



## **Révision du projet de loi C-18**

Loi concernant les plateformes de communication  
en ligne rendant disponible du contenu de  
nouvelles aux personnes se trouvant au Canada

**Mémoire présenté par**

**L'Association canadienne des stations et utilisateurs de télévision  
communautaire (CACTUS)**

**Et la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec**

**Le 28 octobre 2022**

# Ce qui est en jeu

Si l'objectif du projet de loi C-18 recoupe les objectifs de l'Initiative de journalisme local – en cherchant à s'assurer que le journalisme est durable et disponible partout au Canada et surtout dans les communautés mal desservies – l'inclusion des médias communautaires est vitale. Depuis les années 1970, les médias communautaires fournissent des nouvelles et des informations locales aux petites communautés qui ne sont pas desservies par les secteurs public et privé, et offrent le point de vue des minorités sur les questions civiques dans les grandes communautés.

Les médias communautaires sont une source fiable et reconnue du paysage médiatique et de la radiodiffusion, comme l'a récemment validé le projet de loi C-11, avec l'inclusion d'une description complète du rôle que nous jouons dans le système de radiodiffusion canadien<sup>1</sup>. La section 3 (1) (s) : élabore sur notre rôle dans la fourniture de nouvelles et notre rôle dans la lutte contre la désinformation et dans le soutien du dialogue sur les questions d'intérêt public dans les sous-sections (ii), (v) et (vi) :

- (ii) *répondre aux goûts et aux intérêts qui ne sont pas suffisamment pris en compte par la programmation destinée au grand public et inclure une programmation consacrée l'information locale, la culture, la politique, l'histoire, la sécurité publique, la santé, l'économie locale et les arts.*
- (v) *grâce à la participation communautaire, solidifier le processus démocratique et combattre la désinformation*
- (vi) *être disponible dans tout le Canada afin que tous les Canadiens puissent dialoguer sur des questions*

Nous sommes une source fiable d'informations crédibles, qui respecte les normes fixées par des conseils d'administration imputables des organismes sans but lucratif, les cinq associations professionnelles nationales (deux pour la télévision communautaire et trois pour la radio communautaire) ainsi que les conditions de licences du CRTC.

Toutefois, les petites organisations, y compris les médias communautaires, auront probablement du mal à participer au régime d'indemnisation proposé dans le projet de loi C-18. Les critères d'admissibilité excluront probablement la plupart des stations de télévision communautaires à but non lucratif pour les raisons suivantes :

---

<sup>1</sup> Une partie des Nouvelles produites par nos membres est disponible sur la plateforme conçue grâce à l'Initiative de journalisme local <https://www.commediaportal.ca/fr>

- Les règles de l'ARC pour une « organisation journalistique canadienne qualifiée » : Il nous est impossible de répondre aux critères. L'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (l'ANREC) et le Fonds canadien de la radio communautaire rapportent dans leur mémoire combiné que quatre de leurs membres ont tenté de se qualifier, mais ont été rejetés. Bien que les membres de CACTUS et de la Fédération n'aient pas encore testé ce processus, nous présumons que nous serions également rejetés, car notre structure de propriété est similaire, faisant partie de l'élément communautaire du système de radiodiffusion canadien.

Nous comprenons que ces règles ont été élaborées pour les organismes de la presse écrite et que les OBNL sont difficilement qualifiables.

- Le minimum de deux journalistes : La plupart des stations de télévision communautaires sans but lucratif ont au moins deux employés (mais ce n'est pas le cas pour tous nos membres), mais comme la télévision est un média à forte composante technique, ces personnes sont souvent des techniciens ou ont un diplôme en télédiffusion, et peuvent être des journalistes par expérience plutôt que par formation, dans la mesure où ils ont tous produit des nouvelles locales pendant des années.

