

Décembre 2004

«Je suis porté à croire que la concentration de la presse est importante, mais en général pas tant que ça, du moins jusqu'à ce que vous commenciez à atteindre ces niveaux incroyables qui vont bien au-delà de ce que les gouvernements démocratiques occidentaux ont autorisé. Vous pouvez placer le Canada où vous voulez sur cette échelle, mais je crois que le niveau de concentration, en particulier dans l'industrie des quotidiens au Canada, dépasse certainement tout ce que les normes raisonnables permettent ailleurs.»

- Robert Picard, directeur du «Media Group» du Turku School of Economics and Business de Finlande, fondateur du *Journal of Media Economics*, lors du séminaire organisé à Montréal par Centre d'études sur les médias, le 8 décembre 2000
(Notre traduction)

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), association professionnelle qui regroupe sur une base volontaire plus de 1800 journalistes, constate que la concentration de la propriété de la presse a atteint au Québec un niveau qu'aucun pays démocratique ne tolérerait. Une telle concentration nuit à l'indispensable diversité qu'on doit trouver dans la presse, et qui est la base de la vie démocratique de notre société.

Mais ce mémoire n'est pas un mémoire contre la concentration de la presse, c'est un mémoire pour le pluralisme de l'information que cette concentration menace.

C'est pourquoi la FPJQ réclame que le gouvernement fédéral assume sa responsabilité de protéger le droit du public à une information de qualité en modifiant ses lois pour accroître la diversité dans le secteur des médias. Notre organisation propose notamment d'interdire la propriété croisée dans un même marché, d'ajouter une obligation législative de considérer la diversité des voix dans toute transaction médiatique et de créer un fonds fédéral d'aide au pluralisme de la presse.

Au moment où la concentration de la propriété des médias s'accélère, les travaux du Comité sénatorial des transports et des communications tombent à point. Dans son rapport final, les sénateurs auront l'occasion de recommander au gouvernement un ensemble de mesure qui, nous en sommes convaincus, permettraient d'accroître la diversité des voix et, par conséquent, de consolider la démocratie canadienne.

1.

Au Québec, deux groupes dominent totalement l'industrie des quotidiens.

Gesca possède sept quotidiens, c'est-à-dire 44 pour cent du marché total et 52 pour cent du marché francophone. Dans les marchés régionaux francophones de l'Outaouais, de l'Estrie, de la Montérégie, de la Mauricie, et du Saguenay–Lac Saint-Jean, Gesca dispose du monopole de l'information quotidienne régionale, à l'écrit.

Gesca est la propriété de Power Corporation, qui détient des intérêts dans les secteurs de l'assurance (GreatWest), de la finance (Investors, Financière

Power), de l'alimentation, de l'énergie (TotalFina), des services publics (Lyonnaise des Eaux), de la valorisation des métaux...

Quebecor, avec ses deux quotidiens de Montréal et Québec, contrôle pour sa part 38 pour cent du marché total et 45 pour cent du marché francophone. Mais Quebecor possède aussi des intérêts dans l'imprimerie (deuxième imprimeur au monde), dans l'édition et la vente de magazines, de livres et de disques, dans la messagerie de presse, dans les portails et intégrateurs Internet, dans les journaux quotidiens de langue anglaise (Sun Media), dans les hebdomadaires, dans la télévision (TVA et canaux spécialisés) et dans la câblodistribution (Vidéotron).

En fait, Quebecor est responsable de deux des pires situations de propriété croisée au pays. À Québec, l'entreprise détient 47,1 pour cent du marché des journaux télévisés et 56,2 pour cent de celui des quotidiens. Dans le Montréal francophone, Quebecor occupe 37,1 pour cent du marché des journaux télévisés et 60,4 pour cent de celui des quotidiens. Seules Vancouver, Edmonton et Calgary sont dans une situation semblable au pays (CanWest Global).

Le marché des quotidiens francophones est donc contrôlé à 97 pour cent par ces deux conglomérats, aux côtés desquels on ne trouve que *Le Devoir*, avec moins de 3 pour cent du tirage total. Il ne faut bien sûr pas oublier les deux quotidiens du métro, *Métro* et *24 heures*, mais ils sont tous les deux la propriété de grands groupes (Transcontinental, Gesca et Metro International pour le premier et Quebecor pour le deuxième).

En langue anglaise, il existe deux quotidiens. *The Gazette* atteint 15 pour cent du tirage global du marché québécois et 97 pour cent du tirage du marché anglophone. Ce journal appartient à la chaîne CanWest. Le marché anglophone compte aussi *The Sherbrooke Record*, appartenant à Hollinger, dont le tirage oscille autour de 5 000 exemplaires.

De leur côté, environ 55 pour cent des quelque 200 hebdomadaires régionaux du Québec appartiennent à deux groupes de presse. Transcontinental compte maintenant 66 hebdomadaires depuis l'achat des hebdomadaires de Telemedia et de Gesca et s'assure la première place avec 33 pour cent des titres. Quebecor arrive au deuxième rang avec 43 hebdomadaires et 22 pour cent des titres. Les autres journaux hebdomadaires sont indépendants ou appartiennent à des

regroupements d'envergure régionale comme les Hebdos Montérégiens ou les Éditions Blainville–Deux-Montagnes.

Transcontinental, outre sa position très forte dans les hebdos régionaux, détient des intérêts importants dans les hebdos d'affaires, les magazines et l'imprimerie. Le groupe imprime d'ailleurs le quotidien *La Presse*, une affaire de l'ordre du milliard de dollars sur 15 ans.

Lors de son témoignage devant le comité, en juin 2003, la présidente de l'Association canadienne des journaux, Anne Kothawala, a soutenu que l'«industrie canadienne des journaux est plus diversifiée et moins concentrée qu'elle ne l'était il y a dix ans». Ce n'est certainement pas le cas au Québec.

La télévision francophone est partagée entre quatre réseaux généralistes qui sont, par ordre de taux de pénétration du marché: TVA, Radio-Canada, Télévision Quatre Saisons (TQS) et Télé-Québec. On trouve aussi Radio-Nord, un groupe de l'Abitibi dont les stations sont affiliées aux trois grands réseaux, et Cogeco, qui exploite des stations régionales, en plus d'être copropriétaire, avec Bell Globemedia, de TQS.

La télévision anglophone compte trois réseaux : CanWest Global, qui exploite des stations à Montréal, Québec et Sherbrooke; CTV (propriété de Bell Globemedia) et CBC. La radio n'échappe pas à la concentration: trois grands groupes accaparent 80% des recettes publicitaires : Astral (Radiomédia, Énergie), Corus (Metromedia) et Cogeco.

Les statistiques parlent d'elles-mêmes : en 2000, les cinq principaux groupes propriétaires se partageaient 68 pour cent de toutes les stations de télévision privées canadiennes, une augmentation de près de 40 pour cent par rapport à 1970 (rapport intérimaire du comité, avril 2004, p. 24). Au Québec, c'est encore pire : en 2002, les trois grands groupes se partageaient un auditoire total de plus de 60 pour cent.

Ce portrait d'ensemble se traduit dans bien des cas, au niveau régional, par l'existence de fortes positions dominantes. En Abitibi, Radio-Nord règne sans partage sur la télévision et offre partout la même information locale et régionale puisque ses trois stations partagent la même salle de nouvelles. Le public, en l'absence d'un quotidien régional, y est l'otage d'une vision quasi-unique de l'information. La situation n'est pas différente en presse

hebdomadaire, puisque Quebecor contrôle 82 pour cent du tirage des hebdomadaires. Comme TVA est désormais aux mains de Quebecor, le public abitibien n'a accès à guère d'autre information régionale que celle du tandem Quebecor–Radio-Nord, exception faite de la radio de Radio-Canada. Le long conflit de travail à Radio-Nord, ces derniers mois, a montré la vulnérabilité de la région à l'emprise des conglomérats médiatiques.

En Outaouais, le quasi-monopole des hebdomadaires régionaux appartient à Transcontinental (six titres sur huit), et les deux stations privées de télévision sont aux mains de Radio-Nord, qui détient aussi une station de radio. Dans le Bas Saint-Laurent, à Rivière-du-Loup, les trois stations de télévision appartiennent au même propriétaire, et le frère de ce dernier contrôle les trois stations de radio. Cette famille, on en conviendra, jouit d'un poids considérable dans l'information régionale.

Pour ce qui est de la radio, signalons simplement que selon des données recueillies par le comité, la proportion des stations commerciales appartenant aux 10 grands groupes propriétaires du Canada est passée de 50 pour cent en 2000 à 63 pour cent en 2002. Si le CRTC permettait au géant Corus d'acheter le réseau Radiomédia (qui comprend CKAC, à Montréal), la concentration de la propriété ne serait pas forcément plus grande (le réseau appartient actuellement à un autre géant, Astral). Mais il ne fait aucun doute que la transaction se traduirait par une perte quant à la diversité de l'information, puisque Corus entend réduire radicalement la taille des salles de nouvelles de Radiomédia, au nom de la rentabilité. Sachant cela, on ne peut que déplorer les propos du président de Corus Radio, John P. Hayes, devant le comité : la politique du CRTC favorisant la concentration (1998) a «favorisé une plus grande diversité dans nos stations», a-t-il dit. Depuis quand la quasi-disparition des bulletins d'information régionaux est-elle une amélioration de la diversité?

Soulignons au passage que le fiasco des tentatives successives de transactions infructueuses de Radiomédia traduit non seulement le désarroi de la radio privée québécoise, mais surtout l'incohérence du système actuel d'approbation réglementaire, partagé entre le CRTC et le Bureau de la concurrence.

Les valeurs que tous les citoyens canadiens doivent défendre, députés et sénateurs autant que journalistes, sont des valeurs de pluralisme, de diversité, de libre circulation de toutes les idées, de droit du public à l'information et de démocratie.

