

Le 1^{er} mars 2021

Monsieur Claude Doucet
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario)
K1A 0N2

Objet : Observations finales de la FCFA, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379

Monsieur,

1. La Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) du Canada a soumis un mémoire et est intervenue lors des audiences publiques concernant l’Avis de consultation mentionné en objet. C’est avec plaisir que nous présentons au Conseil, aujourd’hui, nos observations finales en ce qui a trait au renouvellement des licences de CBC/Radio-Canada.
2. Au cours des audiences publiques, plusieurs organismes des communautés francophones et acadiennes, dont la FCFA¹, l’Assemblée de la francophonie de l’Ontario², la Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse³, la Fédération culturelle canadienne-française⁴, la Fédération de la jeunesse canadienne-française⁵ et la Société nationale de l’Acadie⁶, ont lancé un message sans équivoque concernant les problèmes qui existent en matière de reflet de nos communautés dans les contenus nationaux de CBC/Radio-Canada.
3. Lors de la réplique de CBC/Radio-Canada, le vice-président des Services français, Michel Bissonnette, a commenté les interventions de nos organismes de la manière suivante :

¹ CRTC, transcription des audiences publiques, CRTC 2019-379, Vol. 13, 27 janvier 2021, par. 12971

² Id., Vol. 7, 19 janvier 2021, par. 7455-7456

³ Id., Vol. 7, 19 janvier 2021, par. 6972-6973

⁴ Id., Vol. 12, 26 janvier 2021, par. 11878

⁵ Id., Vol. 8, 20 janvier 2021, par. 8326

⁶ Id., Vol. 6, 18 janvier 2021, par. 6024

« Un autre point que j’aimerais aborder est celui du reflet des régions au niveau national. Parmi les interventions, nous avons entendu bon nombre d’associations répéter que les communautés francophones en milieu minoritaire ne se voyaient pas et ne se reconnaissaient pas dans notre programmation nationale.

Je comprends tout à fait qu’il peut y avoir une certaine frustration, mais j’aimerais porter à l’attention du Conseil les résultats du sondage que nous menons chaque année et qui démontrent des taux de satisfaction élevés chez les francophones qui vivent dans les CLOSM.

En 2020, à propos de la programmation d’ICI TÉLÉ et d’ICI Première, 89 pour cent des répondants estimaient que notre programmation reflétait les régions du pays ; 78 pour cent disaient qu’elle reflétait leur région et 81 pour cent répondaient que notre programmation reflétait leur culture. »⁷

4. Le sondage dont il est question ici est un sondage Léger administré dans les premiers mois de 2020. Or, pour la FCFA, les résultats de sondage présentés lors de la réplique de CBC/Radio-Canada **portent à confusion et ne devraient pas être interprétés comme représentant l’opinion de la majorité des francophones vivant ailleurs qu’au Québec**. La FCFA a, en fait, des préoccupations majeures concernant la méthodologie utilisée par la Société pour la réalisation de ce sondage. Nous les détaillons ci-dessous.

A) L’échantillon

5. Les deux sources où l’on puisse trouver des informations méthodologiques sur ce sondage sont le document *Annexe 2 – Sondage CLOSM*⁸, disponible sur le site corporatif de la Société, et le document *Sondage de perception sur le mandat et la vision – Les perceptions des francophones à l’égard de Radio-Canada*, soumis au CRTC par la Société le 18 janvier 2021⁹. Il s’agit d’un rapport préparé par le groupe recherche institutionnelle de la Société.
6. Le premier de ces deux documents indique que pour mieux rapporter les perceptions des participants issus des CLOSM, CBC/Radio-Canada sonde un groupe additionnel de francophones et d’anglophones de ces communautés, soit environ 300 de ces groupes linguistiques. Au départ, un échantillon de 300 personnes est nécessairement restreint ; au cours d’une année-type, la FCFA et ses organismes membres sont en contact direct ou indirect avec beaucoup plus de francophones vivant en milieu minoritaire.

⁷ Id., Vol. 14, 28 janvier 2021, par. 13135-13137

⁸ CBC/Radio-Canada, Sondage CLOSM, sur www.cbc-radio-canada.ca, https://site-cbc.radio-canada.ca/documents/impact-and-accountability/regulatory/crtc/2020/Reference-684797-2019-2020_CBCSRC_Annexe_2_Sondage_CLOSM-Décision-2013-263.pdf

⁹ CBC/Radio-Canada, DM#3971731 – Reply 4 – Annexe – CBCRC Sondage de perceptions, sur le site du CRTC à <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?lang=fra&YA=2019&S=O&PA=b&PT=nc&PST=a#2019-379>.

