



Commission de la culture

Mandat d'initiative portant sur ***La concentration de la presse***

Novembre 2001

Publié par le Secrétariat des commissions
Édifice Pamphile-LeMay
3^e étage
Québec (Québec)
G1A 1A3
(418) 643-2722

Pour tout renseignement sur les travaux de la Commission de la culture,
veuillez vous adresser au secrétaire de la Commission,
M. Robert Jolicoeur, à l'adresse indiquée ci-dessus ou encore :

Téléphone: (418) 643-2722
Télécopie : (418) 643-0248
Courrier électronique : rjolicoeur@assnat.qc.ca

Vous trouverez ce rapport dans la section «Travaux parlementaires»
du site Internet de l'Assemblée nationale: www.assnat.qc.ca

ISBN : 2-550-38423-7
DÉPÔT LÉGAL - BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DU QUÉBEC, novembre 2001

L'emploi du générique masculin dans ce document désigne aussi bien
les femmes que les hommes et n'est utilisé que dans le seul but d'alléger
le texte.

LES MEMBRES DE LA COMMISSION DE LA CULTURE

Le président

M. Jean-François Simard (Montmorency)

Le vice-président

M. William Cusano (Viau)

Les membres

Mme Line Beauchamp (Sauvé)

M. François Beaulne (Marguerite-D'Youville)

M. Jean-Paul Bergeron (Iberville)

M. Marc Boulianne (Frontenac)

M. Léandre Dion (Saint-Hyacinthe)

Mme Françoise Gauthier (Jonquère) (à compter du 18 octobre 2001)

M. Jean-Sébastien Lamoureux (Anjou) (jusqu'au 25 septembre 2001)

M. Pierre-Étienne Laporte (Outremont)

Mme Lyse Leduc (Mille-Îles)

Secrétaire de la Commission : M. Robert Jolicoeur

Recherche et rédaction : Première partie : M. Daniel Giroux et Mme Karen Welles
Deuxième et troisième parties : M. Marc-François Bernier,
M. Charles Bélanger et M. Robert Jolicoeur

Agente de secrétariat : Mme Adrienne G. Beauregard

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS	1
PREMIÈRE PARTIE : LES CONSTATS, LES ENJEUX.....	1
Première partie : les constats, les enjeux.....	5
<i>La concentration des médias au Québec a-t-elle atteint un seuil critique?</i>	5
<i>La concentration de la propriété menace-t-elle la liberté de presse ?</i>	9
<i>À l'ère de la « convergence », le Québec a-t-il besoin de « champions nationaux »?</i>	14
<i>Synergie et pluralisme : des objectifs conciliables?</i>	16
<i>Les régions</i>	19
<i>La guerre publicitaire et les campagnes d'abonnement</i>	22
<i>Les journalistes indépendants</i>	23
<i>L'avenir de la Presse canadienne</i>	24
<i>Le rôle de la Caisse de dépôt et placement</i>	24
DEUXIÈME PARTIE : ÉNONCÉ DE PRINCIPES	25
Deuxième partie : énoncé de principes	27
TROISIÈME PARTIE : RECOMMANDATIONS.....	29
Troisième partie : recommandations	31
<i>R-1 Pour un mécanisme de vigie et un rôle pour l'Assemblée nationale</i>	31
<i>R-2 Pour le renforcement du Conseil de presse du Québec</i>	33
<i>R-3 Des énoncés de principe</i>	33
<i>R-4 Des ombudsmans</i>	34
<i>R-5 Des comités internes de surveillance</i>	35
<i>R-6 Pour une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications</i>	36
<i>R-7 Pour un meilleur partage de l'assiette de publicité gouvernementale</i>	37
<i>R-8 Crédit d'impôt pour les médias indépendants</i>	39
<i>R-9 Création d'une association des médias indépendants</i>	39
<i>R-10 L'importance des télévisions communautaires autonomes</i>	40
<i>R-11 Les régions</i>	41
<i>R-12 Le rôle de Télé-Québec</i>	41
<i>R-13 La Presse canadienne</i>	42
<i>R-14 Les journalistes indépendants</i>	43
CONCLUSION.....	45
ANNEXE 1 - Liste des participants	49
ANNEXE II - Liste des recommandations.....	53

AVANT-PROPOS

Lors de la première séance de travail de la deuxième session de la 36^e Législature, tenue le 10 mai 2001, les membres de la Commission de la culture se sont donné un mandat d'initiative portant sur «La concentration de la presse». Il s'agissait de faire le bilan de la consultation générale et des auditions publiques tenues au cours de la session précédente (en février et mars 2001) dans le cadre d'un mandat confié par la Chambre.

Les membres de la Commission se sont réunis en séance de travail à plusieurs reprises au cours des derniers mois afin de faire le bilan des auditions publiques. Le présent rapport et ses 14 recommandations ont été adoptés à l'unanimité des membres le 13 novembre 2001. Ce rapport est divisé en trois sections : 1) un bilan de la consultation générale, 2) un énoncé de principes, 3) les recommandations de la Commission de la culture. Enfin, nous rappelons au lecteur que la Commission a publié, en février 2001, un document de réflexion préparé par le Centre d'études sur les médias et intitulé *La concentration de la presse à l'ère de la «convergence»* (ce document peut être lu dans le site Internet de l'Assemblée nationale, tout comme d'ailleurs la transcription des débats qui ont eu lieu lors des auditions publiques).

PREMIÈRE PARTIE : LES CONSTATS, LES ENJEUX

Première partie : les constats, les enjeux¹

La concentration des médias au Québec a-t-elle atteint un seuil critique?

De tous les groupes, associations, organismes et citoyens qui ont défilé devant la Commission², peu ont contesté ce fait : la concentration des médias a atteint un niveau élevé au Québec. Les commentaires entendus durant la Commission expriment bien les inquiétudes que suscitent le nouveau portrait du secteur des médias québécois.

Ce n'est pas que la situation soit nouvelle. Le Québec et, plus généralement, le Canada, connaissent une situation de concentration des entreprises dans ce secteur depuis une trentaine d'années, la situation ayant maintes fois provoqué la tenue de commissions et groupes de travail aux paliers provincial et fédéral.

Mais au cours des derniers mois, et plus particulièrement depuis la transaction-modèle impliquant l'achat de Time Warner par America Online aux États-Unis, les fusions et acquisitions se sont multipliées au Canada. Le géant des télécommunications BCE a mis la main sur CTV, le premier réseau de télévision au pays, et s'est allié au groupe Thomson, qui détient le quotidien *Globe and Mail*, pour une mise en commun des ressources dans un conglomérat baptisé Bell Globemedia. Un autre grand groupe canadien, CanWest Global Communications, qui détient le réseau de télévision Global, a voulu s'assurer qu'il augmentait son contenu pour des fins de développement Internet en faisant l'acquisition des principaux journaux anglophones de Hollinger et en prenant une participation de 50 % dans le quotidien *National Post* .

Au Québec, deux transactions intervenues au cours des derniers mois ont contribué à relancer le débat sur la concentration des entreprises dans le secteur des médias. En septembre 2000, au terme d'une saga judiciaire l'opposant au câblodistributeur torontois Rogers Communications, et avec l'appui de la Caisse de dépôt et placement du Québec, Quebecor met finalement la main sur le Groupe Vidéotron, ajoutant ainsi un réseau de câblodistribution, des télécommunications et

¹ Bilan préparé pour la Commission de la culture en juin 2001 par le Centre d'études sur les médias de l'Université Laval (recherche et rédaction : M. Daniel Giroux et Mme Karen Welles).

² On trouvera à l'annexe 1 la liste des personnes et organismes qui ont participé à la consultation.

des services Internet à ses éléments d'actif dans l'imprimerie, l'édition (journaux, magazines et livres), la télédiffusion, la distribution et la vente au détail (librairies et magasins de musique). De plus, l'entreprise devient propriétaire du premier réseau de télévision au Québec, TVA. Cette transaction doit toutefois recevoir l'approbation du CRTC.

Deux mois plus tard, les journaux d'Unimédia, mis en vente par le groupe Hollinger, passent aux mains de Gesca. La filiale de Power Corporation compte déjà des quotidiens dans plusieurs marchés du Québec (Montréal, Granby, Trois-Rivières et Sherbrooke) auxquels s'ajouteront trois nouveaux venus : *Le Soleil* (Québec), *Le Droit* (Ottawa-Hull) et *Le Quotidien* (Chicoutimi). La part de tirage de Gesca dépasse 50 % chez les quotidiens francophones. En janvier, Gesca revend au groupe Transcontinental les hebdomadaires d'Unimédia acquis par la même transaction.