Pour être vivante, la démocratie exige des citoyens informés de la chose publique et capables de prendre des décisions en toute connaissance de cause. Le pluralisme en information est au cœur de la démocratie. Il favorise l'expression et la circulation d'opinions contradictoires, ce qui reste le meilleur moyen de permettre à chacun de se faire son idée sur les enjeux de la société et d'exercer son libre arbitre.

Nous devons reconnaître que cette description du pluralisme est un idéal à poursuivre sans cesse et non un état de fait incontesté. La crédibilité des médias est parfois entachée par des agissements qui les éloignent de leur rôle de service public: complaisance envers des annonceurs et des sources, dérive vers un rôle d'amuseur public, sensationnalisme, homogénéité des points de vue, qui laissent planer un doute sur la réalité du pluralisme...

Si la réalité ne correspond pas toujours à l'idéal de diversité, il faut travailler à s'en rapprocher. À ce titre, nous croyons que la concentration de la propriété des médias, sans expliquer à elle seule le manque de diversité de l'information, contribue à amplifier le problème.

Déjà en 1970, le comité sénatorial Davey se montrait préoccupé par la question, plus particulièrement la propriété croisée. Il concluait ses travaux en soulignant que «notre pays ne devrait plus jamais tolérer que l'intérêt public, dans un domaine aussi essentiel que l'information, soit à la merci de la cupidité ou du bon vouloir d'un groupe extrêmement privilégié d'hommes d'affaires». Au Québec, à la même époque, de 1969 à 1973, une commission parlementaire étudiait la concentration de la presse, sans cependant parvenir à rédiger un rapport.

Onze ans plus tard, en 1981, la Commission royale Kent sur les quotidiens posait ce diagnostic: «La situation actuelle est tout à fait inacceptable dans une société démocratique. Le pouvoir [des quotidiens], et un pouvoir qui n'a aucun compte à rendre, est concentré entre trop peu de mains.» La commission voyait dans la concentration de la propriété un facteur très important d'homogénéisation du contenu rédactionnel. Une seule des recommandations de la commission a été mise en œuvre : en 1982, Ottawa

publiait des instructions interdisant au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) d'approuver des transactions conduisant à la propriété croisée de médias dans un même marché. Mais mois de trois ans plus tard, le gouvernement conservateur les abrogeait.

Encore neuf ans plus tard, en 1990, Ottawa créait un comité parlementaire pour scruter les effets de la concentration de la presse écrite sur l'accès des Canadiens à l'information. Le président du comité, le député Ian Waddell, avait alors évoqué la possibilité d'une Loi nationale sur les journaux. Le comité n'a pas eu de suites.

La préoccupation des gouvernements à l'égard de la concentration de la presse est récurrente, et pour cause. Les médias d'information offrent un service essentiel qu'on ne peut assimiler à aucune autre marchandise. Le débat sur la concentration de la propriété y soulève des questions qui ne se posent pas dans d'autres secteurs d'activités. Il ne peut pas se mener à partir des seuls intérêts des actionnaires et avec pour seule préoccupation la croissance industrielle. Ce serait irresponsable.

Une confusion conceptuelle empêche parfois de mener correctement le débat sur la concentration de la presse. Pour certaines personnes, y compris au sein du milieu journalistique, les problèmes d'information que nous constatons et déplorons chaque jour ont bien peu à voir avec la propriété des médias, mais relèvent plutôt des attitudes individuelles des journalistes pris un à un. Un peu plus de courage ici, un peu plus de compétence et d'originalité là, des patrons de presse plus éclairés, et les problèmes d'uniformisation de l'information seraient réglés. Des correctifs individuels et des changements d'attitude suffiraient, et le comité sénatorial pourrait terminer là ses travaux.

Cette analyse confond les priorités et empêche de trouver des solutions. Lorsque nous parlons de pluralisme, nous parlons en fait de trois types de pluralisme, pour reprendre une classification souvent utilisée. Les trois types de pluralisme, liés entre eux, sont nécessaires.

Le pluralisme le plus fondamental, celui sans lequel on ne peut assurer les deux autres, c'est d'abord le **pluralisme des sources** ou en d'autres mots le pluralisme des titres. Le public doit avoir accès à une multitude de médias

différents qui appartiennent à des propriétaires différents. On ne pourrait concevoir qu'un seul média puisse rendre compte de tous les aspects de la réalité à lui seul et de façon continue. Chaque média ou chaque groupe de presse possède sa propre approche de la réalité et, si excellente soit-elle, elle doit être complétée ou contredite par d'autres médias qui voient et pratiquent l'information différemment. La multiplicité des titres indépendants les uns des autres et leur concurrence constituent en soi un facteur structurel central qui rend possible le pluralisme des contenus.

C'est ici, dans le pluralisme des titres, que se situent les enjeux principaux de la concentration de la propriété, qui est l'objet des travaux du comité.

La seconde forme de pluralisme, le **pluralisme des contenus**, ne peut exister sans le pluralisme des titres, bien qu'il n'en soit pas une conséquence automatique. Le pluralisme des contenus permet d'éviter la pensée unique et l'uniformisation. Il découle d'un grand nombre de mesures internes au milieu journalistique comme la formation des journalistes, les ressources attribuées à la rédaction, le courage individuel de faire autrement, l'indépendance d'esprit de chacun, l'adoption de codes de déontologie, l'indépendance de la rédaction par rapport à la publicité, les politiques rédactionnelles judicieuses etc.

C'est ainsi que se mène au jour le jour, média par média, le combat pour livrer au public l'information la plus sérieuse, la plus variée, la plus pertinente possible. Aucune loi ne peut rien à ce sujet. Mais les syndicats de journalistes peuvent agir pour rehausser et défendre le statut professionnel de leurs membres au sein des rédactions et les associations professionnelles peuvent faire leur part, notamment en maintenant vivants les débats professionnels. Mais sans pluralisme des sources, face à un tout petit nombre de puissants groupes de presse, cette lutte professionnelle a peu de chances d'être gagnée.

La compétition entre médias est le seul moyen d'élargir l'espace de négociation qui permet l'innovation, la multiplication des approches de l'information et la variété des points de vue.

Enfin, la troisième forme de pluralisme, le **pluralisme de représentation**, fait référence à la place des groupes minoritaires, ethniques, linguistiques, politiques et autres, dans la production de l'information et comme sujet de l'information. Ce pluralisme doit permettre aux groupes minoritaires de

faire entendre leur voix dans les médias de manière à contrebalancer le discours majoritaire.

Chaque aspect du pluralisme est important et demande une attention qui lui est propre et des moyens de développement particuliers. Autant il serait erroné d'attribuer tous les maux de l'information à la structure de la propriété des médias, autant il serait erroné d'esquiver les problèmes que crée, elle-même, la concentration de la propriété.

On se méfie à juste titre, dans bien des milieux, des interventions gouvernementales portant sur le contenu même de l'information. Toute ingérence de l'État dans le discours véhiculé par les médias peut devenir une menace à la liberté d'expression. Voilà pourquoi, si l'État doit intervenir afin de favoriser le pluralisme, il doit le faire par des mesures structurelles, en agissant au niveau de la diversité des sources, plutôt qu'en intervenant directement sur l'information journalistique.

Le débat sur la concentration de la presse entraîne une autre confusion, celle entre «contenu» et information journalistique. Les grands empires qui se créent dans la foulée de la convergence des médias et de la révolution numérique se montrent avides de contenu. Il leur faut quelque chose pour occuper l'immense espace dont ils disposent.

C'est le monde à l'envers. On multiplie les moyens techniques de diffuser massivement, mais on ne sait pas exactement quoi diffuser, sinon du «contenu». Ce terme confond communiqués officiels, cotes boursières, musique, matchs sportifs, information journalistique, etc., en un amalgame indistinct où ils sont tous placés sur le même plan. Comme le signalait Hervé Bourges, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel de France, «Chaque élément de cette galaxie de contenus n'a pas la même valeur en termes d'information, et ne présente pas les mêmes garanties d'objectivité ni d'authenticité. (...) Leur présentation sur un même plan risque fort d'entraîner une forme de contagion de crédibilité, faisant apparaître toutes ces affirmations aussi solides les unes que les autres.» (Discours à Moncton devant le congrès annuel de l'Union internationale des journalistes et de la presse de langue française, 22 août 1999). Le concept de «contenu» fait fi d'un des axiomes les mieux établis du journalisme : la nette séparation qui

doit exister entre l'information journalistique et le reste de ce qui est diffusé ou publié.

Dans son témoignage devant le comité, la présidente de l'Association canadienne des journaux, Anne Kothawala, a peut-être oublié cette nécessaire distinction lorsqu'elle a dit : «La concentration de la propriété dans le secteur de la presse ne représente pas vraiment une source d'inquiétude dans un marché où les consommateurs ont maintenant accès à des sources d'information multiples et variées» (10 juin 2003).

Les «contenus» non journalistique n'ont pas à faire l'objet des soins attentifs du comité. Ces contenus ne jouent aucun rôle social particulier, ils n'ont pas de rapport direct avec la vie démocratique, servant bien souvent de plus-value pour attirer le public et accroître l'achalandage, et par là les revenus publicitaires. Leur finalité ultime n'est pas d'informer.

Par contre, l'information journalistique proprement dite représente tout autre chose. À son meilleur, c'est une information d'intérêt public, crédible, indépendante, originale et vérifiée qui porte sur les affaires de notre société. Elle est cueillie et diffusée selon des normes déontologiques bien définies. Le public qui la reçoit peut s'y fier puisque c'est pour lui qu'elle est faite et non pour servir des intérêts privés ou canaliser son pouvoir d'achat.

C'est cette information qui est la plus précieuse pour notre vie démocratique. C'est elle qu'il faut défendre avant tout, notamment en évitant qu'elle se trouve fondue dans le grand tout des contenus. Dans la discussion sur la propriété des médias, il faudra toujours prendre soin d'évaluer si les mesures favorables à un accroissement des contenus contribuent également au développement de l'information journalistique.