Si les « journalistes » sont définis par l'expérience et la formation, comme c'est le cas dans le cadre de l'Initiative pour le journalisme local, la plupart de nos membres seront admissibles. Ou, s'ils n'ont qu'une seule personne employée à l'heure actuelle, nous pourrions probablement les faire passer à deux en leur accordant un journaliste dans le cadre de l'IJL. Par conséquent, la plupart de nos membres peuvent répondre à ce critère. Cependant, pour mieux juger si les médias communautaires sont des organismes d'information bien établis et s'ils sont là pour longtemps, il faudrait leur demander depuis combien de temps ils offrent des programmes d'information à la communauté locale et obtenir la preuve de leur structure de conseil d'administration sans but lucratif, c'est-à-dire qu'ils sont des entreprises de radiodiffusion sans but lucratif telles que définies dans la loi sur la diffusion en ligne (C-11) dans la définition de l'élément communautaire. Cette stipulation exclurait les *start-ups* en ligne, ce qui, nous le comprenons, est l'objectif de la règle des deux journalistes.

Nous tenons également à souligner que le *modus operandi* des médias communautaires est que les producteurs et journalistes professionnels forment et guident les journalistes citoyens. En général, le secteur communautaire produit dix fois plus de contenu d'information, dollar pour dollar, que les secteurs public et privé, grâce à ces partenariats. Par conséquent, les exclure parce qu'ils n'emploient pas « deux journalistes à temps plein » revient à exclure l'investissement considérable de la communauté dans la production de nouvelles par des personnes non employées, qui travaillent sous la direction de professionnels qui exercent un contrôle éditorial.

- Notre capacité limitée à négocier avec les géants en ligne : Si les radiodiffuseurs communautaires approchent Google et Facebook pour s'engager volontairement avec eux dans une entente de rémunération des nouvelles sans être spécifiquement cités dans le projet de loi, nous croyons qu'ils seront négligés. Nous prenons note du témoignage fourni dans le mémoire soumis par l'Association Nationale des Radios communautaires et de campus du Canada (NCRA/ANREC) et le Fonds canadien de la radio communautaire, dans lequel ils décrivent comment seulement 11 des quelques centaines de stations de radio communautaires en Australie ont réussi à conclure des accords de compensation avec ces géants.

Ils peuvent « négocier collectivement » par l'intermédiaire des associations nationales (par exemple, la Fédération et CACTUS pour la télévision communautaire, et le Fonds canadien de la radio communautaire pour la radio), mais nous sommes de minuscules associations comptant chacune quelques employés, tout comme nos membres. Notre réseau est vaste, notre capacité de production de nouvelles est grande, mais notre capacité de lobbying est petite. Si Google et Facebook n'acceptent pas de s'engager avec nous et que nous devons nous adresser au CRTC pour appliquer les critères d'éligibilité tels qu'ils figurent dans la loi, nous craignons de nous heurter au même genre d'obstacles que nous avons déjà rencontrés en tant que petites parties prenantes devant le CRTC<sup>2</sup>.

Nous ne sommes donc pas convaincus que l'« élément communautaire » ne sera pas perdu dans la mêlée, comme c'est généralement le cas lorsque de l'argent est en jeu. Le manque de clarté de la législation n'a jamais servi nos membres ni les petites communautés et minorités qu'ils servent. Par conséquent, nous suggérons les amendements suivants au projet de loi C-18.

---

<sup>2</sup> Pour ne citer qu'un exemple, en 2016, la majeure partie du budget canadien pour les télévisions communautaires a été redirigée (sous la pression du lobbying de Rogers) vers les EDR pour qu'elles le consacrent à leurs anciens réseaux d'information privés. Le Fonds indépendant pour les nouvelles locales a été créé pour soutenir les « diffuseurs conventionnels » (c'est-à-dire les diffuseurs en direct), mais les diffuseurs communautaires en direct ont été arbitrairement exclus. Lorsque nous nous sommes adressés au CRTC après avoir reçu des conseils juridiques, on nous a dit : « Ce fonds n'a pas été créé pour vous », même s'il a été créé à partir de fonds qui étaient censés soutenir la télévision communautaire.