7. De plus, **ni l'un, ni l'autre de ces documents n'inclut une répartition provinciale/territoriale des francophones qui ont répondu au sondage.** Il est impossible de savoir dans quelle mesure l'échantillon de répondants et de répondantes francophones représente adéquatement la répartition géographique des communautés francophones et acadiennes, ou encore leur distribution selon les groupes d'âge.
8. Au niveau de la répartition géographique, le seul indice provient du document *Sondage de perception sur le mandat et la vision – Les perceptions des francophones à l'égard de Radio-Canada*, dont certaines pages comportent une répartition de résultats par grandes régions, groupes d'âge, zone urbaine et zone rurale, etc. Ces pages présentent des colonnes pour les régions « Atlantique », « Québec » et « Ontario ». Il n'y a pas de colonne pour l'Ouest canadien, ce qui porte à croire que l'échantillon pour cette région – qui compte pourtant 758 000 personnes connaissant le français – était insuffisant pour en tirer des résultats.
9. Une chose est claire : pour la FCFA, il apparaît hasardeux de tirer, d'un échantillon de 300 francophones, des conclusions applicables à 2,7 millions de Canadiens et de Canadiennes d'expression française vivant dans neuf provinces et trois territoires.

B) La prémisse de base du sondage

10. Le document *Annexe 2 – Sondage CLOSM* précise que le sondage a été administré à des personnes qui utilisent au moins un des services de CBC/Radio-Canada. Cette prémisse de départ inclut un biais : on sonde des individus qui ont, au départ, une relation de fidélité avec la programmation de la Société et sont plus susceptibles d'avoir une perception positive de ses services. Mais cela ne permet pas à CBC/Radio-Canada de capter adéquatement les perceptions des francophones avec qui elle doit encore créer cette relation de fidélité – notamment les jeunes.
11. C'est ici que les résultats du sondage, tels que présentés par CBC/Radio-Canada lors de la réplique de la Société le 28 janvier, portent à confusion. Ces résultats **n'autorisent pas de conclure que 89 % des francophones vivant dans les CLOSM sont d'avis que la programmation généraliste de Radio-Canada à la radio et à la télévision reflète les régions du pays.** Au mieux, ils autorisent de conclure que 89 % des francophones qui écoutent/regardent déjà la programmation de Radio-Canada sont de cet avis. Ils ne reflètent pas, par exemple, la perception de ceux et celles qui n'écoutent ou ne regardent pas cette programmation justement parce qu'ils ne s'y reconnaissent pas.

C) La préparation du rapport de sondage

12. Le 12 février dernier, la FCFA cosignait, avec la Fédération culturelle canadienne-française, une lettre de requête procédurale où elle demandait que CBC/Radio-Canada dépose au CRTC les informations ayant trait à la méthodologie des sondages *Mission Metrics* et Léger marketing, auxquels faisait référence le document *DM#3971731 – Reply 4 – Annexe – CBCRC Sondage de perceptions*, déposé au Conseil le 18 janvier. En réponse à cette lettre de requête procédurale, CBC/Radio-Canada a confirmé qu’il n’existe pas de rapport de sondage. Dans cette réponse, la Société explique qu’une fois la cueillette, le traitement et la pondération des données terminés, Léger transmet un fichier de données brutes en format SPSS au groupe Recherche institutionnelle de CBC/Radio-Canada, qui en fait l’analyse et produit le rapport de sondage.¹⁰
13. La FCFA ne remet nullement en question l’expertise du groupe Recherche institutionnelle de CBC/Radio-Canada. Toutefois, il est légitime d’avancer l’idée qu’un rapport de sondage préparé à l’interne, à la suite d’une analyse de données faite à l’interne, puisse présupposer certains choix éditoriaux au niveau des données qui sont rendues publiques.

Conclusion

14. Les organismes des communautés francophones et acadiennes qui ont comparu aux audiences publiques dans le cadre du renouvellement de licences de CBC/Radio-Canada ont mis beaucoup d’efforts pour présenter au Conseil un portrait juste et équilibré de la relation complexe qu’entretiennent nos communautés avec la Société, et de leurs attentes envers cette dernière.
15. Ces interventions sont le fruit d’un travail extensif de consultation auprès des populations que servent nos organismes. L’Assemblée de la francophonie de l’Ontario a fait un sondage auprès de 270 Franco-Ontariens et Franco-Ontariennes¹¹. La communauté acadienne de la Nouvelle-Écosse a réalisé, entre autres, un sondage auprès de quelque 300 aînées et aînés.
16. Dans la mesure où la référence au sondage de satisfaction dont il est question ici semble constituer l’essentiel de la réplique de CBC/Radio-Canada aux interventions de nos communautés, il était nécessaire pour la FCFA d’y consacrer ses observations finales.
17. Considérant le faible échantillon (environ 300 répondants et répondantes), les prémisses de base du sondage (le choix de répondants et répondantes qui, au départ, consomment

¹⁰ CBC/Radio-Canada, ACR CRTC 2019-379 – Réponse de CBC/Radio-Canada à la requête procédurale de la FCCF et de la FCFA datée du 12 février 2021, 17 février 2021, par. 6.

¹¹ CRTC, transcription des audiences publiques, CRTC 2019-379, Vol. 7, 19 janvier 2021, par. 7446 et 7447

déjà la programmation de CBC/Radio-Canada) et l'absence de détails sur la répartition des répondants et répondantes par province/territoire, la FCFA ne peut accepter les résultats de ce sondage comme reflétant les perceptions des communautés francophones et acadiennes par rapport à la programmation de Radio-Canada.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Le président,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. Johnson', written in a cursive style.

Jean Johnson

C.c. : Mme Bev Kirshenblatt, directrice générale, Affaires institutionnelles et réglementaires,
CBC/Radio-Canada

FIN DU DOCUMENT