5.1 Premier mythe : La multiplicité infinie des médias contrebalance la concentration de la propriété

L'un des mythes les plus souvent entendus, depuis que le débat sur la concentration de la presse refait surface, veut qu'il n'y ait jamais eu autant de sources d'information disponibles. Loin de craindre un tarissement de la diversité à cause de la concentration, on se réjouit d'un niveau de pluralisme inégalé. On cite pêle-mêle l'existence de quotidiens, de stations de radio, de canaux de télévision généralistes et spécialisés, de périodiques, de médias étrangers accessibles dans les kiosques à journaux et

d'innombrables sites Internet pour faire valoir qu'il n'y a jamais eu tant de sources d'information à la portée des citoyens. À première vue, cette énumération est éloquent et devrait clore le débat.

Mais il faut aller plus loin et établir les distinctions qui s'imposent. Dans le monde de l'information, tous les médias ne sont pas nés égaux. En réalité, trois ou quatre types de médias jouent un rôle majeur pour fournir l'information «civique» – celle qui compte en démocratie – et pour fixer l'ordre du jour de la société: la télévision, les quotidiens et, dans une moindre mesure, la radio et quelques grands hebdomadaires qui jouent le rôle de quotidien régional.

Une grande partie des informations qu'on peut glaner dans les autres types de médias dérive bien souvent de ces sources principales. Cela s'explique facilement. C'est dans les quotidiens et à la télévision que s'effectue la plus grande partie de la cueillette de l'information, c'est là où on trouve le plus grand nombre de journalistes, c'est là où les structures d'encadrement et les traditions de l'information sont parmi les plus fortes. Dans le cas des quotidiens, c'est aussi là où on trouve le plus grand espace consacré uniquement à l'information journalistique.

Les centaines de médias étrangers disponibles sur le marché ne jouent pas le même rôle. Aucun ne parle de notre société, sinon par exception. Aucun ne s'intéresse au développement de la Mauricie ou de la Gaspésie, aux fusions municipales, aux réformes de la santé et de l'éducation... L'information qu'on y trouve est intéressante et même éclairante. Elle permet de comparer les situations nationales et de mieux connaître le monde. Mais elle ne peut pas prétendre fournir, à l'échelle locale, cette diversité des voix dont nous avons besoin.

Il en va de même pour les milliers de sites Internet qui sont censés être l'antidote par excellence à la concentration de la propriété des quotidiens et stations de télévision. Puisque tout le monde peut produire sa page personnelle, tous les points de vue ne peuvent-ils pas, désormais, avoir droit de cité dans l'espace public? Ne sommes-nous pas parvenus à la phase ultime de la diversité?

Et pourtant. En dehors des sites liés aux grands médias, peu de sites Internet disposent, du moins pour l'instant, d'équipes de reporters qui effectuent une recherche d'informations sur le terrain. Sur bien des sites, on constate plutôt

un recyclage et un retraitement d'informations déjà parues ailleurs, dans les médias traditionnels ou sur le Web lui-même. Bibliothèque fabuleuse pour effectuer des recherches, le réseau des réseaux n'a pas encore réussi à remplacer les médias traditionnels, qui continuent de dominer en matière d'information originale et vérifiée. Dans leurs blogues, des experts arrivent parfois à corriger – et à mettre dans l'embarras – des journalistes professionnels, mais c'est encore l'exception.

D'autres types de médias plus traditionnels éprouvent également des difficultés à assumer le rôle d'information qui a déjà été le leur. La radio n'est plus que l'ombre d'elle-même, malgré des tentatives pour inverser le processus, notamment avec la création de canaux d'information continue (Info 690 et 940 News à Montréal). Les salles de nouvelles radio ont fondu au point où, en région, il n'y a souvent qu'un seul journaliste qui se limite à résumer en ondes les communiqués reçus et les nouvelles des quotidiens ou des chaînes télé d'information continue. Les radios FM, les plus écoutées, ne sont même plus tenues, selon les règles du CRTC, de produire des nouvelles elles-mêmes.

Bref, la concentration de la propriété dans les quotidiens et en télévision frappe le cœur de la production d'information journalistique d'intérêt public. Il est impensable de la compenser par l'existence parallèle d'autres types de médias. Ceux-ci fournissent un apport intéressant, mais ne jouent pas le même rôle et n'ont pas le même impact sur la société.

La répétition, sur des supports différents, de nouvelles glanées à l'origine par un seul journaliste, ne signifie pas plus d'information. C'est plutôt un hymne à la redondance, sans gain sur le plan du pluralisme.

5.2. Deuxième mythe : la convergence est la voie de l'avenir qui permettra d'affronter la concurrence étrangère

Quebecor l'écrivait dans son communiqué du 26 janvier 2001 au sujet de sa proposition d'achat de Vidéotron: «Notre proposition actualise le concept de convergence de façon spectaculaire, puisqu'elle table sur l'agencement et la complémentarité des différents médias pour accélérer le rapprochement de tous les outils et de toutes les techniques modernes de télécommunications et créer des synergies innovatrices entre ceux-ci». Cette synergie, expliquait Quebecor, allait rendre l'industrie de la radiodiffusion plus concurrentielle à l'échelle internationale et allait

favoriser son potentiel d'exportation, tout en consolidant la radiodiffusion de langue française, «vulnérable à la concurrence mondiale».

L'amélioration de l'information du public québécois ne faisait même pas partie du discours officiel qui justifierait cette transaction. Quebecor gommait toute différence entre ses activités d'information et ses nombreuses autres activités. Or l'information journalistique répond à une dynamique particulière, différente de la dynamique des dessins animés ou de la dynamique de la technologie du câble. Au Québec, seule société francophone en Amérique du Nord, les médias d'information nationaux n'affrontent pas la concurrence de médias étrangers sur le terrain de l'information. Peu importe les lois sur la propriété, il en est ainsi dans la plupart des pays : les médias appartiennent généralement à des intérêts nationaux, pour des raisons pratiques et culturelles.

Le marché de l'information est avant tout un marché national. On le constate au sein de l'Union européenne, qui n'est toujours pas parvenue à uniformiser les règles de propriété des médias dans ses États membres, après dix ans d'efforts. Le marché de l'information est si nettement un marché national que la diversité des règles de propriété n'est pas l'obstacle qui a empêché la création de médias paneuropéens. Les barrières sont culturelles et linguistiques. En d'autres mots, c'est la langue et la culture qui empêchent un média berlinois ou londonien de conquérir le marché de l'information à Paris.

D'autre part, les manœuvres de convergence du type Quebecor sont présentées comme un destin inéluctable. La fusion des compagnies américaines AOL et Time Warner, si souvent citée en exemple, a pourtant donné, jusqu'à présent, peu de résultats probants, si ce n'est l'accroissement des abonnements aux magazines de Time Warner. Bien des observateurs se posent des questions sous l'angle strict de la rentabilité de telles opérations.

Sans entrer en détail dans cette discussion spécialisée, il faut se souvenir qu'il y a dix ans, la mode au sein des grandes entreprises était la diversification et l'acquisition d'actifs en dehors du champ de compétence traditionnel. La distillerie Seagram achetait les studios Universal, la brasserie Molson se lançait dans le commerce de détail et les produits chimiques, Provigo dans le matériel de sport... Les mouvements de ce genre ont généralement été des échecs monumentaux qui ont obligé les

compagnies à faire marche arrière et à se recentrer par la suite sur ce qu'elles savaient vraiment faire.

Le comité ne doit donc pas céder à un effet de mode et tenir les mouvements actuels de concentration pour inévitables, surtout quand on connaît leurs effets inquiétants sur le pluralisme.

5.3. Troisième mythe : Les acquisitions sont la planche de salut des médias acquis

Certains voient d'un œil favorable l'absorption de médias indépendants par des groupes de presse. Ils considèrent qu'il y a là une garantie de survie, voire de développement, des médias acquis.

C'est un raccourci qui mérite de sérieuses nuances. Avant les transactions récentes, aucun des quotidiens ou réseaux de télévision concernés n'était menacé de disparition. Leur situation économique apparaissait même plutôt bonne.

Les processus d'acquisition, au contraire, se traduisent dans bien des cas par des mises à pied et des compressions parfois draconiennes, du moins dans un premier temps. Avant même que Quebecor ne devienne propriétaire de Vidéotron, cette dernière subissait déjà des compressions de 112 millions \$ et des réductions d'effectifs. Il était difficile de ne pas y voir une décision téléguidée par Quebecor. En cas de difficultés financière ultérieures, on ne pourrait pas s'attendre à un traitement privilégié pour le secteur de l'information, puisque celui-ci ne constitue qu'un volet parmi tant d'autres des affaires du groupe, plutôt que sa mission centrale.

L'empire AOL Time-Warner, qui a inspiré bien des transactions, a aussi montré aussi la voie en matière de compressions. En 2001, il annonçait 6200 mises à pied, dont 400 au réseau d'information CNN. Ainsi, tant sur le plan financier que journalistique, les fusions et acquisitions – et la convergence qui en découle – sont loin d'être des réussites.

On constate souvent que l'intégration d'un média à un grand groupe est un facteur de stagnation. Quand Conrad Black (Hollinger) a acheté le quotidien *Le Soleil* de Québec, c'était, disait-il, pour en faire le *Washington Post* du Nord, un journal de très haute qualité. Quelques années à peine ont suffi pour que M. Black ne transforme *Le Soleil*, un journal rentable, en vache à

lait pour soutenir son nouveau journal-phare, le *National Post* de Toronto. L'argent généré par *Le Soleil* n'a pas servi à l'information du public de Québec. S'il arrive que les groupes injectent effectivement de l'argent dans leurs médias, il faut constater dans d'autres cas que c'est plutôt le journal acquis qui soutient le groupe.