# Modifications proposées

\*Les modifications apparaissent en surbrillance et soulignées dans le texte.

(4) La présente loi a pour objet de régir les intermédiaires de nouvelles numériques en vue d'accroître l'équité au sein du marché canadien des nouvelles numériques et de contribuer à la viabilité de celui-ci, notamment en contribuant à la viabilité des entreprises de nouvelles locales et indépendantes, tant dans le secteur à but lucratif que dans le secteur à but non lucratif.

(11)(vi) l'éventail des médias d'information qu'ils visent reflète la diversité du marché canadien des nouvelles, notamment en ce qui concerne les langues, les groupes racialisés, les collectivités autochtones, les nouvelles locales et les modèles d'entreprises, y compris la participation des éléments de radiodiffusion publics, privés et communautaires ;

(27)(1)(a) est une *organisation journalistique canadienne qualifiée* au sens du paragraphe 248(1) de la Loi de l'impôt sur le revenu ou détient une licence valide du CRTC pour la télévision ou la radio communautaire/campus et autochtone et est en règle avec le CRTC ; ou

(27)(1)(b)(i) emploie régulièrement au moins deux journalistes au Canada ou est une entreprise de radiodiffusion sans but lucratif qui produit des nouvelles.

Nous proposons des modifications à l'article (27)(1)(a) ainsi qu'à l'article (27)(1)(b)(i) parce que :

1) les entreprises de radiodiffusion à but non lucratif qui sont définies comme faisant partie de l'« élément communautaire » dans le projet de loi C-11 ne détiennent pas toutes des licences du CRTC ; certaines sont uniquement en ligne ou diffusent sur les ondes d'un EDR possédant la licence;

2) parce que le système d'octroi de licences pourrait bientôt être remanié en faveur d'un régime de contrats de service;

3) étant donné que les nouvelles se déplacent de plus en plus en ligne (et que l'objectif de la rémunération des nouvelles de ce projet de loi concerne les nouvelles en ligne), nous croyons qu'il est important de reconnaître la contribution à la production de nouvelles canadiennes des médias communautaires autorisés et non autorisés (en ligne seulement).

# Qui sommes- nous

L'Association canadienne des stations et utilisateurs de télévision communautaire (CACTUS) et la Fédération des télévisions autonomes du Québec défendent, au nom des Canadiens et des organismes communautaires, l'accès à la formation aux compétences numériques, au soutien à la production et aux plateformes de distribution, afin que les individus (en particulier les voix minoritaires et alternatives) et les communautés disposent des outils nécessaires pour se faire entendre et s'exprimer dans l'environnement numérique.

Notre vision a évolué depuis nos racines dans la télévision communautaire pour inclure le multimédia et l'accès multiplateforme. CACTUS et la Fédération ont été formées il y a plus de 20 ans, par des citoyens (dont beaucoup étaient d'anciens employés de stations de télévision communautaire par câble) qui étaient alarmés par la fermeture généralisée d'anciens studios de production d'accès par câble, et par les changements dans les méthodes de production adoptées progressivement par les studios de câble restants. En effet, ceux-ci délaissaient le contenu axé sur les citoyens au profit d'un contenu axé sur les entreprises et le personnel du câble.

## Les membres de CACTUS et de la Fédération comprennent :

- Des titulaires de licences de télévisions et de radios communautaires hertziennes à but non lucratif, dont le contenu est également distribué soit sur le câble, soit par satellite et aussi sur le web, par internet. Nos membres ne se limitent pas à la télévision. Par exemple, un de nos membres forme le public à la création de contenus interactifs (web et jeux vidéo) et trois d'entre eux diffusent également des émissions de radio.
- Des sociétés de télévision et de médias communautaires sans but lucratif et sans licence, qui diffusent leur contenu en continu sur internet et le fournissent aux entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR, ce qui inclut les sociétés de câble et de satellite) pour qu'il soit lu sur les chaînes communautaires des EDR.