Trois groupes contrôlent l'essentiel de la presse écrite francophone au Québec. Le groupe Transcontinental domine le secteur des hebdomadaires avec 42 % de parts de marché. Du côté des quotidiens, le Québec se retrouve en situation de duopole, Quebecor et Gesca se partageant 97 % du tirage francophone québécois, *Le Devoir* détenant le 3 % restant. Bien que ce soit davantage la situation de la presse écrite qui ait alerté les journalistes, l'«empire tentaculaire» de Quebecor n'effraie pas moins. Si le CRTC donne son aval à l'acquisition du Groupe Vidéotron, Quebecor sera en effet propriétaire, au Québec notamment, du principal réseau de câblodistribution avec un peu plus de 1,5 million d'abonnés, du réseau de télévision le plus écouté avec quelque 30 % des parts de marché, du canal d'information continue LCN, des quotidiens ayant les plus forts tirages à Montréal et à Québec, de 25 % des hebdomadaires régionaux (17 % de parts de marché), de nombreux magazines, de plusieurs entreprises d'édition de livres et de disques, ainsi que des portails Canoe, InfiniT.com et la Toile du Québec³.

Le Conseil de presse du Québec qualifie de «critique» le niveau de concentration actuel au Québec. Pour cet organisme, ce seuil élevé «est porteur d'un certain nombre d'effets potentiellement pervers» (M29, p. 7).

³ Ce texte ayant été rédigé en juin 2001, les données ne tiennent pas compte des transactions survenues récemment.

« [...] Aujourd’hui, la situation est telle qu’à moins de gestes concrets, le droit du public à l’information, déjà menacé depuis plusieurs années, ne sera plus qu’un vœux pieux », affirme pour sa part le Syndicat de la rédaction du *Devoir* (M28, non paginé). Pour la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), «la concentration de la propriété de la presse a atteint au Québec un niveau qu’aucun pays démocratique ne tolérerait» (M12, p. 2). «Il faut comprendre, disait encore Bernard Descôteaux, directeur du *Devoir*, que toutes ces transactions, passées ou à venir, se font avec comme préoccupation principale la convergence des médias. Il faut bien voir que le phénomène de la concentration, loin de diminuer, s’accroît dans l’avenir.» (M19, p. 4)

Du côté des entreprises de presse, on considère au contraire que le Québec est bien servi sur le plan de la diversité des sources et que «les mouvements de propriété dans les médias n’ont pas atteint un degré de concentration excessif, ni au Québec ni au Canada» (Transcontinental, M27, p. 8). Les représentants de Quebecor et de Gesca ont tous deux souligné que, comme citoyens, ils avaient accès à plusieurs journaux, de nombreuses chaînes de télévision et chaînes de radio dans leur ville (Montréal), sans compter l’Internet, qui leur permet d’accéder aux sites de médias de partout sur la planète. « Le monde des médias est caractérisé par l’abondance et la diversité des sources d’information. [...] La concentration de la propriété d’une partie de la presse écrite ne représente pas un réel danger dans un marché où les consommateurs ont accès à des sources d’information de plus en plus variées et nombreuses. » (Guy Crevier, JD, 28 février, 15h00)

Dans son mémoire, Gesca fait aussi valoir que le Québec se classe à l’avant-dernier rang des provinces canadiennes pour ce qui est de la part de tirage des quotidiens détenue par un même éditeur⁴, que le lectorat des quotidiens ne cesse de décroître, que les tirages, bien sûr, suivent ce déclin, et rappelle que la télévision est maintenant la principale source d’information des citoyens. Par ailleurs, Gesca cite également différentes études réalisées à sa demande par la firme Nielsen et l’agence Cossette qui démontrent que son « impact » auprès des Québécois (en termes de temps de consommation d’information ou d’utilisation de ses médias) est beaucoup moins important que celui de Quebecor. De plus, des statistiques démontrent que les Canadiens, parmi les citoyens des pays développés, sont de ceux qui lisent le moins les journaux (le tirage

⁴ Les données citées par Gesca incluent les quotidiens anglophones. (M21 p. iv)

des quotidiens per capita au Canada est de 159 par 1000 habitants. À titre de comparaison, les taux sont de 593 par 1000 en Norvège, de 455 en Finlande, de 332 pour le Royaume-Uni, de 311 en Allemagne, et de 212 les États-Unis).

Pour Gesca, la question de la concentration des médias doit donc être abordée sous un autre angle : l'entreprise doit « composer avec un environnement qui ne se compare à aucun autre et qui comporte trois éléments fondamentaux, soit un marché francophone limité, un faible taux de lectorat et une abondance des sources d'information. » (M21, p. iii)

La FPJQ considère comme un mythe le fait que le citoyen d'aujourd'hui ait accès à une telle diversité de sources. Elle fait remarquer, d'une part, que «les centaines de médias étrangers disponibles sur le marché ne jouent pas le même rôle [que les médias locaux]. Aucun ne parle de notre société, sinon par exception ». D'autre part, «[s]ur bien des sites [Internet], on constate plutôt un recyclage et un retraitement d'informations déjà parues ailleurs dans les médias traditionnels ou sur le Web lui-même. » (M12, p. 12)

Ainsi, la diversité des sources n'équivaut pas nécessairement à une diversité de l'information et des points de vue. Certains ont tenu à rappeler que ces sources doivent appartenir à des groupes différents : « 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 », souligne la FPJQ. La Fédération ajoute à propos de ce pluralisme des contenus qu'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. [...] [F]ace 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. » (M12, p. 8)

La concentration de la propriété menace-t-elle la liberté de presse ?

L'idée que la liberté d'opinion et d'expression et la liberté de presse sont essentielles à l'existence d'une société libre n'est pas nouvelle. Ces libertés sont garanties par la Charte canadienne de 1982, comme par la plupart des textes constitutionnels des sociétés démocratiques. Mais il n'est pas si simple de définir ce concept de liberté de presse. À qui appartient cette liberté, par exemple ? La Commission Kent sur les quotidiens écrivait dans son rapport de 1981 que la liberté de la presse n'était pas l'apanage des propriétaires de médias, mais bien un droit du peuple.

Déjà, en 1947, aux États-Unis, la célèbre Commission Hutchins avait élaboré sa théorie sur la responsabilité sociale qu'ont les médias de fournir toute l'information essentielle à la vie d'une société libre. «The freedom of the press can remain a right of those who publish only if it incorporates into itself the right of the citizen and the public interest » (cité dans CEM, *La concentration de la presse à l'ère de la convergence*, p. 33). Et la Commission craignait que la concentration de la propriété ne nuise à la variété des nouvelles et de l'opinion. Le citoyen a besoin d'une large palette d'informations de qualité pour évaluer le cours des affaires publiques et jouer pleinement son rôle. La diversité d'opinion et d'information se situe donc au cœur du processus démocratique. En France, dans les années 1980, le Conseil constitutionnel a même fait du pluralisme des médias un « objectif de valeur constitutionnelle » (Emmanuel Derieux, cité dans CEM, *Op. cit.*, p. 34), considérant ce pluralisme comme une des conditions de la démocratie. De même, un lien a constamment été établi tant par les décideurs politiques que les tribunaux entre la structure de la propriété des médias et la diversité des contenus.

Selon l'analyse préparée par le Centre d'études sur les médias,

divers points de vue s'affrontent chez les chercheurs concernant l'existence d'un lien entre la diversité de la propriété et celle des contenus. [...] Pour les uns, il est clair que la concentration de la propriété mène à une concentration du contenu rédactionnel, c'est à dire que la recherche de profits a pris le pas sur la quête de la qualité et qu'une standardisation s'est opérée au détriment du pluralisme. [...] Pour d'autres, minoritaires, la concentration de la propriété a eu peu d'effet sur la diversité des contenus. [...] Contrairement aux petits médias, les grands groupes de presse sont gérés à la façon de grandes bureaucraties où existe une séparation radicale des intérêts du groupe des

managers et éditeurs avec ceux des propriétaires. [...] Pour un autre groupe, la concentration de la propriété des médias est l'un des facteurs jouant contre la diversité de l'information, mais elle n'est pas la seule ni même la principale cause (CEM, Op. cit., pp. 35-36).