Il est désormais reconnu que le *Post* a vampirisé les ressources humaines et financières d'Unimédia et de Southam. *Le Droit* a perdu la moitié de son personnel à la suite de son achat par Hollinger en 1987. Les quotidiens acquis en 2001 par Gesca, dont *Le Soleil* et *Le Droit*, ont aussi largement contribué, financièrement, à la relance de *La Presse*, le fleuron de Gesca. Ce sont les journalistes des quotidiens hors Montréal qui en ont pâti. Quand Quebecor a acheté en 1989 un hebdo régional, *Le Touladi* de Cabano, la salle de rédaction a été réduite à un seul journaliste, qui doit payer lui-même son appareil photo et ses films. Le journal a depuis fermé ses portes. Le moins qu'on puisse dire, c'est que l'achat d'un média par un grand groupe est loin d'être une garantie automatique de développement.

Les acquisitions se traduisent souvent par des transfigurations de médias, voire par leur disparition. Voir Communications, propriété de Rémi Marcoux (Transcontinental), s'est lancé ces dernières années dans l'achat ou le lancement d'hebdomadaires culturels en Outaouais, en Mauricie, dans les Cantons-de-l'Est et au Saguenay–Lac-Saint-Jean. Ces journaux, jadis indépendants et remplis d'articles d'intérêt régional, sont désormais bourrés de textes et de critiques en provenance de Montréal, pour lesquels leurs auteurs, le plus souvent pigistes, ont reçu un traitement dérisoire.

5.4 Quatrième mythe : La qualité de l'information passe par l'appartenance à un groupe

La qualité de l'information produite par un média ne découle pas de son appartenance à un grand groupe. Le quotidien montréalais *Le Devoir*, farouchement indépendant, en est la preuve. Mais il existe aussi au Québec des hebdomadaires régionaux de haute qualité, parmi les meilleurs en fait, qui sont indépendants de tout groupe.

On pense au *Canada français* de Saint-Jean-sur-le-Richelieu et au *Courrier de Saint-Hyacinthe*, des hebdomadaires qui ont remporté de nombreux prix de journalisme et dont la direction croit à l'information. *Le Courrier* est un journal qui se vend à 14 000 exemplaires et qui est rentable. Beaucoup

d'hebdomadaires gratuits, appartenant à des chaînes, ne soutiennent pas la comparaison, eux dont l'information est réduite à presque rien.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer que l'information est meilleure ici plutôt que là. Mais l'appartenance à un groupe n'est pas en soi une garantie. Dans son rapport intérimaire, le comité note avec justesse qu'il existe très peu d'études sur l'impact de la propriété croisée au Canada. Les enquêtes réalisées aux États-Unis ne concluent peut-être pas à des impacts foncièrement négatifs, mais il ne faut pas perdre de vue que les marchés sont généralement, là-bas, plus importants qu'au Canada et que la concentration y est, somme toute, moins forte qu'ici, puisque les propriétaires demeurent plus nombreux.

6.1. Uniformisation de l'information par la limitation des effectifs journalistiques

La FPJQ craint l'impact de la concentration sur les effectifs journalistiques et par ricochet sur la diversité de l'information. Malgré les dénégations des dirigeants actuels de Gesca, comment ne pas pressentir une éventuelle rationalisation des effectifs journalistiques pour créer, par exemple, une seule équipe de courriéristes parlementaires à Québec et à Ottawa, là où il y en a deux actuellement (*Le Soleil* et *La Presse*)? Se souvient-on que *Le Nouvelliste*, *La Tribune* et *La Voix de l'Est* avaient leurs propres correspondants parlementaires à Québec, avant d'être achetés par Power Corporation à la fin des années 60?

S'en va-t-on vers un plus petit nombre de journalistes dont les écrits seront plus largement diffusés dans toutes les composantes des groupes de presse, y compris sur leurs sites Internet? On sent déjà cette tendance dans les quotidiens de Gesca.

En fait l'imposition, par *La Presse*, de la chronique de l'ex-éditeur du *Soleil*, Alain Dubuc, à tous les quotidiens de la chaîne, en dépit d'un engagement contraire pris en commission parlementaire à Québec, a constitué un dangereux précédent. L'obligation devrait prendre fin en 2005, mais il faudra rester vigilant. Elle rappelle, d'une certaine façon, la décision de CanWest d'imposer des éditoriaux hebdomadaires uniques à tous ses quotidiens, en 2002. Là aussi, l'entreprise avait dû reculer, mais ces deux

événements témoignent avec force de l'attrait qu'exerce chez certains propriétaires et dirigeants l'uniformisation de l'information. La concentration de la presse ne peut qu'accroître ce penchant. Il y a environ un an, CanWest a d'ailleurs licencié près d'une dizaine de journalistes à Ottawa, avant d'étendre le rayonnement de son équipe réduite de reporters parlementaires à l'ensemble de la chaîne. La couverture de l'actualité fédérale avec des regards régionaux en a inévitablement pris un coup. Des journalistes surchargés ont aussi moins de temps pour produire de l'information originale et diversifiée.

La centralisation des activités de *La Presse* peut être un choix économique rationnel, mais elle n'en cause pas moins des pertes sous d'autres angles. Ainsi, avec la création de Cyberpresse.ca, les sites du *Soleil*, du *Droit*, de *La Tribune* et *La Voix de l'Est* ont été largement réduits pour être fondus dans le portail de Gesca.

L'espace dans les quotidiens n'est pas illimité. On doit craindre que le groupe ne retienne que le meilleur de la production de ses médias pour le diffuser partout au Québec. Ce sera une perte pour la diversité des voix.

6.2 Menaces sur la Presse Canadienne

La FPJQ continue de craindre que l'existence de deux grands groupes de quotidiens, Gesca et Quebecor, ne sonne éventuellement le glas du Service français de la Presse Canadienne, l'agence nationale qui est aussi une coopérative d'échange d'articles et de photos entre ses sociétaires. Ce système permet aux journaux membres de publier des informations que leurs journalistes n'ont pas pu obtenir eux-mêmes à cause de la distance ou de toute autre raison.

Avec ses sept quotidiens, Gesca dispose désormais de journalistes dans presque tous les coins du Québec. Le groupe est donc moins dépendant de La Presse Canadienne pour sa couverture des régions du Québec, tandis que Quebecor continue de compter sur la coopérative. Gesca pourrait, si elle le voulait, devenir sa propre agence de presse au Québec. Si elle faisait ce choix, serait-elle très motivée à continuer de verser sa cotisation annuelle à la PC, une cotisation dont dépend la survie de l'agence au Québec? Est-ce que Gesca, dont le poids est imposant au sein du Service français, sera vraiment intéressée à travailler au développement de ce dernier?

Bien sûr, *La Presse* et ses quotidiens affiliés ont toujours besoin de la PC pour les nouvelles hors Québec et les dépêches de l'Associated Press, mais d'éventuelles alliances avec des groupes canadiens-anglais pourraient permettre de contourner ce passage obligé. Il ne faut toutefois pas paniquer pour rien : la plupart des sociétaires reconnaissent que la Presse Canadienne offre un service hautement efficace, financé en grande partie par les clients commerciaux, ce qui a permis un gel des cotisations depuis une décennie. Il reste que la concentration accrue de la presse québécoise et canadienne-anglaise pose une menace à la PC qui n'existait pas auparavant.

L'impact de la disparition éventuelle de la coopérative sur les médias indépendants, comme *Le Devoir* et *L'Acadie Nouvelle*, mais aussi de nombreuses radios régionales, serait considérable. En effet, ces derniers seraient alors privés des masses d'information recueillies chaque jour par les 24 reporters à temps plein de la PC et de son service électronique, Nouvelles Télé-Radio (NTR).

La Presse Canadienne, à la fois par les reportages de ses propres journalistes et par les articles de ses sociétaires, permet à tous les médias, indépendamment de leurs moyens, d'offrir une couverture complète de l'actualité québécoise et canadienne.

6.3 Propriété croisée ou promotion croisée ?

Les grands groupes qui se créent en ce moment détiennent une multitude d'intérêts dans divers secteurs de l'économie. Les médias d'information, dans le cas de Quebecor par exemple, ne sont qu'un actif parmi d'autres au sein de l'empire. La pression est déjà forte pour que chaque partie du conglomérat serve à faire valoir les intérêts des autres parties (la «synergie»), au détriment de sa mission d'information. Rappelons que l'information de type journalistique doit servir exclusivement le public et non des intérêts particuliers, y compris ceux des propriétaires et des actionnaires. Cette imbrication d'intérêts au sein des groupes est en elle-même une menace au pluralisme, en empêchant de donner l'heure juste sur un nombre de plus en plus considérable de sujets.

Il y a trois ou quatre ans, l'impresario René Angelil faisait changer la première page du magazine *7 Jours* en s'adressant à la direction de TVA. Le réseau de télévision était alors propriétaire de tous les titres de la presse artistique qui étaient autrefois réunis sous la bannière Trustar. On a constaté là que des médias qui auraient pu réagir de façon indépendante, s'ils avaient appartenu à des intérêts différents, ont agi d'une manière uniforme (et fort contestable). La déontologie journalistique aurait commandé de ne pas céder aux pressions de l'impresario et de ne pas faire approuver textes et photos par les interviewés. Mais en l'occurrence, le magazine du groupe TVA servait à promouvoir une interview qui allait être diffusée plus tard à TVA. La synergie des intérêts commerciaux commandait de faire passer en dernier les besoins de l'information.

Le cas du *Journal de Montréal* engagé dans la promotion des émissions de TQS, en 2000, a fait l'objet d'une plainte auprès du «comité des sages» de TQS. L'affaire n'a pu être vidée, faute de collaboration de la part de la direction du *Journal*, mais le rapport du comité laissait entendre qu'elle lui semblait fondée. Dans un tel cas, le public n'a pas droit à l'information impartiale à laquelle il s'attend, mais à une promotion déguisée d'intérêts privés qui est contraire à la déontologie de l'information.