- Des organisations communautaires à but non lucratif qui veulent une couverture et une visibilité, ou qui soutiennent la liberté d'expression et le mandat de développement communautaire des médias communautaires.
- Des Canadiens et des chercheurs en médias qui s'inquiètent de la disponibilité du contenu local, et de leur capacité à tirer parti des technologies pour faire passer des messages.

### Qu'est-ce qui appartient à « l'élément communautaire » et qui en fait partie ?

CACTUS et la Fédération sont deux des cinq associations professionnelles qui représentent l'élément communautaire dans le système de radiodiffusion. Les trois autres représentent la radio communautaire :

- L'Association nationale des radios communautaires (l'ANCR) ;
- L'Association des radios communautaires du Canada (l'ARC du Canada) et
- L'Association des radios communautaires du Québec (l'ARCQ).
- L'élément communautaire comprend également au moins 60 diffuseurs communautaires Autochtones, dont certains sont membres de ces associations.

Au total, l'élément communautaire comprend plus de 300 sources sans but lucratif de télévision et de radio locales, qui facilitent la production audiovisuelle ou sonore et la diffusion des messages de plus de 10 000 organisations communautaires, d'individus canadiens, de petites entreprises, de communautés autochtones et d'autres groupes de la société canadienne. Les organisations de médias communautaires fournissent un reflet essentiel de la réalité locale. Et cette contribution est vitale en l'absence d'autres médias locaux, ce qui est malheureusement trop souvent le cas.

### Le rôle de l'élément communautaire

L'élément communautaire en radiodiffusion est compris par les praticiens ici au Canada et dans au moins 50 autres nations qui le reconnaissent comme fournissant :

● **une voix pour les petites communautés et les voix minoritaires** — Ce rôle est de plus en plus important dans le sillage de la consolidation des médias privés et des licenciements, comme les coupes de Bell en 2021 et l'estimation de l'ARC selon laquelle 200 stations fermeront cette année. Grâce à notre collaboration avec les acteurs et les organismes locaux, nous servons nos communautés à long terme, en produisant du contenu pour 1/10e du coût des secteurs public et privé. Dans de nombreux endroits, les médias communautaires sont la seule option ; par exemple, dans la plupart des communautés autochtones, qui peuvent ne compter que quelques 100 ou 1000 membres.

● **Une plateforme pour le discours démocratique** au niveau local ; par exemple, par la diffusion des réunions du conseil municipal, des mairies et d'autres forums publics, ainsi que par des programmes que les membres de la communauté créent eux-mêmes. L'internet non réglementé ne peut pas fournir ce forum et, en fait, propage la désinformation ; les médias communautaires sont responsables devant le CRTC et d'autres autorités de réglementation. Les médias communautaires rétablissent la confiance dans les institutions locales.

● **L'éducation aux médias** - À l'ère du numérique, ce rôle est de plus en plus crucial, pour s'assurer que les individus, les organisations communautaires et les petites entreprises disposent du savoir-faire nécessaire pour tirer parti des plateformes numériques en constante évolution. Par exemple, nous proposons des formations non seulement en production médiatique traditionnelle, mais aussi en réalité virtuelle, en réalité augmentée et en production de jeux vidéo.

● **Des incubateurs pour les talents canadiens** — à côté de l'énorme marché américain, nous devons être compétitifs en permettant à notre réseau de médias communautaires d'avoir des « club écoles » qui recrutent et développent des talents. Les médias communautaires sont les « carrefours créatifs » envisagés dans le cadre stratégique d'un Canada créatif, où des équipes de médias interdisciplinaires se côtoient, apprennent de nouvelles compétences et développent des idées dans des environnements à faible risque. Ils sont les « campus Google » de notre arrière-pays.