À l'issue d'une revue de la littérature, le Centre d'études conclut que

la plupart des chercheurs ayant examiné la question reconnaissent qu'il existe un seuil critique au-delà duquel la concentration compromet effectivement la diversité des points de vue. [...] Ce qui peut-être mis en cause par une concentration excessive des médias, c'est la possibilité que certains points de vue ne soient pas représentés ou reflétés dans les médias, alors que d'autres le seraient trop, ou que des groupes d'intérêts puissent utiliser leur contrôle des médias pour exercer une influence politique indue et que le rôle des médias dans le processus démocratique ne soit ainsi compromis. (CEM, Op. cit., pp. 35-36)

Les opinions entendues par la Commission vont également dans plusieurs directions. Pour la majorité, cependant, la concentration est synonyme d'une perte dans la diversité des voix. La concentration signifie une réduction du nombre de joueurs dans un secteur — ici, celui particulier de l'information, lié à l'exercice de la démocratie — , et donc, une diminution du nombre de voix différentes dans la société.

La réduction du nombre de joueurs est bien sûr liée à la croissance des entreprises en opération. À la question de savoir si les gros joueurs détiennent plus d'influence, du fait de leur taille, la présidente de la FPJQ, Hélène Pichette, répond que l'influence, directe ou indirecte, des propriétaires de médias sur les salles de nouvelles a toujours existé. Le problème principal ne réside pas dans la taille des entreprises de presse, mais dans le fait que celles-ci sont moins nombreuses. « [...] [C]e qui est dramatique quand il y a quelques groupes de presse seulement, c'est qu'il y a des points de vue, à notre avis, qui se perdent et qui ne sont pas entendus. » (JD, 13 février, 11h30)

Par exemple, Quebecor a fait le choix de ne pas avoir d'éditorial. L'entreprise est libre de faire ce choix, mais, compte tenu qu'il n'y a qu'un seul autre groupe, Gesca, la décision a un impact direct sur la diversité des points de vue offerts aux citoyens. (Hélène Pichette, JD, 13 février 11h00)

Pour plusieurs, également, ce qui motive les regroupements d'entreprises, c'est la logique marchande. Ce qui est considéré comme non rentable par les patrons de presse, est alors écarté; et à l'inverse, ce qui génère des profits est encouragé. Pour faire des économies d'échelle, on centralise et on abolit des postes, entraînant ainsi de nombreuses pertes d'emploi; pour rentabiliser les coûts de production, on cherche à réutiliser les textes, d'un média à l'autre, d'où une uniformisation des contenus. Pour le Syndicat de la rédaction du *Devoir*, la quête de la rentabilité signifie aussi « mettre l'accent sur des faits divers, des faits sociaux sans grande portée, généralement spectaculaires, plutôt que de privilégier des dossiers véritablement d'intérêt public. On vise rarement le haut car on craint de faire fuir lecteurs et auditeurs » (M28, non paginé).

Mais la concentration de la presse peut aussi avoir des aspects positifs, croient certains. Ainsi, le Conseil de presse affirme que la concentration n'est pas, en soi, synonyme de dégradation de la qualité de la presse.

[...] avec des moyens bien employés en utilisant les bénéfices que réalise une entreprise de cette ampleur [Gesca], quand elle est dirigée au surplus par un ex-journaliste qui a cette caractéristique d'un patron de presse d'être intelligent, on peut faire un journal de qualité. [...] cette opération [la transaction Gesca-Unimédia] pourrait sauver *Le Soleil* d'un naufrage appréhendé, permettre au *Quotidien* de Chicoutimi de disposer de plus de moyens, surtout permettre au journal de Hull, *Le Droit*, de redevenir le journal francophone, et dans la capitale et à Hull, le journal qu'il devrait être, et tout ça parce que Gesca prendrait les moyens nécessaires pour l'alimenter. [...] Bien sûr, il y a des problèmes de concentration dans ce que je viens de raconter. Mais, quand la concentration égale qualité, [...] ce n'est pas exempt de risques, mais c'est déjà quelque chose [...] (Michel Roy, JD, 13 février 2001, 12h30)

Cet argument rejoint celui du président de Gesca, Guy Crevier, qui soutient que son entreprise a besoin d'une « masse critique nécessaire » pour produire des quotidiens de qualité et « maintenir un réseau dynamique de quotidiens régionaux de langue française ». (M21, p. xv et vi)

En Amérique du Nord, la presque totalité des quotidiens dont le tirage est comparable à celui de *La Presse* et du *Soleil* évoluent au sein de groupes où l'on retrouve d'autres journaux de taille comparable. Cette situation procure aux journaux d'un même groupe la masse critique nécessaire pour financer et proposer des initiatives indispensables à la production de journaux de qualité et à la réalisation de couvertures d'envergure nationale et internationale. (Crevier, JD, 28 février 15h00)

À l'appui de leur affirmation selon laquelle la concentration de la propriété n'équivaut pas obligatoirement à une perte de qualité et à un manque de diversité, Gesca et Quebecor citent des études réalisées par des universitaires américains. Une recherche menée par David Demers, du Center for Global Media Studies de l'Université de l'État de Washington démontre que :

les groupes de presse de grande taille accorde une importance plus grande à la qualité du produit et de l'information; qu'ils possèdent des structures et des mécanismes de décision complexes dont la responsabilité est assumée par des gestionnaires et par des professionnels de l'information; que les groupes de presse présentent, en raison de leur solidité financière, une plus grande indépendance vis-à-vis des groupes de pression de toutes natures; enfin, que les groupes de presse disposent de meilleurs moyens pour innover, offrir des contenus diversifiés et de qualité. (Crevier, JD, 28 février 15h00)

Quebecor et Gesca ont aussi répété à quelques reprises que l'uniformisation n'était pas à leur avantage : « Il n'est tout simplement pas dans l'intérêt économique des grands groupes de médias d'uniformiser leurs contenus éditoriaux et de réduire la diversité des voix ». (Quebecor, M23, p. 10). « L'entreprise de presse qui ignorerait les attentes et les besoins de son public se condamnerait à périr. Celle qui lui offrirait un produit uniforme ou qui tenterait d'influencer indûment les choix de ce public ou encore de le manipuler ne connaîtrait guère un meilleur sort. » (Gesca, M21, p. 5)

Lors de sa présentation, Luc Lavoie, vice-président exécutif aux affaires corporatives de Quebecor, a aussi avancé qu'à ses yeux, le fait que les préoccupations de Quebecor soient

essentiellement commerciales pouvait être considéré comme rassurant; la compagnie rend compte de ses gestes à ses actionnaires et la haute direction ne s'implique pas dans la gestion de l'information.

Pour la Fédération nationale des communications (FNC),

les choix économiques ne sont pas toujours neutres. Les moyens dont disposent les journalistes déterminent le plus souvent leur pratique du métier. Il suffit de réduire les ressources pour altérer considérablement la capacité des journalistes d'enquêter, de se documenter et d'analyser. Ceci donne lieu, trop souvent, à une couverture systématique des mêmes événements, à la reprise des communiqués officiels et au martèlement de la pensée unique. Un choix en apparence purement économique peut s'avérer un moyen très efficace de limiter les débats publics [...]. (M13, p. 12)

Une étude menée par Mme Judith Dubois, professeure à l'UQAM, basée sur des entrevues de fond auprès de journalistes et de cadres qui ont travaillé ou travaille encore au réseau TQS démontre que

l'impact le plus frappant qui ressort de l'acquisition de TQS par Quebecor se situe davantage au chapitre du mode de gestion qu'au chapitre des investissements de ressources affectées à l'information; on serait passé d'un modèle « paternaliste » à un modèle pleinement capitaliste, entraînant une réorganisation de la « façon de faire ». (M10, p. 6)

La réorganisation aurait eu comme effets, entre autres, une augmentation de la charge de travail des journalistes et un glissement vers l'information spectacle. Les personnes interrogées s'entendent à dire que ces changements au chapitre de l'information ne seraient pas liés au phénomène de la concentration, mais « dépendraient uniquement du style de gestion de l'entreprise Quebecor ». (M10, p.7-8)

Concernant l'ingérence possible des patrons de presse dans la salle de rédaction, ou l'impossibilité pour les journalistes de couvrir certains sujets rattachés aux activités de la compagnie mère dans différents secteurs (dans le cas de Gesca, Power Corporation opère dans les services financiers, l'énergie et la production industrielle), Guy Crevier répond que le groupe

Gesca est doté d'un conseil d'administration indépendant, et que lui-même ne côtoie jamais ses collègues de chez Power impliqués dans d'autres filiales. M. Crevier fait remarquer que contrairement à Quebecor, Gesca n'a qu'une seule activité : publier des quotidiens (l'entreprise s'est même départie de ses hebdomadaires). Quebecor est active dans une foule de secteurs regroupés sous une même entité, Quebecor Media, d'où les risques de conflits d'intérêt. Par contre, il se dit conscient du fait que les journalistes peuvent pratiquer une forme d'autocensure. Mais, dit-il, cette autocensure joue dans les deux sens : il cite en exemple la couverture timide de *La Presse* par comparaison à celle du *Globe and Mail* lors de l'importante transaction impliquant Power Corp. et Bertelsmann en Europe (JD, 28 février 15h00).