Il y a quelques semaines, le syndicat des journalistes du *Journal* a déposé une plainte auprès du Conseil de presse pour dénoncer l'espace consacré chaque jour aux émissions de télé-réalité de TVA (*Star Académie*, *Occupation double*) dans les pages du quotidien le plus lu au Québec. On le voit : la synergie entre les composantes d'un empire peut donner simultanément des résultats contraires – positifs en matière de promotion, négatifs en information.

Il est donc plus qu'inquiétant d'apprendre que le président du CRTC, Charles Dalfen, a déclaré devant le comité que «globalement», la promotion croisée, «c'est un élément positif» (25 septembre 2003). L'étanchéité des salles de rédaction qu'a imposé le Conseil à Quebecor, CTV et Canwest Global lors du renouvellement de leurs licences télévisuelles – et dont M. Dalfen s'est félicité – n'a clairement par eu d'effet sur la promotion croisée.

6.4 Les intérêts multiples nuisent à l'intérêt public

Les nombreux champs d'activité des conglomérats ont pour conséquence de créer un conflit d'intérêts de plus en plus sérieux entre l'information et la

protection des intérêts des propriétaires. La quantité de secteurs de l'activité humaine que les journalistes ne peuvent aborder qu'avec certaines précautions s'étend sans cesse, au rythme de l'extension des activités commerciales des groupes.

C'est notamment ce qu'a soutenu avec force Jean-François Kahn, directeur du magazine français indépendant *Marianne*, dans une allocution à un congrès de la FPJQ, en novembre 2000. Le magazine français *L'Express*, par exemple, a comme propriétaire Vivendi. Or, soulignait M. Kahn, «Vivendi, c'est l'immobilier, c'est les finances, c'est la banque, c'est l'eau, c'est les déchets, c'est maintenant Universal, c'est la télévision, c'est Canal Plus, etc. Et là le problème est tout différent, car aussi respectable, aussi courageux, aussi libre d'esprit que soit *L'Express*, le nombre de problèmes qu'il ne peut pas aborder, parce que du coup, cela met directement en cause l'intérêt du propriétaire, devient considérable.»

On l'a constaté en 2000, alors que toutes les nouvelles concernant la lutte des journalistes pigistes pour faire reconnaître leurs droits d'auteur n'ont trouvé presque aucun écho dans les médias... qui sont eux-mêmes poursuivis en justice par ces pigistes. Les médias ont privilégié leurs intérêts corporatifs, leurs intérêts d'entreprise, les intérêts de leurs propriétaires, à l'information du public sur une question importante qui agite tous les pays occidentaux. Power agirait-il différemment si la Lyonnaise des Eaux, dans laquelle elle a des intérêts, tentait d'obtenir le contrat du traitement de l'eau potable à Montréal?

La chaîne américaine ABC n'a-t-elle pas empêché certains de ses journalistes d'enquêter sur la sécurité dans les parcs thématiques, où on avait déploré une douzaine de morts, parce qu'un tel reportage aurait porté atteinte aux intérêts de Disney, le propriétaire d'ABC? C'est ce que révélait Molly Gordy, professeur de journalisme à l'Université Columbia, sur les ondes de la radio de Radio-Canada, le 5 janvier 2001.

L'engagement des médias dans la commandite d'événements élargit encore plus le champ des sujets qui tombent dans la zone taboue. Un journaliste peut-il réellement se sentir libre de révéler les dessous peu reluisants ou carrément l'échec d'une activité commanditée en grande pompe par son média?

6.5. L'impossibilité de fonder un nouveau média de masse

Les mégatransactions des dernières années (CanWest, Gesca, Quebecor) ont créé des groupes si gigantesques qu'ils deviennent par leur simple existence une barrière quasi-infranchissable pour quiconque voudrait créer un nouveau média. Par leur force, ces entreprises peuvent empêcher l'émergence de tout concurrent. Probec, une agence de Gesca, faisait du placement publicitaire pour Gesca et pour Unimédia, bien avant l'achat d'Unimédia. Au Québec, en 2001, quatre groupes seulement accaparaient 60 pour cent de tous les revenus publicitaires, selon le magazine *InfoPresse*: Quebecor (473 millions \$), Power (182 millions \$), Trancontinental (105 millions \$) et Astral (83 millions \$). Comment un média indépendant peut-il faire sa place sur le marché publicitaire face à de telles machines?

Pourquoi le Québec devrait-il se contenter de ses 10 quotidiens actuels alors que le Canada compte environ 110 quotidiens en tout? Avec le quart de la population canadienne, le Québec ne dispose que du dixième des quotidiens. Pourquoi n'y aurait-il pas un quotidien à Drummondville? À Rimouski? Il y en a bien un, *The Record*, qui dessert depuis des années la petite communauté anglophone de Sherbrooke.

6.6 Les promesses passent, les structures restent

Beaucoup de choses ont été dites pour rassurer les personnes qui craignent les effets des transactions actuelles. Sans remettre en cause la sincérité des dirigeants qui ont multiplié les promesses et les garanties au nom de leurs groupes de presse, la FPJQ tient à faire remarquer que les promesses passent, mais que les structures restent.

Indépendamment des intentions des dirigeants actuels, nous assistons à la création d'empires de presse dont rien ne peut garantir que leur pouvoir considérable sera toujours utilisé à bon escient. Les dirigeants changent, la conjoncture change, mais les groupes restent. Aux mains de dirigeants qui se lanceraient dans des croisades, comme Conrad Black l'a fait jadis avec son empire Hollinger, Gesca deviendrait une puissance sans commune mesure avec les exigences de l'intérêt public.

6.7 Limitation de la mobilité professionnelle

La FPJQ s'inquiète de l'impact négatif des mouvements de concentration sur la pratique professionnelle du journalisme. L'éventail des employeurs

potentiels d'un journaliste s'est restreint considérablement ces dernières années. Ce n'est pas là un problème de marché du travail. C'est un problème de liberté de presse.

Le journaliste qui ne trouvera plus grâce aux yeux de Gesca, par exemple, n'aura plus, dans son domaine de la presse écrite quotidienne, qu'une seule autre porte à laquelle frapper pour trouver un emploi : Quebecor. Dans quels autres secteurs d'activités la main d'œuvre se retrouve-t-elle à ce point à la merci d'un seul employeur? Le chroniqueur James Travers, du *Toronto Star*, a déjà fait écho à ce problème devant le comité.

Les journalistes peuvent compter sur leurs syndicats en cas de problèmes de relations de travail, mais il n'en reste pas moins que leur marge de manœuvre, leur autonomie professionnelle et leurs horizons en seront réduits, ce qui peut entraîner des conséquences néfastes sur l'information. Qui osera tenir tête à des politiques d'information déraisonnables s'il n'y a aucune porte de sortie?

La non-intervention de l'État dans les affaires de la presse dans les pays démocratiques est un mythe qui ne résiste pas à l'examen des faits. Liberté de presse et liberté d'entreprise ne sont pas des synonymes. À la limite, la liberté d'entreprise peut menacer la liberté de presse. Beaucoup de pays l'ont compris en encadrant la liberté d'entreprise des propriétaires de médias pour assurer précisément une plus grande liberté de presse et un plus grand pluralisme.

7.1 Tour d'horizon international

Dans tous les pays industrialisés, il existe des lois qui régissent la presse d'une façon ou d'une autre et qui s'accompagnent bien souvent de mécanismes d'aide directe ou indirecte. Ces mécanismes divers ont tous la mission de soutenir son pluralisme.

Certaines mesures sont plus efficaces que d'autres. Mais leur simple existence, décidée par de nombreux gouvernements de pays attachés à la démocratie, devrait nous inciter à les considérer avec attention et respect. Ces parlementaires étrangers nous disent qu'il vaut la peine de faire des efforts d'originalité pour trouver les moyens d'assurer la diversité de la presse.

En avril 2000, l'ex-premier ministre français Lionel Jospin soutenait ce point de vue devant l'assemblée générale de l'Association européenne des éditeurs de journaux, Paris. «La liberté de presse suppose évidemment que les États ne s'ingèrent pas dans le contenu des publications, déclarait-il. Elle n'exclut pas pour autant que l'État intervienne au service de la liberté. Il lui revient de préserver le pluralisme de la presse. Il n'est pas souhaitable de laisser les seules lois du marché régir son fonctionnement. Certes la rentabilité est pour vos entreprises est la condition première de leur indépendance. Mais il n'est de vraie liberté de la presse pour nos concitoyens que celle qui garantit au lecteur le pluralisme des titres. C'est ainsi que la presse, et tout particulièrement la presse quotidienne, peut jouer pleinement son rôle: celui d'un contre-pouvoir dont l'existence permet un fonctionnement transparent des pouvoirs publics. Or à l'heure des concentrations et de la constitution des grands groupes de médias, ce pluralisme peut se retrouver menacé.»

Les États occidentaux ont adopté une grande variété de mesures pour garantir ce pluralisme:

A. Lois sur la radiodiffusion

Les pays industrialisés disposent le plus souvent d'une loi spécifique qui régit de façon assez serrée la presse électronique et qui impose toutes sortes de conditions aux télédiffuseurs: pourcentage de contenu national ou européen, temps maximal de publicité par heure, certaines normes de contenu, etc. En Allemagne, la loi de 1991, comme la loi italienne de 1990, inclut les principes de diversité des opinions, d'indépendance et d'objectivité des nouvelles, tant dans les secteurs public que privé. La télévision allemande doit accorder chaque année 260 minutes de temps d'antenne à de tierces parties. Les lois finlandaise et suédoise exigent le respect du pluralisme. La loi canadienne sur la radiodiffusion s'inscrit dans la même lignée que les lois des autres pays occidentaux.

B. Lois antimonopole

Tous les pays occidentaux disposent de lois antimonopole qui visent à assurer le fonctionnement concurrentiel des marchés. Ces lois s'appliquent à la presse, mais nulle part cependant elles ne sont suffisantes en elles-mêmes pour assurer le pluralisme de la presse.

