francophones qui vivent dans nos communautés. Ceci dit, je porte à votre attention les trois considérations suivantes.

De un, nous vivons à une époque où la grande majorité des contenus télé, radio et de nouvelles sur les plateformes numériques sont produits par les médias traditionnels. Comme vous le diront nos collègues de l'ARC du Canada, la radio n'a jamais cessé d'être populaire, même auprès des jeunes.

De deux, la connectivité haute vitesse au Canada n'est pas encore arrivée à un point où tous les citoyens et toutes les citoyennes peuvent, de façon égale, consommer facilement des produits médiatiques en ligne. Il est difficile pour un Acadien de la Nouvelle-Écosse d'écouter la radio en ligne lorsque sa connexion tient davantage du dial-up que d'Internet haute vitesse. On ne peut pas non plus demander à un Franco-Yukonnais ou à une Franco-Ténoise de visionner de la vidéo en ligne lorsque sa bande passante lui coûte un prix exorbitant par mois. Comme nous l'avons dit au CRTC il y a quelques semaines, il y a encore plusieurs endroits au pays, particulièrement en milieu rural ou éloigné, où il faut investir dans les infrastructures pour que les francophones participent pleinement à l'univers numérique. Dans ces endroits, la radio, la télévision et le journal demeurent l'outil de choix.

La troisième considération que je porte à votre attention est la suivante : dans un univers multiplateformes où certains choisissent de lire leur journal en ligne et d'autres en format papier, où certains écoutent la radio par ondes hertziennes et d'autres sur une application mobile, dans un tel univers c'est le contenu qui est roi. Investir dans le numérique, certes, mais encore faut-il être en mesure de recueillir et de livrer ce contenu. C'est pourquoi j'encourage ce comité, et le gouvernement fédéral, à appuyer la capacité de nos médias de raconter nos communautés au quotidien.

Dans cette perspective, nous verrions d'un bon œil la création d'un programme d'appui aux médias communautaires, afin de garantir à nos radios et à nos journaux les ressources minimales adéquates pour faire leur travail. Ce programme pourrait également appuyer et accompagner nos médias communautaires dans leur adaptation à l'environnement numérique. Cette adaptation est déjà difficile pour plusieurs grands médias, alors imaginez ce qu'il en est de nos journaux et de nos radios!

En somme, de notre point de vue, comme société, on a deux choix. On peut laisser faire la loi du marché et courir le risque qu'avec l'érosion continue des ressources, nos médias soient encore plus nombreux à cesser de diffuser ou de publier. On peut, dans ce cas, attendre de voir si le virage vers le numérique génère, ou non, des solutions de remplacement adéquates. Ou on peut investir pour consolider la capacité de nos médias à faire leur travail et évoluer dans un environnement numérique et multiplateformes. De cette manière, on préserve tout un capital d'enracinement dans nos communautés.

Deux mots, maintenant, sur la Société Radio-Canada. La FCFA estime que pour 58 % des francophones habitant à l'extérieur du Québec, les stations régionales du diffuseur public sont la seule source de contenus locaux en français à la télévision. Et puisqu'il s'agit de stations provinciales, vous comprendrez que j'utilise le mot « local » de façon assez large.

Vous savez comme moi ce qu'il en est de la situation actuelle de Radio-Canada. Au cours des dernières années, nos communautés ont vu, comme le reste des Canadiens et des Canadiennes, disparaître des pans entiers de la programmation de la société d'État. Depuis l'élimination par le CRTC du Fonds d'amélioration de la programmation locale, il ne se fait presque plus de production télévisuelle hors-nouvelle dans les stations régionales à l'extérieur du Québec. Il n'y a presque plus d'émissions jeunesse,

de magazines culturels, d'émissions de variété. Et même dans le cas des nouvelles, on a réduit de 60 à 30 minutes la durée des téléjournaux dans toutes les régions sauf Ottawa et Moncton. Encore une fois, il y a moins d'occasions de raconter le quotidien de nos communautés à l'écran, et moins de ressources humaines et matérielles pour le faire.

Le gouvernement du Canada annoncera l'octroi de nouvelles ressources financières à CBC/Radio-Canada dans le prochain budget fédéral. C'est, en tout cas, ce qu'on entend. Fort bien, mais rien, absolument rien, ne garantit que les stations régionales de langue française de la société d'État dans nos communautés bénéficieront de ces nouveaux investissements. D'une part, après des années de compressions, les besoins de rattrapage sont criants à plusieurs endroits. D'autre part, comme l'a indiqué le président du CRTC lors des récentes audiences publiques sur la télévision locale et communautaire, c'est le conseil d'administration qui fait les choix qui guident la société d'État; un conseil d'administration qui, je le mentionne, ne comprend aucune représentation provenant de nos communautés.

Dans son rapport sur le financement de CBC/Radio-Canada, commandé l'an dernier par les gouvernements du Québec et de l'Ontario, le consultant Michel Houle a recommandé que le gouvernement réinstaure une subvention annuelle, en sus des crédits parlementaires de base, qui serait entièrement consacrée à renforcer la programmation de pertinence locale des stations de radio et de télévision de CBC/SRC hors des marchés métropolitains. C'est là une piste à explorer. Nous avons également recommandé au CRTC la création d'un fonds d'appui à la programmation télévisuelle locale en français à l'extérieur du Québec.

D'une façon ou d'une autre, nous encourageons fortement le gouvernement fédéral à s'assurer que les fonds investis dans notre diffuseur public servent, en partie à tout le moins, à renforcer les stations télé et radio de langue française qui desservent nos communautés. Nous demandons en fait que le gouvernement en fasse une condition pour l'obtention de nouveaux fonds par CBC/Radio-Canada.

En terminant, quand on pense aux journaux, aux radios et aux télévisions locales, on pense le plus souvent en termes de marchés. Mais cette notion de marché nous empêche de voir deux éléments majeurs. D'abord, dans la plupart de nos milieux, les francophones n'ont pas la masse critique pour qu'on puisse réellement parler d'un marché publicitaire capable de générer des revenus suffisants. Deuxièmement, nos médias francophones n'existent pas pour servir des marchés, mais bien des communautés, formées de gens déterminés à vivre en français, de gens qui ont besoin de ces médias pour s'informer en français sur leur milieu. Cela revient à cette distinction que je faisais tout à l'heure entre viabilité financière et viabilité culturelle et sociale.

Nous, les 2,6 millions de citoyens et de citoyennes francophones vivant dans neuf provinces et trois territoires, avons besoin de nos journaux et de nos radios communautaires. Nous avons besoin des télévisions et des radios régionales de Radio-Canada. Même dans un univers numérique, ces médias possèdent le savoir-faire et l'enracinement pour raconter nos histoires, nos réalités.

Je vous remercie.