À l'ère de la « convergence », le Québec a-t-il besoin de « champions nationaux »?

Dans la foulée de l'acquisition de Time Warner par America Online, de grands groupes internationaux se sont constitués tels Vivendi-Universal et Bertelsman-CLT-Pearson. Au Canada anglais, BCE-CTV-Thomson et CanWest-Hollinger en sont aussi l'illustration. Quebecor et Gesca souhaitent qu'on leur permette de croître autant qu'elles le désirent pour être à la hauteur dans ce marché de l'information et du divertissement qui se mondialise.

« Force est de constater que les critères conventionnels pour mesurer les niveaux de concentration sont dépassés », soulignait Guy Crevier aux membres de la Commission (JD, 28 février 15h00).

Pour Quebecor aussi, la transaction intervenue avec le Groupe Vidéotron doit être examinée sous ce nouvel éclairage. « Dans l'univers des médias définis par Internet, la concurrence s'intensifie et elle émane de différents groupes mondiaux organisés et outillés pour occuper les nouveaux marchés résultant de la convergence. On ne peut ignorer ce phénomène d'une envergure sans précédent. En outre, la concurrence dans l'industrie des médias n'est plus seulement locale ou régionale, ni même nationale : elle est mondiale et sans frontières. Il faut donc que les entreprises québécoises œuvrant dans ce domaine se dotent des outils et des ressources nécessaires pour affronter efficacement la concurrence étrangère. Tel est l'objectif poursuivi par Quebecor et par sa stratégie de convergence. » (M23, p. 7)

Gesca abonde dans le même sens : « Le développement accéléré des technologies et des réseaux de distribution pousse les entreprises de communication à redéfinir leur territoire et à élargir leur champ d'action. En l'an 2000 et seulement au Canada, 27 milliards de dollars ont été consacrés à la mise en œuvre de stratégies d'acquisition dans le domaine des communications et des médias. En proportion, l'investissement de Gesca fait figure d'une goutte d'eau dans une mer de milliards. » (JD, 28 février, 15h00)

L'image est évocatrice. Les entreprises médiatiques canadiennes comme québécoises souhaitent pouvoir tenir tête aux géants américains et internationaux et elles exercent des pressions en ce sens sur les gouvernements, pour qu'ils assouplissent les règles relatives à la propriété. Comme l'indique Gesca :

L'heure n'est pas à une micro réglementation qui viendrait entraver le développement normal des entreprises de presse, surtout dans un contexte de mondialisation des marchés. [...] Ce que nous pouvons attendre des États et des gouvernements, c'est qu'ils créent un environnement favorable afin que les principaux acteurs puissent rapidement s'adapter aux nouvelles conditions du marché. (M21, p. xv)

Ce plaidoyer des entreprises d'ici est identique à celui qu'a relevé le Centre d'études sur les médias dans son analyse des débats récents sur la concentration en Australie, aux États-Unis, en France et au Royaume-Uni. Là aussi, on évoque le contexte nouveau de la globalisation et de la convergence. Le Centre d'études a toutefois constaté « une grande prudence des gouvernements qui hésitent à modifier des règles édictées pour assurer la diversité des points de vue, ingrédient essentiel de la qualité du débat démocratique. » (CEM, Op. cit., p. 37)

Par ailleurs, Quebecor a fait valoir que son projet présentait l'avantage de maintenir un degré élevé de propriété québécoise au sein de l'industrie des médias (M23, p. 18). Serait-il donc préférable de tolérer la concentration si c'est pour conserver les médias québécois aux mains d'entreprises québécoises, qui reflèteront mieux la culture québécoise? Ce n'est pas l'opinion du président du Syndicat des travailleurs de l'information du *Journal de Montréal* (STIJM), Martin Leclerc.

[...] [D]ans une grande mesure, le reflet que donne un média sur la société, c'est le reflet des artisans qui sont sur le terrain. Que le propriétaire d'une station de télévision soit Belge ou Québécois, les journalistes qui font les reportages sur le terrain restent Québécois, et s'il n'y a pas d'ingérence dans le contenu de l'information, eh bien, les journalistes [...] n'auraient pas plus de problème à fonctionner. Mais il faut encadrer — on revient toujours au même débat [...] — [...] les règles de propriété des médias. (JD, 15 février, 10h30)

D'autres intervenants, comme la FNC, la FPJQ et la Centrale des syndicats du Québec (CSQ), refusent de sacrifier la diversité des médias pour permettre le développement de grandes entreprises de propriété québécoise. Pour eux, au contraire, le risque de voir disparaître rapidement ces « champions nationaux » n'en est que plus élevé. Les grands groupes québécois, disent-ils, attiseront l'appétit des géants et risquent de recevoir des offres d'achat rapidement, pour peu qu'ils présentent un potentiel. « La taille gigantesque de certains empires nous permet de croire que des changements éventuels de propriété ne seront possibles qu'en transigeant avec des conglomérats étrangers », note encore la FNC (M13, p. 12).

Synergie et pluralisme : des objectifs conciliables?

Aujourd'hui, ce qui motive les conglomérats d'information et de divertissement, c'est la recherche des synergies entre les composantes de leur empire — presse écrite, télévision, Internet, etc. — ou encore, selon le modèle d'AOL-Time Warner, la convergence entre les moyens de distribution et les contenus. Au cœur de la stratégie : Internet, qui deviendra bientôt, croit-on dans les entreprises, le lieu principal d'information et de divertissement, sinon de commerce. Les entreprises veulent pouvoir y offrir des contenus écrits, du son et des images. Certaines acquièrent des compagnies produisant le type de contenus qui manque à leur actif, d'autres s'assurent de pouvoir disposer de nouveaux contenus en concluant des alliances.

Dans son mémoire, Quebecor décrit ainsi son projet : jumeler ses contenus variés au réseau d'accès et de distribution de Vidéotron. Quebecor voit dans l'achat de Vidéotron l'occasion de compléter son intégration dans le domaine des médias. Ce jumelage lui permettra d'offrir aux annonceurs la mise en place de stratégies de promotion croisée dans ses quotidiens, ses

magazines, son réseau de télévision et ses portails Internet. Quebecor entend aussi être à l'avant-garde de la téléphonie sur Internet, la télévision sur Internet et la télévision interactive.

Le projet de Gesca est différent en ce qu'il repose sur une spécialisation dans le secteur de la presse écrite quotidienne : créer un groupe de presse en « réunissant dans un même ensemble plusieurs quotidiens qui bénéficieront d'économies d'échelle et de la mise en commun de ressources matérielles, financières et intellectuelles » (M21). Gesca parle d'une stratégie de journaux nationaux (*La Presse* et *Le Soleil*), qui, grâce à leurs ressources financières, pourront investir dans le journalisme d'enquête, les analyses, les débats et la couverture internationale, et de journaux régionaux bien implantés dans leur communauté et qui conserveront chacun leur identité propre. Regrouper les actifs et avoir un objectif commun mais avec des modules régionaux, voilà l'idée de Gesca.

L'Internet tient un rôle capital dans cette stratégie : « J'ai réfléchi beaucoup à savoir comment, sur l'Internet, on pouvait assurer le développement d'une expertise au Québec, d'un savoir-faire, d'un savoir-faire de production. Et on est arrivé à la conclusion assez simple de dire qu'il fallait être numéro un ». (Guy Crevier, JD, 28 février 15h30) Une conviction que partage le représentant de *La Voix de l'Est*, qui a insisté sur le fait que l'entretien d'un site Internet nécessite des moyens financiers considérables.

Les groupes de presse ont tenté de convaincre les journalistes et les membres de la Commission que leurs projets n'étaient pas incompatibles avec une information de qualité. Mais malgré certaines assurances reçues, les doutes subsistent chez plusieurs. La nature même des projets de développement des entreprises de presse ne va-t-elle pas à l'encontre des moyens nécessaires pour assurer la diversité de l'information, se demandent la majorité des intervenants? La concentration qui découle de la recherche de la convergence et de la synergie risque d'amener à la subordination de l'information aux impératifs économiques et à la perte d'autonomie des salles de nouvelles, ont souligné plusieurs d'entre eux (M6, M9, M19 et M29).

Comme l'explique le Syndicat de la rédaction du *Soleil*, « l'indépendance promise des salles de rédaction des journaux de Gesca est difficilement conciliable avec le projet d'un vaste réseau de

communication et d'information axé sur la production de contenus » (zone de libre échange des textes, photos et illustrations entre les journaux de Gesca) (M6, p. 4).