Ces lois, y compris la Loi canadienne sur la concurrence et la loi de l'Union européenne, n'ont généralement pas de clauses spéciales pour la presse et

elles n'ont pas à prendre en compte le critère du pluralisme dans leur mécanisme d'évaluation de l'état de la concurrence. «De ce fait, il n'y a pas de problème de concurrence au niveau de la publicité dans les marchés impliqués» écrivait d'ailleurs le Bureau de la concurrence dans son communiqué du 18 janvier 2001 au sujet de l'achat d'Unimédia par Gesca.

En Grande-Bretagne, cependant, la loi antimonopole, le «Fair Trading Act», contient des clauses spéciales à l'égard des journaux, un critère d'intérêt public que le législateur doit prendre en considération en plus des critères habituels.

C. Seuils de concentration maximaux

Aux États-Unis, royaume du capitalisme, il est interdit aux grands réseaux de télévision de contrôler plus de 35 pour cent de l'auditoire national. Alors qu'en 1984, il n'y avait que trois réseaux nationaux, il y en a sept aujourd'hui. Un organisme, la Federal Communication Commission (FCC), l'équivalent de notre CRTC, veille à l'application de la norme du 35 pour cent. En presse écrite, aucun seuil n'existe, mais la propriété reste dispersée. En 1998, selon Bob Giles du Media Studies Center, 140 groupes de presse possédaient 75 pour cent des 1 500 quotidiens. Les 25 plus grands groupes possédaient à peine le tiers des journaux. L'Allemagne a fixé un seuil de 30 pour cent de l'audience nationale pour toutes les stations de télévision d'un même propriétaire, surveillé par un comité d'enquête sur la concentration de la presse créé en 1996. La France a établi un seuil de 30 pour cent de l'audience nationale au-delà duquel toute acquisition doit faire l'objet d'un examen de la part de la Commission nationale de la communication et des libertés. Selon la loi 1986-1210, cette commission «accorde des autorisations (aux transactions) en appréciant l'intérêt de chaque projet pour le public, au regard des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels, la diversification des opérateurs et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence». L'Italie impose un seuil de 20 pour cent pour la presse écrite nationale et de 50 pour cent pour la presse régionale. En Norvège, une loi sur la concentration de la presse vise à promouvoir le pluralisme. Elle s'applique aux médias qui ont acquis une «position significative» dans le marché, c'est-à-dire 33 pour cent du tirage total.

D. Lois sur la transparence

La législation française exige que les médias fassent connaître la liste de leurs actionnaires et les mouvements de propriété de telle manière que l'État puisse savoir à tout moment quelle est la situation réelle de la concentration. Aux Pays-Bas, la loi générale sur les compagnies, y compris les médias, oblige à rendre publics le rapport annuel et les changements significatifs à l'actionariat. En Allemagne, pour obtenir une licence de télédiffuseur privé, il faut dévoiler l'identité des actionnaires et leurs liens mutuels, comme en Italie. Dans ce pays, la loi oblige les entreprises de presse à rendre publics leurs rapports financiers annuels, et à les publier dans leurs pages dans le cas de la presse écrite. Un avis doit être envoyé à l'avance au gouvernement pour prévenir d'une fusion possible. La Finlande aussi possède une loi sur la transparence.

E. Des limites à l'actionariat

Dans certains pays comme la France il est interdit à un même actionnaire de détenir directement ou indirectement plus 25 pour cent du capital d'une télévision nationale hertzienne, une façon de créer certains contrepois au sein même des entreprises. En Australie, personne ne peut contrôler plus d'une licence de télédiffusion ou de radiodiffusion dans le même marché. En 1996, la FCC américaine assouplissait sa règle qui interdisait à une entreprise de contrôler plus d'une télévision locale dans un marché. Mais les exigences de diversité restent draconiennes: un propriétaire peut contrôler deux stations de télévision s'il reste au moins huit concurrents, dont un qui figure parmi les quatre stations les plus écoutées! En Allemagne, un actionnaire ne peut posséder plus de 50 pour cent d'une station de radio nationale (mais il n'y a aucune limite pour la télé).

F. Des mesures d'aide indirecte

La France consent à la presse écrite des aides indirectes à hauteur de plus d'un milliard d'euros, sous forme de réductions sur les tarifs postaux, les télécommunications et les tarifs de chemin de fer (rabais de 70 pour cent pour les quotidiens), d'exonération de la taxe professionnelle et d'une fiscalité réduite (TVA à 5,5 pour cent). Aux Pays-Bas, les journaux bénéficient depuis 1980 d'un taux de taxation plus bas, à 6 pour cent, comme en Suède où le taux normal est de 25 cent. La Norvège exempte les médias de la TVA. L'Italie accorde des réductions des taux de taxes, de transport, de poste et de télécommunication. Aux États-Unis, jusqu'en 1996, il existait une mesure, le «Tax Certificate», qui accordait une exemption d'impôts aux télédiffuseurs qui vendaient leur station aux

minorités. La mesure, administrée par la FCC, aurait favorisé leur entrée sur le marché des médias, favorisant ainsi le pluralisme de représentation.

G. Des aides directes, des fonds et des subventions

Au Danemark, il existe un fonds alimenté principalement par les quotidiens, mais qui reçoit une subvention annuelle de l'État. Le fonds peut servir à lancer un journal, à aider à la restructuration d'une publication qui existe, etc. La France injecte 40 millions d'euros dans plusieurs fonds d'aide directe à la presse : Fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires, Fonds d'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces, Fonds d'aide à la presse régionale d'information régionale et politique, et ainsi de suite. La France soutient également l'Agence France-Presse d'une contribution annuelle de près de 100 millions d'euros. Aux Pays-Bas, on trouve un Fonds de la presse, alimenté par une taxe sur la télévision, qui appuie financièrement la création de journaux ou la relance de titres en difficultés économiques. La Norvège subventionne la production de nombreux journaux. L'Italie accorde des subventions pour l'abonnement aux agences de presse.

H. Des limites à la propriété étrangère

L'Australie interdit aux étrangers de posséder plus de 25 pour cent des actions des journaux du pays. La loi française de 1986 ne permet pas aux étrangers de posséder plus de 20 pour cent du capital social ou des droits de vote d'une entreprise de presse télévisée. Des mesures semblables existent aussi au Canada et aux États-Unis, entre autres pays.

I. Des limites à la propriété croisée

Même dans un pays aussi capitaliste que les États-Unis, la FCC interdit depuis 1975 la propriété croisée (propriété d'un quotidien et d'une télévision dans le même marché). L'achat de TQS ou de TVA par Quebecor aurait été vivement dénoncé, voire impossible chez nos voisins du sud. En France, un média qui possède plus de 20 pour cent du tirage national ne peut contrôler une chaîne de télévision qui rejoint plus de 7 pour cent de l'auditoire. En Italie, un groupe qui contrôle plus de 16 pour cent de la diffusion des quotidiens ne peut obtenir une licence de télévision.

L'Australie interdit qu'un propriétaire possède radio, journaux ou télévision dans le même marché. Il doit se limiter à un seul des trois types de médias. En Grande-Bretagne, un quotidien national doit contrôler moins de 20 pour cent du marché pour pouvoir acquérir un radiodiffuseur ou un télédiffuseur.

D'autres mesures, sujettes au test d'intérêt public, s'appliquent au niveau régional. En Norvège, une commission intervient lorsqu'une transaction croisée implique deux médias ayant plus de 10 pour cent du tirage ou de l'auditoire national.

J. Des normes déontologiques

Le parlement danois a adopté le code de déontologie du conseil de presse national avec l'appui du milieu journalistique, une façon probablement de lui donner une plus grande autorité. La loi française de 1986 stipule, entre autres, que «tout article de publicité à présentation rédactionnelle doit être précédé de la mention *Publicité*». Bref, ce que nous appelons «publireportage» doit être identifié comme tel sous peine de sanctions, une pratique qui n'est pas acquise dans tous les médias du Québec.

K. L'autoréglementation

Le cas est rarissime, mais il vaut la peine de le rapporter. Les éditeurs de journaux des Pays-Bas ont conclu entre eux un accord en 1993 pour qu'aucun d'eux n'accapare plus de 33% du tirage national des journaux. Pour sa part, l'Association australienne des journalistes a refondu son code de déontologie en 1996 comme élément de réponse au mouvement de concentration: à une presse plus concentrée, on veut répondre par une indépendance rédactionnelle garantie par une déontologie renforcée.

En Occident donc, l'intervention de l'État, qui ne se manifeste cependant pas dans le contenu de l'information, n'est pas une hérésie. C'est la règle. Tous les États mettent des limites à la propriété des entreprises de presse. La question n'est pas «Est-il légitime que l'État intervienne?», mais bien «Quelle est la meilleure forme d'intervention de l'État pour garantir cet aspect du bien commun qu'est le pluralisme de la presse?» La réponse n'est pas toujours évidente, surtout depuis 1990, alors que les pressions en faveur de la déréglementation des médias se sont multipliées partout, mais il faut tenter de la trouver.

C'est cela qu'il faut garder en tête avant de rejeter du revers de la main toute mesure de type légal pour favoriser le pluralisme.