Armand Dubois, du syndicat des employés de TVA, a illustré l'effet que pourrait avoir concrètement sur l'information et sur le citoyen, la constitution de ces grands groupes intégrés, en racontant, non sans ironie, comment, tout au long de la journée, une personne entend, lit ou regarde la même nouvelle reprise sur les différents postes de radio, portails Internet, journaux et réseaux de télévision, qui appartiennent soit à Gesca, soit, surtout, à Quebecor. « Que de diversité! Quel citoyen éclairé! A-t-il conscience d'avoir écouté de nombreux haut-parleurs pour deux maîtres messagers? » (JD, 15 février, 11h00)

La FPJQ souligne aussi que l'on assiste depuis quelques années à un glissement de sens : les entreprises ne parlent plus d'information journalistique, mais de « contenu ». Pour la Fédération, « ce terme confond communiqués, cotes boursières, musique, matchs sportifs, information journalistique, etc. en un amalgame indistinct où ils sont tous placés sur le même plan » (M12, p. 9). D'autres intervenants ont aussi fait remarquer que l'information était devenue une marchandise, et, du coup, le citoyen un consommateur.

Comme le note la FPJQ, « [l']amélioration de l'information du public québécois ne fait même pas partie du discours officiel qui justifierait [la transaction Quebecor-Vidéotron]. Quebecor gomme toute différence entre ses activités d'information et ses nombreuses autres activités » (M12, p. 13) Et comme le constate le Syndicat des employés-es de TVA :

La profession journalistique est bien sûr affectée par cette nouvelle vision de l'« information », qui touche particulièrement la télévision. « Le journalisme télévisé ressemble de plus en plus à un spectacle d'où les vrais enjeux sociaux sont évacués. [...] Nous sommes devenus, nous, journalistes, des amuseurs publics. Malheureusement nous ne faisons plus rire personne sauf peut-être ceux qui ont intérêt à distraire le peuple pour poursuivre leurs activités mercantiles. » (M7, p. 8-9)

À l'exception des patrons de presse, presque tous les intervenants ont exprimé leur crainte de voir les transactions entraîner des compressions d'emplois à différents niveaux dans les

entreprises, la limitation des effectifs journalistiques, et une centralisation menant à l'homogénéisation des contenus.

Les reproches ou les craintes exprimés lors des auditions publiques ont été de nature différente selon qu'ils concernaient plus spécifiquement Gesca ou Quebecor.

Dans le cas de Gesca, qui a choisi de se concentrer dans un seul secteur, celui de l'information quotidienne, les journalistes anticipent une « montréalisation » des journaux. Les employés du *Soleil* craignent que leur journal perde son statut de quotidien de la Capitale pour devenir une succursale de *La Presse*, un journal régional au même titre que les autres propriétés du groupe, dont l'avenir n'est guère plus rassurant. Cette « montréalisation » s'exprimerait par l'abolition de postes dans des secteurs dont la couverture journalistique pourrait s'effectuer de Montréal, une diminution du nombre de correspondants parlementaires, etc.

Les reproches et les craintes exprimées vis-à-vis de Quebecor ont été plus nombreuses, et plus virulentes. Ce qui est en cause, surtout, c'est la stratégie de promotion croisée qu'applique Quebecor. Les médias d'information, qui ne sont qu'un élément d'actif parmi d'autres au sein de l'empire, sont utilisés pour faire valoir les intérêts des autres parties, au détriment de leur mission d'information (FPJQ, M12, p. 20).

Le président du STIJM en avait long à dire sur le sujet et a cité devant la Commission plusieurs exemples d'ingérence et d'activités de promotion croisée affectant la partie rédactionnelle du *Journal de Montréal*. Le Syndicat considère que Quebecor « n'a pas "la conscience professionnelle" nécessaire pour assumer simultanément la propriété de médias d'information, d'une part, et d'entreprises de divertissement, de l'autre ». (M5, non paginé)

Les régions

La situation de l'information dans les régions préoccupent plusieurs intervenants. Au Québec, les années 1990 ont été marquées par une accélération très rapide de la concentration de la propriété des hebdomadaires régionaux, avec la disparition de deux groupes importants (Les Hebdos Télémedia et Les Publications Cogeco/Dumont), avalés par Transcontinental qui

domine, depuis, le secteur. L'acquisition en janvier dernier des hebdomadaires de Gesca a encore accentué la part de Transcontinental, qui détient maintenant près du tiers des titres (58 sur 193) et cumule 42 % du tirage total. Le Groupe Transcontinental est aussi l'un des plus importants imprimeurs commerciaux en Amérique du Nord. L'autre grand éditeur d'hebdomadaires est Quebecor. Sa part de tirage est moins élevée (17 %) mais il possède presque autant de titres (48); cette situation est due au fait que les hebdomadaires détenus par Quebecor se retrouvent majoritairement en région (Transcontinental est surtout présent dans la région métropolitaine), où la population est moins dense et les tirages moins élevés. Quebecor détient aussi une participation de 50 % dans les hebdomadaires du groupe Jean-Paul Auclair (4). Sur 193 hebdomadaires régionaux au Québec (données du CEM, Op. cit.), il ne reste que 38 indépendants.

En ce qui concerne la radio et la télévision, plusieurs intervenants ont relevé le fait que l'Abitibi-Témiscamingue connaissait une situation de concentration très importante avec Radio Nord Communications qui y exploite trois stations de télévision affiliées aux trois réseaux généralistes (SRC, TVA et TQS), ainsi que quatre stations de radio. Jonquière et Rivière-du-Loup connaissent une situation semblable avec Cogeco et Télé Inter-Rives qui exploitent chacun deux stations de télévision. Les bulletins d'information locaux sont produits par la même équipe, dans les mêmes studios, mais sous des bannières différentes. Le CRTC a autorisé ce type d'opération dans des marchés de petite taille qui n'auraient pu faire vivre deux ou trois propriétaires en concurrence (CEM, Op. cit.).

Le témoignage de Charles Desmarteau, éditeur indépendant de l'hebdomadaire *La Relève* de Boucherville, a pu éclairer la Commission sur les difficultés que connaissent les journaux indépendants. Entre autres, M. Desmarteau a souligné que la situation de monopole dans certaines régions avait pour effet de faire augmenter le prix du papier et de l'impression des hebdomadaires ainsi que de la distribution. Le coût du papier représente une proportion très élevée des dépenses d'opération des indépendants.

D'autres intervenants craignent de perdre leur emploi. Comme le faisait remarquer le regroupement des syndicats de Gesca, le niveau d'endettement des entreprises à la suite d'acquisitions a des effets pervers sur les emplois, particulièrement en région. Les Syndicats des

travailleurs et des travailleuses du *Lac-St-Jean* et de *l'Étoile du Lac*, des hebdomadaires nouvellement acquis par Transcontinental, ont tenu à exprimer leurs inquiétudes à cet égard, et ont demandé des engagements de la part des nouveaux propriétaires pour que soient conservés tous les emplois et que soit maintenue l'autonomie des salles de rédaction.

Les représentants des médias communautaires, de leur côté, ont souligné que l'information locale et régionale n'occupait qu'une faible part de l'offre médiatique et que la concentration avait accentué le phénomène d'uniformisation des contenus d'information au cours des années. Les radiodiffuseurs communautaires constituent, à leur sens, une réponse valable à la concentration de la presse. L'information locale et la promotion de la culture québécoise sont leur priorité. Dans le cas des télévisions communautaires, une modification de la réglementation du CRTC a eu pour effet de lever l'obligation des câblodistributeurs de donner accès à un canal. Vidéotron utilise maintenant ce canal pour des émissions de son cru, produites dans les grands centres urbains. Pour l'Assemblée des évêques du Québec, « les fermetures des télévisions communautaires briment non seulement les droits d'une communauté à l'expression sociale, politique et culturelle, mais elles atteignent surtout l'esprit démocratique et les valeurs fondamentales des citoyennes et des citoyens du Québec (M4, p. 2).

Le Conseil de presse a lui aussi démontré une préoccupation quant à la couverture journalistique des régions. Il a demandé aux groupes de presse nationaux de s'engager à « manifester un intérêt véritable quant au sort des régions éloignées » et à « assurer une couverture systématique de leur réalité, de manière à contrer, au moyen de la diversité régionale, certains effets négatifs de la concentration de la propriété des organes d'information au Québec » (M29, p. 12).

Le Mouvement pour la démocratie dans les villes relève aussi deux autres phénomènes: la place prépondérante qu'occupe la publicité dans les hebdomadaires régionaux et les compressions à Radio-Canada, qui ont mené à un délaissement de la couverture en régions.

Le discours des entreprises est différent. En région, fait remarquer Radio Nord Communications, la consolidation des infrastructures médiatiques est indispensable. Elle permet d'acquérir les équipements et les effectifs nécessaires au maintien et au développement de la production locale

et régionale. L'entreprise affirme que sans ses autres éléments d'actif en radio et en télévision en Abitibi-Témiscamingue, elle n'aurait pu y établir une station de télévision affiliée au réseau TQS. Les exigences financières ont pour effet de limiter le nombre de joueurs capables de s'implanter. Gilles Poulin, président et chef de l'exploitation de Radio Nord Communications avance aussi que dans un petit marché, la concurrence peut nuire à la qualité et à la diversité de l'information. Il cite en exemple l'arrivée d'une station MF de Radiomutuel en Abitibi, qui a grugé les revenus publicitaires de Radio Nord. L'entreprise a été forcée de supprimer des postes de journalistes. Au total, il en a résulté un moins grand nombre de journalistes après l'arrivée de Radiomutuel. Le partage de revenus financiers limités a pour effet d'entraîner des compressions de personnel (JD, 14 février, 12h30).

Pour Transcontinental, les entreprises qui veulent développer une stratégie autour de l'Internet n'ont pas d'autre choix que d'accroître leurs revenus pour atteindre la masse critique qui fera d'elles des concurrents solides.

Gesca, de son côté, croit fermement que l'appartenance des médias régionaux à un grand groupe leur permet de produire des journaux de meilleure qualité. La « zone de libre-échange de textes » au sein de l'entreprise donnera la possibilité aux journaux régionaux d'avoir accès à des reportages de correspondants à l'étranger, par exemple, chose qui serait impossible financièrement pour un journal régional isolé (Guy Crevier, JD, 28 février 15h30).

La guerre publicitaire et les campagnes d'abonnement

Dans son mémoire, le Conseil de presse mentionne aussi les risques d'une « monopolisation du marché publicitaire mettant en péril la survie d'entreprises de presse indépendantes comme le quotidien *Le Devoir* ou de médias fragilisés financièrement » (M29, p. 7). De son côté, la FPJQ croit que la concentration a atteint un niveau qui rend impossible de fonder un nouveau média de masse (M12, p. 22).

Pour *Le Devoir*, l'acquisition des quotidiens d'Unimédia par Gesca a modifié l'équilibre qui existait dans le marché des quotidiens francophones. Deux joueurs majeurs se retrouvent maintenant face à face sur les mêmes marchés métropolitains et régionaux, ce qui laisse

envisager des pratiques commerciales « dommageables pour le maintien de la diversité de la presse ». Le directeur du *Devoir*, Bernard Descôteaux prévoit une guerre des prix d'abonnement entre Quebecor et Gesca, dans le but d'accroître les tirages pour augmenter les tarifs publicitaires. M. Descôteaux fait aussi mention de pratiques de plus en plus courantes de contrats d'exclusivité avec des annonceurs. Face à cette concurrence accrue, et vu la « fragilité financière » du *Devoir* — « le prix de l'indépendance » —, il envisage des conditions « de plus en plus difficiles » pour le journal (M19, p. 9).

Les journalistes indépendants

La concentration de la presse est la source de nombreuses préoccupations pour les journalistes indépendants. L'Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) a tenu à exprimer ces inquiétudes.

La concentration des médias a accentué le déséquilibre des forces entre des travailleurs isolés non protégés par des lois du travail et des médias de plus en plus puissants. L'arrivée de l'Internet n'aura pas aidé à améliorer les choses. Les médias demandent désormais aux pigistes, désignés dans les nouveaux contrats de travail « fournisseurs de contenu », qu'ils cèdent leur droits d'auteur. Les journalistes indépendants ont intenté un recours collectif contre 14 publications québécoises, qui « violent les droits d'auteur en livrant leurs textes à des banques de données numériques sans en avoir la permission » (*Droits devant*).

De son côté, Gesca explique qu'elle ne souhaite pas que les pigistes renoncent à leur droit d'auteur, mais qu'elle veut obtenir le droit d'utiliser les textes sur l'Internet et le droit de les archiver pour permettre la consultation de ses archives, un service qui serait gratuit pour les établissements scolaires. Selon Gesca, « [...] les pigistes réclament une rémunération plus importante du seul fait de la diffusion de leurs textes par des technologies qui étaient inconnues, il y a de cela quelques années, sans considération aucune pour ce que l'éditeur peut en retirer » (JD, 28 février 15h30).

Les journalistes indépendants ne sont pas les seuls à craindre la concentration. Plusieurs de leurs collègues syndiqués ont aussi fait remarquer qu'en cas de conflit avec leur employeur, il ne se trouverait pas beaucoup d'autres possibilités sur le marché du travail.

L'avenir de la Presse canadienne

Plusieurs intervenants ont fait part de leurs inquiétudes quant à l'avenir de la Presse canadienne. Les journalistes, en particulier, mais aussi des journaux comme *Le Devoir*, qui comptent sur l'agence pour une partie de la couverture journalistique, se sont demandés si Gesca et Quebecor trouveraient nécessaire de maintenir leur participation à la coopérative, étant donné la possibilité d'échanger des textes entre les différents médias au sein des groupes.

Questionné à ce sujet, les deux entreprises de presse ont réitéré leur appui à la Presse canadienne. Autant Pierre Francoeur, le président de Sun Media, que Guy Crevier ont souligné que Quebecor et Gesca avaient toujours soutenu l'agence et qu'elles continueraient de le faire, parce qu'il est dans leur intérêt, et dans celui du Québec en général, que la Presse canadienne se maintienne.

Le rôle de la Caisse de dépôt et placement

Tout au long des auditions publiques, certains commentaires ont été émis à propos du rôle de la Caisse de dépôt et de placement du Québec dans la transaction Quebecor-Vidéotron. Pour plusieurs, cette situation place le gouvernement dans une situation conflictuelle et biaise en quelque sorte l'exercice en cours. Pour d'autres, comme la CSN, la frontière demeure entre cette société publique et le gouvernement, et la participation de la Caisse ne devrait pas empêcher ce dernier d'intervenir. « [...] [C]e n'est pas le mandat de la Caisse de dépôt [d'être garante de la liberté de presse]. [...] C'est le mandat du gouvernement de se préoccuper de ces questions-là, par exemple. » (JD, 14 février 10h30)

DEUXIÈME PARTIE : ÉNONCÉ DE PRINCIPES

Deuxième partie : énoncé de principes

Les membres de la Commission de la culture ont élaborés des principes de gouvernance qui sous-tendent les recommandations formulées dans les pages qui suivent :

1. Le droit des citoyens à l'information constitue le fondement de la liberté d'expression et de la liberté de presse.
2. Toute société démocratique, pour qui le droit à la libre expression est un fondement, doit maintenir et préserver une « nécessaire distance » entre le monde politique et l'univers journalistique.
3. La liberté de presse est un droit des citoyens. Inscrite dans le droit à la libre expression, indissociable du droit à la libre information, elle est au cœur de la vie démocratique et constitue un ressort indispensable à son exercice.
4. En régime démocratique, un choix de médias variés et une diversité des voix et des sources d'information sont les meilleures garanties permettant une libre expression authentique, ainsi que la libre circulation des idées et des opinions et la tenue de débats publics libres et ouverts.
5. Dans notre régime démocratique, et en raison de notre tradition journalistique séculaire, ce sont des entreprises de communications, publiques et privées, qui colligent, rassemblent, publient et diffusent librement les informations destinées au public et qui sont à la base de l'exercice de son droit à l'information.
6. Toute diminution réelle et vérifiable de sources d'information liée à la concentration de la propriété des médias limite l'exercice du droit des citoyens à accéder à une information diversifiée (choix) et variée (voix) et peut, ultimement, signifier sa négation.

7. Liberté d'expression et liberté d'entreprise ne sont pas synonymes. La liberté de presse, découlant de l'une et de l'autre, n'est toutefois pas le fief exclusif des propriétaires de médias, ni une chasse gardée soumise à leur seul bon vouloir. Elle est la manifestation de leur rôle de « fiduciaire » de présenter les multiples facettes de l'intérêt public en régime démocratique.

8. Tout État démocratique a, en tout temps, le devoir de veiller à ce que le droit du citoyen à une information libre, diversifiée et variée soit protégé et promu, et, le cas échéant, peut intervenir pour en assurer sa pérennité.