7.2 Au Canada et au Québec

Toute notre tradition démocratique éloigne l'État d'une intervention sur le contenu de l'information, ce qui est très sain. Mais force est de constater

qu'une multitude d'interventions étatiques existent déjà sans soulever le moindre tollé:

- Toute la presse audiovisuelle est étroitement réglementée par la Loi sur la radiodiffusion, qu'administre le CRTC. Celui-ci attribue les licences permettant de diffuser, en fixe les conditions et voit à leur respect au moment des renouvellements. La plus récente intervention du CRTC a été son refus, l'été dernier, de renouveler la licence de CHOI-FM, à Québec, en raison de nombreuses dérogations règles. L'affaire est en appel devant la Cour fédérale.
- La Loi sur la radiodiffusion prévoit diverses contraintes de programmation pour les médias sous sa juridiction: interdiction de programmation offensante et sexiste, exigence de présenter un équilibre de points de vue sur les questions controversées, etc. La réglementation de la presse électronique a trouvé sa justification principale dans la rareté des fréquences disponibles et leur caractère de bien public. Le CRTC doit ainsi s'assurer que chaque diffuseur assume correctement son rôle de service public en retour du privilège d'utiliser les ondes.
- Le Canada subventionne une télévision et une radio publiques, Radio-Canada, au coût de près d'un milliard de dollars par an.
- Le gouvernement québécois fait vivre Télé-Québec et met en oeuvre un modeste programme de soutien aux médias communautaires (presse écrite, télévision et radio). Ce genre d'initiative n'a jamais été contesté au nom de la liberté de presse.
- Le Québec dispose de sa propre Loi sur la presse, succincte, qui traite essentiellement des questions de diffamation en presse écrite. Il existe aussi une loi sur l'enregistrement des publications.
- Le Canada dispose de fonds d'aide à la production télévisuelle privée indépendante, qui permet notamment de produire des magazines et des documentaires d'information.
- Jusqu'en 1998, le CRTC obligeait les câblodistributeurs à soutenir un canal de télévision communautaire. La fin de cette obligation a entraîné la disparition de plusieurs de ces stations, à Laval notamment, et a fait perdre au public une voix en information locale.

- En presse écrite, une prérogative pourtant provinciale, le ministère fédéral du Patrimoine met à la disposition des éditeurs un fonds pour les magazines, dont le but est de contribuer à «la production de magazines de qualité qui mettront en valeur les œuvres d'un large éventail de créateurs canadiens». Aucune protestation n'a fusé au nom de la liberté de presse. Le Québec fournit aussi une aide financière aux magazines culturels et scientifiques.
- Les réductions (en déclin) des tarifs postaux pour l'envoi des magazines n'ont jamais été l'objet non plus de contestations de la part des magazines, bien au contraire.

La liste de nos recommandations peut paraître longue et idéaliste, mais il ne faut pas oublier que des dizaines d'intervenants ont plaidé comme nous, ces dernières années, pour un resserrement de l'encadrement réglementaire et législatif des médias. Lors d'une table ronde organisée le 1^{er} juin 2000 par le ministère fédéral du Patrimoine, les participants – des hauts fonctionnaires et des experts universitaires – convenaient qu'«il faudrait réexaminer les politiques, la réglementation et les lois possibles dans tous les ministères (...) afin de créer un cadre possible de la diversité» (*Concentration de la propriété dans le secteur culturel*, Maria De Rosa, 14 juin 2000). Rappelons qu'aucune des recommandations de la FPJQ ne doit être interprétée comme étant une ingérence de l'État dans les médias.

8.1 Que le gouvernement examine sérieusement la publication d'instructions au CRTC et/ou au Bureau de la concurrence visant à interdire la propriété croisée de médias dans le même marché.

La propriété d'un quotidien, d'une station de télévision et/ou de radio dans le même marché doivent être interdits. La situation qui existe actuellement à Montréal, Québec et Vancouver justifie à elle seule une telle mesure. Comme le CRTC n'a compétence que sur les médias électroniques, des instructions à son endroit devraient d'abord interdire l'achat de stations de télévision ou de radio par un propriétaire possédant déjà un quotidien dans le même marché. Mais il serait également possible d'adresser les instructions au Bureau de la concurrence, voire d'interdire carrément la propriété croisée de médias dans la Loi sur la concurrence. De telles règles existent déjà en Australie, au Royaume-Uni et, de façon restreinte, aux États-Unis.

Jusqu'à l'achat de Télévision Quatre Saisons (TQS) par Quebecor, en 1997, c'était la règle au Canada. À cette époque, TQS étant chroniquement menacée de faillite, la FPJQ ne s'était pas opposée à cette transaction croisée, croyant que les garanties exigées de la part des acheteurs pourraient en atténuer les dangers. Le CRTC avait alors imposé à TQS d'adopter un code d'éthique qui garantisse l'indépendance mutuelle des salles de rédaction de TQS et du *Journal de Montréal*. On a aussi imposé au réseau un comité composé de trois «sages» afin de recevoir les plaintes qui pourraient surgir à cet égard, mener l'enquête nécessaire et formuler des recommandations.

À la première plainte venue (pressions alléguées de TQS sur le *Journal* pour promouvoir les émissions de TQS), cette initiative innovatrice a été tournée en véritable farce par les propriétaires de TQS et du *Journal de Montréal*. Le comité s'est révélé impuissant face à Quebecor. Les dirigeants du *Journal de Montréal* n'ont même pas consenti à répondre aux questions du comité de sages, lui niant tout droit d'enquêter auprès d'une entreprise de la presse écrite. Quebecor (quotidiens) pouvait ainsi annuler et tourner en dérision les conditions imposées à Quebecor (télé) par les autorités réglementaires, un exemple patent de mauvaise foi.

La FPJQ s'est donc trompée en 1997 quand elle a cru qu'on pouvait autoriser la propriété croisée dans un même marché en imposant certaines conditions.

À l'usage, nous ne pouvons que constater que la propriété croisée dans un même marché ne sert pas l'information mais la promotion croisée de l'un et l'autre média. Le grand patron de Quebecor, Pierre-Karl Péladeau, le confirmait dans *Le Devoir* du 25 septembre 1999, en commentant ainsi la plainte contre TQS : «J'ai cru comprendre que des gens se plaignent que les entreprises Quebecor travaillent ensemble. Je trouve ça un peu ridicule...» «Un peu ridicules», les exigences d'indépendance des salles?

Or, depuis la transaction Quebecor-TQS, le CRTC et le Bureau de la concurrence ont permis à Quebecor d'acheter TVA, de sorte que l'entreprise est désormais propriétaire du quotidien le plus lu et de la station de télévision la plus écoutée au Québec.

Ces médias à caractère très populaire se partagent sans doute en grande partie la même clientèle. Qu'elle lise son journal ou écoute sa station préférée, une bonne partie de la population est ainsi exposée à un seul point de vue, à une seule façon d'aborder les nouvelles et l'actualité. Rappelons que le Syndicat des travailleurs de l'information du *Journal de Montréal* vient de déposer une plainte au Conseil de presse pour dénoncer la couverture imposante que le quotidien a accordée à deux émissions de TVA : *Occupation double* et *Star Académie*.

Quebecor dirige en effet tous les éléments de son empire avec une poigne de fer qui impose une ligne partout semblable. Quand Quebecor a acheté les hebdomadaires du groupe Bellavance en Gaspésie il y a quelques années, tous ces

médias ont dû rapidement se plier au modèle Québecor et supprimer les éditoriaux, raccourcir les articles, accorder plus d'espace aux photos etc.

C'est une optique qu'on peut accepter chez un média. Un propriétaire peut bien donner la couleur qu'il veut à ses médias. Mais on est en droit de refuser, au nom du pluralisme des idées, qu'un seul modèle d'information acquière une position aussi écrasante dans le marché.

Les instructions demandant au CRTC d'éviter la propriété croisée dans un même marché, qui ont existé de 1982 à 1985, devraient être réinstaurées aussitôt que possible. Si le gouvernement souhaite ne pas pénaliser les entreprises qui sont déjà propriétaires de plusieurs types de médias dans un même marché, on pourrait songer à ne pas accorder de rétroactivité aux nouvelles règles.

8.2 Que le gouvernement amende l'article 93 de la Loi sur la concurrence afin d'y ajouter l'obligation de tenir compte de la diversité des voix lors de toute demande de transaction ou de fusion dans le secteur médiatique.

La Loi actuelle n'impose au Bureau aucune obligation d'évaluer l'impact d'une transaction ou d'une fusion sur la diversité des voix. Or, plusieurs transactions récentes dans l'industrie des médias ont eu pour effet de réduire considérablement la diversité des points de vue au Canada. La FPJQ recommande au gouvernement de modifier l'article 93 de la Loi pour ajouter cette obligation. À la limite, ce nouveau critère pourrait être intégré au protocole d'entente de 1999 liant le CRTC au Bureau de la concurrence, mais c'est là une voie peu contraignante. Le gouvernement pourrait aussi modifier les statuts du CRTC afin d'y inclure une clause soulignant l'importance de la diversité des voix dans le secteur médiatique et mettant en garde contre une concentration excessive de la propriété. L'une des conséquences d'une telle clause pourrait être de réexaminer les licences de radiodiffusion des entreprises qui acquièrent des quotidiens paraissant dans l'un des marchés où ils sont déjà présents.

8.3 Que le gouvernement envisage la création d'un Conseil de surveillance de la propriété de la presse.

Le rôle d'un tel organisme, inspiré d'une recommandation du comité Davey (1970), serait de se pencher sur toute proposition de transaction ou de

fusion dans le secteur des médias et de rendre à cet égard des décisions exécutoires. Le Conseil serait mieux qualifié que le Bureau de la concurrence pour analyser les demandes de transactions et de fusions dans l'industrie médiatique.

8.4 Que le gouvernement établisse des seuils maximaux à la propriété des médias

Des seuils existent dans divers pays, au-delà desquels les transactions entre médias doivent faire l'objet d'un examen public et d'une autorisation sous une forme ou une autre, souvent par l'autorité politique. Il est question ici de seuils qui seraient dépassés suite à des transactions et non de seuils dépassés par la croissance naturelle des médias.

À l'échelle des autres pays occidentaux, le Québec est déjà rendu excessivement loin dans la concentration de la presse quotidienne. Des pays relativement comparables par la taille disposent de beaucoup plus de quotidiens que les Québécois. La seule Suisse romande (francophone) possède 7 quotidiens pour une population de 1,3 million d'habitants.