TROISIÈME PARTIE : RECOMMANDATIONS

Troisième partie : recommandations

Pour les membres de la Commission de la culture, l'état actuel de la concentration et du pouvoir des médias doit être accompagné d'un accroissement de leur transparence et de leur imputabilité. Les cinq premières recommandations, regroupées sous les notions de mécanismes de surveillance interne et mécanismes de surveillance externe, ont précisément pour but d'améliorer cette transparence et cette imputabilité. Les autres recommandations ont essentiellement pour but de proposer des mesures propres à améliorer la qualité et la diversité de l'information.

1. MÉCANISMES DE TRANSPARENCE EXTERNE

R-1 Pour un mécanisme de vigie et un rôle pour l'Assemblée nationale

Les membres de la Commission de la culture recommandent qu'un organisme se voit confier un mandat de vigie. L'organisme sera tenu de publier un rapport annuel qui devra être déposé à l'Assemblée nationale et être étudié par les membres de la Commission de la culture.

Les députés ministériels membres de la Commission recommandent que cette fonction de vigie soit assumée par un nouveau Conseil de la diversité de l'information, alors que les membres de l'Opposition officielle préfèrent confier ce mandat à l'Observatoire de la culture et des communications.

Pour les députés ministériels de la Commission, le Conseil de la diversité de l'information (CDI) a mandat d'établir les critères⁵ de diversité interne et externe de l'information. Sur la base de ces

⁵ (variété des sources d'information; variété des points de vue exprimés dans les comptes rendus; variété des points de vue exprimés dans les textes d'opinion; palmarès des enjeux sociaux privilégiés ou occultés; utilisation

critères, il observe l'évolution de la situation de la diversité en ayant recours aux données colligées par l'Observatoire de la culture et des communications et à toutes autres données disponibles et fait rapport à l'Assemblée nationale une fois l'an. La Commission de la culture se saisit de ce rapport et y donne suite dans l'intérêt du droit du public à une information libre, diversifiée et aussi complète que possible.

Pour les députés de l'Opposition officielle, il est plutôt souhaitable que le mandat de l'Observatoire de la culture et des communications, une unité administrative de l'Institut de la statistique, soit revu afin de lui confier le double mandat suivant : **premièrement**, celui de se doter d'un poste de vigie avec pour tâche spécifique de suivre à la trace l'évolution des médias au Québec et ailleurs dans le monde; **deuxièmement**, que le gouvernement le constitue dépositaire officiel des renseignements que les entreprises de presse du Québec lui feraient parvenir volontairement sur une base annuelle, sur un modèle semblable à celui que les entreprises de radiodiffusion doivent fournir annuellement au CRTC. Dans le trimestre suivant le dépôt des renseignements transmis, l'Observatoire serait tenu de dresser et de publier un rapport annuel comprenant une section portant sur l'évolution des médias en général et une autre faisant un bilan sur la situation des entreprises de presse en particulier (suivant des modalités à définir pour préserver la confidentialité de certaines données). Après publication, les membres de la Commission de la culture seraient tenus d'étudier ce rapport, au besoin dans le cadre d'une consultation publique.

de textes maison vs utilisation de textes d'agences de presse; quantité de textes provenant de médias du même groupe; sondages d'opinion visant à mesurer la satisfaction du public face à ses médias; évolution et importance des différents genres journalistiques; importance du phénomène de la propriété croisée; comparaisons avec les développements observés dans d'autres sociétés démocratiques; colliger l'information sur les politiques d'information et de gestion des entreprises médiatiques; informations sur l'identité des propriétaires, les liens avec d'autres entreprises de presse, les tentatives de prise de contrôle, l'arrivée ou le départ d'actionnaires importants; respect des codes de conduite et efficacité des comités de surveillance; etc.)

R-2 Pour le renforcement du Conseil de presse du Québec

La commission recommande le renforcement du Conseil de presse qui témoignerait de la part des partenaires actuels d'une volonté ferme à faire apprécier l'importance et le sérieux de son rôle de « tribunal d'honneur ». La Commission recommande que les partenaires privés, représentés au conseil d'administration, haussent leur contribution à la dotation financière de la Fondation du Conseil de presse.

Les membres de la Commission ont noté que la confiance du public à l'endroit du Conseil de presse est minée, notamment en raison des délais importants dans le traitement des plaintes portées à son attention. Le niveau de financement actuel de la Fondation est manifestement insuffisant et il est souhaitable que les bailleurs de fonds privés du Conseil augmentent de façon appréciable leur participation financière, idéalement en procédant en un seul versement qui serait suffisant pour assurer le fonctionnement efficace du Conseil pour plusieurs années à venir. Le Conseil sera alors en mesure de mieux s'acquitter de son rôle de « chien de garde » de l'excellence déontologique journalistique et de grand promoteur de la liberté d'expression dans toute sa diversité.

2. MÉCANISMES DE TRANSPARENCE INTERNE

R-3 Des énoncés de principe

La Commission de la culture demande aux dirigeants d'entreprises de presse de publier leurs énoncés de principes et leurs engagements à l'égard de la qualité et la diversité de l'information.

Les membres de la Commission de la culture invitent les dirigeants d'entreprises de presse à publier un énoncé de principes dans les médias de leurs conglomérats. Les membres de la

Commission rappèlent, à titre d'exemple, que les représentants de Gesca se sont engagés en commission parlementaire à publier un énoncé de principes dans leurs journaux portant notamment sur :

- le maintien du caractère original de chacun des quotidiens;
- reconnaître et favoriser l'indépendance des directions de l'information et des salles de rédaction;
- respecter les pratiques journalistiques;
- encourager et promouvoir la diversité d'opinions;
- actualiser les politiques d'information de leurs quotidiens;
- investir dans des contenus de qualité;
- soutenir la Presse canadienne;
- et enfin, fournir au Conseil de presse du Québec les moyens de mieux remplir sa mission.

R-4 Des ombudsmans

À l'instar de plusieurs médias privés nord-américains, européens et du Canada anglais et français⁶, la Commission de la culture recommande que les groupes de presse se dotent de postes d'ombudsmans indépendants et crédibles afin de recevoir et d'analyser les plaintes du public en ce qui concerne strictement le contenu journalistique de ces médias, soit les étapes de cueillette, de traitement et de diffusion de l'information journalistique. Les ombudsmans devraient publier un rapport annuel.

L'accroissement de la concentration et le phénomène de la convergence doivent être accompagnés d'un accroissement de l'imputabilité et du respect de codes de déontologie chez les médias qui détiennent un pouvoir de plus en plus important dans la société québécoise. Il faut notamment assurer le maintien de normes professionnelles élevées garantes de la qualité

⁶ Ils sont au nombre de 44 en Amérique du Nord, 20 en Europe, 4 au Canada anglais et 2 au Canada français (SRC et Acadie).

de l'information. L'autorégulation demeure le moyen d'imputabilité le plus conforme aux principes d'une presse libre et responsable.

S'inspirant du modèle en vigueur depuis 1993 à la Société Radio-Canada, les ombudsmans auraient le mandat de réviser les plaintes de citoyens insatisfaits d'une première réponse obtenue par le responsable de l'information du média visé ou d'initier son enquête en cas d'absence de réponse. Les ombudsmans désignés par les groupes de presse devraient analyser les plaintes à la lumière des normes professionnelles reconnues (Guide de déontologie des journalistes du Québec de la FPJQ, Normes et pratiques journalistiques de la SRC ou tout autre code de déontologie conforme aux normes reconnues). Les ombudsmans décideraient si les griefs des plaignants sont fondés, non fondés ou partiellement fondés eu égard aux normes reconnues. Leurs décisions seraient acheminées aux plaignants ainsi qu'aux journalistes concernés. Dans des cas exceptionnels, une procédure d'appel pourrait être envisagée en ayant recours au Conseil de presse du Québec. Les décisions feraient l'objet d'une diffusion par le média concerné. Chaque année, les ombudsmans devraient dresser, dans un rapport annuel, un bilan déontologique des médias dont ils assument la fonction, bilan qui rendrait compte des plaintes reçues, du traitement qu'elles ont eu, des principales critiques formulées à l'endroit des médias et, sur une base volontaire, une divulgation des recours judiciaires qui les concernent lorsque ces recours ont rapport avec la publication d'information journalistique.

R-5 Des comités internes de surveillance

La Commission de la culture demande à chaque grand conglomérat de se doter d'un comité de surveillance avec mission de faire respecter les codes d'éthique et de déontologie portant sur les relations entre les différentes entreprises membres du conglomérat. Les résultats des travaux de ces comités seront publiés annuellement.