Dans le contexte québécois et canadien de concentration élevée, la FPJQ considère que le gouvernement fédéral devrait fixer un seuil de propriété afin de prémunir la société contre l'impensable, c'est-à-dire contre d'autres transactions qui porteraient à un niveau encore plus élevé la concentration de la presse au pays. Si un tel outil avait été mis en place lorsque les premiers mouvements de concentration d'une certaine ampleur se sont produits, la société québécoise aurait pu discuter publiquement du bien fondé de la transaction Gesca-Unimédia, au lieu de se retrouver devant un fait accompli, sans trop de moyens pour infléchir le cours des choses.

Ce seuil pourrait être fixé à 30 ou 40 pour cent du tirage global des quotidiens du Québec et s'appliquerait à toute future transaction. Il pourrait être inscrit dans la Loi sur la concurrence ou dans une éventuelle Loi sur le Conseil de surveillance de la propriété de la presse. En d'autres mots, la FPJQ ne remet pas en question la transaction Gesca-Unimédia (2001), mais si Gesca veut revendre son empire de quotidiens dans trois ans, à BCE par exemple, la transaction devrait préalablement être soumise à l'examen du Bureau de la concurrence et d'un futur Conseil de surveillance de la propriété de la presse. Si le gouvernement préférerait être plus modeste, les transactions et fusions médiatiques pourraient être systématiquement

soumises à l'examen de comités parlementaires, en plus de celui du Bureau de la concurrence.

En principe, BCE ne pourrait donc pas acquérir des quotidiens qui contrôlèrent ensemble plus de 30 ou 40 pour cent du tirage global au Québec. La même logique s'appliquerait à Québecor, qui ne pourrait pas vendre en bloc à un seul acheteur *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* sans passer par un débat public.

L'établissement par la loi de seuils de propriété maximaux implique la création d'une responsabilité publique, peut-être au sein des ministères de l'Industrie ou du Patrimoine, pour recueillir toute l'information nécessaire de la part des groupes de presse.

La législation devrait prévoir cette responsabilité spécifique, ainsi que l'obligation pour les entreprises de presse de fournir régulièrement toute l'information sur l'identité réelle des propriétaires, les liens avec d'autres entreprises de presse, les tentatives de prise de contrôle, l'arrivée ou le départ d'actionnaires importants, les intentions d'achat de médias et autres informations du même ordre. Plusieurs lois nationales en Europe rendent obligatoire cette transparence, qui permet de suivre à la trace les mouvements de concentration et d'intervenir à temps le cas échéant.

8.5 Que le gouvernement crée un fonds d'aide au pluralisme de la presse

Les médias comptent aujourd'hui essentiellement sur les recettes publicitaires pour survivre et se développer. La lutte est féroce pour se les approprier, et la concentration de la propriété crée une force qui permet d'offrir aux annonceurs des occasions très avantageuses et un très large marché de consommateurs.

Cette lutte de titans laisse peu de place aux petits médias qui ont les plus grandes difficultés à attirer les annonceurs, ce qui menace constamment leur existence. Or personne ne peut forcer les annonceurs à répartir différemment leurs placements publicitaires.

La FPJQ propose donc que le gouvernement fédéral, qui subventionne déjà les industries de la production télévisuelle et du magazine, finance un fonds d'aide au pluralisme de la presse. Au besoin, on pourrait solliciter la

contribution des entreprises propriétaires de plusieurs types de médias, puisqu'elles jouent un rôle dans l'étiollement du pluralisme de la presse.

Un tel fonds existe en Norvège et a permis à de nombreux médias indépendants de maintenir un haut niveau de qualité, et ce dans toutes les régions du pays.

Le fonds viendrait en aide aux médias indépendants à faibles ressources publicitaires. Il créerait une sorte d'antidote à la concentration de la propriété et des ressources publicitaires entre un tout petit nombre de mains. Il servirait notamment à diversifier l'offre d'information journalistique dans les régions du Québec et à favoriser l'émergence d'un plus grand nombre de points de vue. Il faudrait évidemment établir des critères qui permettraient à un média indépendant de se qualifier pour obtenir cette aide.

Les médias qui pourraient recevoir cette aide seraient des entreprises de la presse écrite d'information générale, disposant d'une équipe de rédaction suffisante et structurée ou ayant des plans pour en créer une, offrant un espace rédactionnel également suffisant et pouvant compter sur des revenus autonomes. Ces médias devraient être publiés depuis un certain temps (à déterminer) pour s'assurer du sérieux de l'entreprise.

Le fonds ne serait pas conçu comme une aide statutaire et récurrente au fonctionnement normal d'une entreprise de presse. Mais il pourrait aider à des restructurations d'entreprises de presse indépendantes, à l'expansion de leur marché, à des projets d'accroissement de la rédaction, et ainsi de suite. Il pourrait même appuyer la création de nouveaux quotidiens dans certaines régions.

Un tel fonds aurait fait la différence entre la vie et la mort lorsqu'une équipe de journalistes a lancé le quotidien régional *Le Fleuve*, dans le Bas Saint-Laurent, en 1996. Le journal a dû fermer ses portes après neuf mois sans avoir atteint le seuil de rentabilité, mais alors que les ventes augmentaient de semaine en semaine. *Le Quotidien* de Chicoutimi avait pourtant mis plus de cinq ans, après son lancement, pour atteindre son seuil de rentabilité. Et il existe toujours. Un soutien au démarrage pourrait permettre à un nouveau média de franchir le cap difficile des premières années.

Il n'en reste pas moins que par sa brève existence, *Le Fleuve*, avec sa quinzaine de journalistes, a obligé rapidement *Le Soleil* à étoffer davantage

sa couverture de l'est du Québec en lançant un cahier régional qui existe toujours. On a là un effet positif de la concurrence, même lorsqu'elle est le fait d'un petit média.

Les petits médias indépendants peuvent accomplir un très bon travail d'information, et contribuer très positivement au pluralisme avec des moyens parfois très limités au regard des moyens des grands médias. *Le Fleuve* disposait de 1.2 millions \$ et une petite somme supplémentaire aurait pu avoir un grand impact. *Le Devoir* dispose en ce moment d'un budget global de 14 millions \$. Une injection de quelques millions supplémentaires changerait considérablement le portrait et accroîtrait de manière significative sa capacité de produire une information originale. Des initiatives de ce genre favorisent le pluralisme et doivent être encouragées financièrement.

Du même souffle, nous recommandons que le gouvernement revoie le fonctionnement du Fonds du Canada pour les magazines, qui subventionne surtout les publications appartenant à de grands groupes. Les revues indépendantes ont autant besoin – probablement plus – de l'aide fédérale.

8.6 Que le gouvernement maintienne les limites actuelles de propriété étrangère pour les médias canadiens

Les entreprises médiatiques, de même que les fonctionnaires et élus proches du ministère de l'Industrie prêchent depuis des années en faveur d'un abaissement des limites de propriété étrangère. Comme les médias jouent un rôle essentiel dans la démocratie du pays, nous estimons qu'ils doivent demeurer sous contrôle canadien. Selon la FPJQ les arguments concurrentiels invoqués par l'industrie ne tiennent pas la route; le but réel de la revendication est de créer des conglomérats encore plus puissants, qui nuiront encore plus au pluralisme.

8.7 Que le gouvernement modifie la Loi sur la preuve au Canada et la Loi sur la protection de l'information.

Les incessantes saisies policières de matériel journalistique, partout au Canada, soulignent l'importance fondamentale d'amender ces lois afin de garantir aux médias la protection de leurs sources. Sans cette assurance, les gens qui détiennent des informations confidentielles d'intérêt public se méfieront des journalistes pour dénoncer des situations conflictuelles, de

peur que leur identité soit révélée au grand jour lors d'un procès ou ailleurs. La perquisition menée chez la journaliste Juliet O'Neill, du *Ottawa Citizen*, il y a près d'un an, a en outre démontré la désuétude de la Loi sur la protection de l'information, qui impose des contraintes additionnelles aux journalistes à l'égard des documents gouvernementaux reliés à la sécurité nationale. Dans la foulée de l'affaire O'Neill, le gouvernement s'était engagé à revoir la Loi, mais rien n'a encore été fait à cet égard. On ne peut pas encourager les fonctionnaires à dénoncer les cas d'abus, comme le prône le gouvernement actuel, sans permettre à la presse de diffuser librement le contenu des documents sur lesquels les employés s'appuient. Il en va de la transparence de l'État et de la sauvegarde de la démocratie. La FPJQ comprend l'importance de la protection de la sécurité publique, mais estime que d'autres lois fédérales permettent déjà à l'État de poursuivre ceux qui ont un réel dessein criminel.

8.8 Que le gouvernement incite à la création de postes d'ombudsmen dans les médias et à l'adoption d'autres moyens d'autoréglementation.

La commission Kent sur les quotidiens (1981) proposait déjà que les médias importants se dotent d'un ombudsman qui veillerait à traiter les plaintes des lecteurs et qui serait une manifestation de leur sens des responsabilités envers leur public. CBC/Radio-Canada et le *Toronto Star* ont un ombudsman.

Le gouvernement fédéral devrait examiner la possibilité d'ajouter, peut-être dans la Loi sur la radiodiffusion, l'obligation pour les médias électroniques de créer un poste d'ombudsman. Comme le secteur des journaux est surtout de compétence des provinces, c'est à ces dernières que reviendrait la responsabilité d'imposer pareille obligation aux propriétaires de quotidiens.

Outre l'ombudsman, il existe d'innombrables moyens d'autodiscipline : la formation, l'autoévaluation, la correction prompte des erreurs, l'application efficace des guides et codes de déontologie, les sociétés de rédacteurs, l'encouragement des bonnes pratiques (concours), la vérification des faits, les enquêtes internes, etc. (Voir *L'Arsenal de la démocratie : médias, déontologie et M*A*R*S*, Paris, Economica, 1999, 372 pages.)

Fédération professionnelle des journalistes du Québec

1012, avenue du Mont-Royal Est
Bureau 105
Montréal (Québec)
H2J 1X6

T (514) 522-6142
F (514) 522-6071

www.fpjq.org