Cette mesure d'auto-réglementation consisterait à la mise en place volontaire, dans chaque grand conglomérat, d'un comité de surveillance dont le mandat serait, d'une part, de veiller à ce que les personnalités distinctes des entreprises engagées dans la « convergence » continuent de s'afficher,

et d'autre part, de s'assurer du respect de la règle d'éthique qui veut que « nul ne devrait se conférer de traitement préférentiel ni d'avantages indus au détriment de la concurrence ». En effet, la nature humaine étant ce qu'elle est, il n'est pas toujours facile pour des gestionnaires occupés aux opérations quotidiennes des entreprises de tirer une ligne de démarcation nette entre les synergies légitimes découlant de la concentration de la propriété médiatique et la règle d'éthique évoquée plus haut. De plus, les entreprises devraient s'engager à publier annuellement, dans l'intérêt public, les résultats des travaux de ces comités de surveillance.

R-6 Pour une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications

La Commission de la culture recommande la négociation d'une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications. Cette entente, qui pourrait s'inspirer des précédents en matière d'immigration et de main-d'œuvre, clarifierait les responsabilités des deux gouvernements en matière de communications et affirmerait leur volonté commune de promouvoir la qualité et la diversité de l'information.

Dans un contexte de convergence entre les médias écrits et électroniques, il devient évident que les deux paliers de gouvernement auraient avantage à travailler ensemble afin de limiter les effets négatifs liés à ce contexte. Cette entente clarifierait les responsabilités des deux gouvernements en matière de communications et affirmerait leur volonté commune de promouvoir, en coordonnant leurs interventions, une pluralité de voix et une diversité de choix. Plus spécifiquement, une telle entente s'assurerait que les comités de surveillance aient accès tant aux entreprises de télécommunications qu'aux entreprises de la presse écrite membres de grands conglomérats afin, par exemple, de s'assurer que chaque média respecte un code de conduite assurant l'indépendance des salles de rédaction.

3. LES MÉDIAS INDÉPENDANTS, LES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES ET LES RÉGIONS

Le contexte québécois de concentration et de convergence menace la survie de bon nombre de médias locaux et régionaux indépendants, qu'ils soient de type communautaire ou non. Ces médias écrits et électroniques sont pourtant essentiels à la diversité de l'information et à la diffusion de points de vue différents. Dans plusieurs régions du Québec, ces médias sont le seul reflet de la vie sociale, économique, politique et communautaire. Les cinq recommandations suivantes visent à promouvoir le développement de ce type de médias à la viabilité économique fragile et dont on sous-estime considérablement l'importance. Elles s'adressent aussi au problème de la couverture journalistique en région.

R-7 Pour un meilleur partage de l'assiette de publicité gouvernementale

La Commission de la culture recommande que les agences chargées de distribuer la publicité gouvernementale accordent une juste part de l'assiette publicitaire aux médias communautaires et aux médias indépendants. La Commission recommande aussi que soit nommé au sein du ministère de la Culture et des Communications un coordonnateur chargé notamment de publier un rapport annuel ventilant les dépenses publicitaires effectuées, avec les noms et montants, et accordant une attention particulière à la part des médias en région.

Actuellement, les achats de publicité sont centralisés et favorisent les médias écrits et électroniques appartenant à des conglomérats médiatiques. Les médias écrits et électroniques indépendants locaux, régionaux et communautaires consacrent beaucoup de ressources à la couverture d'enjeux d'importance pour leur public, mais ils ont peu d'outils de marketing pour caractériser leur auditoire et leur lectorat, ce qui prive les médias indépendants de ressources publicitaires pour améliorer les services offerts à la communauté.

La Commission de la culture croit que le gouvernement du Québec a un rôle de leadership à jouer pour favoriser un meilleur partage de l'assiette publicitaire, ce qui contribuerait à une vitalité

accrue des médias indépendants et des médias communautaires, améliorant ainsi la qualité et la diversité de l'information, notamment dans les régions du Québec. Non seulement doit-il s'employer à respecter sa propre norme de dépenses de publicité de 4 % dans les médias communautaires⁷, mais, en jouant son rôle de locomotive, il pourrait entraîner rapidement une série d'effets bénéfiques. D'abord, en faisant pression auprès de tous les organismes para et péri-publics, incluant les grandes sociétés comme la SAQ, la SAAQ, Loto-Québec et Hydro-Québec, pour que tous sans exception adoptent la même norme gouvernementale de 4 % de dépenses publicitaires dans les médias communautaires. Ensuite, en utilisant son pouvoir d'achat auprès des agences de publicité pour que ces dernières s'assurent d'inclure les médias communautaires dans leurs placements médias, le gouvernement pourrait avoir un effet bénéfique d'entraînement auprès des publicitaires privés qui s'intéresseraient peut-être davantage à ce type de médias.

Pour s'assurer que cette norme soit implantée et respectée, la Commission recommande la nomination d'un coordonnateur responsable au sein du MCC qui aurait notamment le mandat de publier un rapport annuel ventilant les dépenses publicitaires effectuées, avec les noms et les montants, en accordant une attention particulière à la part des médias en région. À ce sujet, la Commission de la culture invite les agences de placement à accorder plus d'importance aux médias en région.

En ce qui concerne les médias indépendants, la Commission invite le MCC à accompagner ces médias dans leurs efforts pour se faire mieux connaître par les agences de placement publicitaire et ainsi aller chercher une plus grande part de l'assiette publicitaire.

⁷ Les dépenses de publicité gouvernementale dans les médias communautaires atteignaient 2,7 % pour l'année financière 1999-2000.

R-8 Crédit d'impôt pour les médias indépendants

La Commission de la culture recommande d'étendre aux médias indépendants le même crédit d'impôt pour la main-d'œuvre, basé sur la création d'emplois, que celui qui est accordé aux entreprises de production de films et d'émissions télévisuelles, mesure fiscale qui est administrée par la SODEC.

Les médias indépendants sont essentiels à la vitalité de la vie sociale et démocratique, même s'ils n'attirent pas toujours un volume considérable de publicité, qui demeure la principale source de financement des médias écrits, sinon la seule dans le cas des journaux distribués gratuitement. La formule du crédit d'impôt permet aux individus d'encourager la survie de tels médias d'information dont l'utilité publique ne fait pas de doute lorsque leurs dirigeants adhèrent aux normes professionnelles reconnues. Les investissements consentis aux médias indépendants contribuent à la viabilité et à l'émergence de publications qui sont souvent les seules à assurer un lien social fort et nécessaire au sein des communautés diverses que ces médias desservent, notamment dans les régions du Québec.

R-9 Création d'une association des médias indépendants

La Commission de la culture recommande le soutien à la création d'une association des médias indépendants qui aidera les propriétaires à se doter collectivement d'outils de gestion divers leur permettant de mieux affronter le contexte concurrentiel qui menace leur survie.

Dans le domaine de la presse écrite, près de 200 hebdomadaires assurent une couverture dans toutes les régions du Québec, mais il n'en reste que 38 indépendants, soit 19,7 %. Les coûts énormes de production et de distribution se traduisent souvent par la fermeture et la vente à des conglomérats médiatiques, d'autant plus que les hausses de prix du papier journal sont décrétées à l'unisson par les grandes papetières. Une association, dont on a évoqué la création lors des

auditions publiques, permettrait aux hebdomadaires indépendants et aux médias électroniques qui pourraient se joindre à eux, de faire des économies, notamment par le regroupement d'achats, ou à attirer des annonceurs institutionnels en leur offrant des économies d'échelle sur la production et le placement publicitaire. Une telle association pourrait recevoir un soutien gouvernemental au même titre que d'autres associations d'entreprises du secteur culturel. Elle pourrait aussi aider les membres dans leurs démarches auprès des agences mandatées pour placer la publicité gouvernementale.

R-10 L'importance des télévisions communautaires autonomes

La Commission de la culture invite à nouveau le CRTC à réviser le Règlement sur la distribution de la radiodiffusion et réclame de Vidéotron un sursis à son plan d'entreprise concernant les télévisions communautaires autonomes.

Jusqu'en 1998, le CRTC obligeait par règlement les câblodistributeurs à l'échelle du Canada à soutenir des télévisions communautaires en leur garantissant l'accès aux ondes et un soutien financier. Cette obligation ne tient plus depuis janvier 1998, date d'entrée en vigueur du Règlement sur la distribution de la radiodiffusion. Dans la cas de Vidéotron, elle a choisi de mettre fin à plusieurs contrats la liant à des télévisions communautaires et elle utilise maintenant les ondes pour diffuser des émissions qu'elle produit elle-même dans les grands centres urbains.

La Commission de la culture souligne l'importance de la télévision communautaire dans le paysage audiovisuel québécois et souhaite qu'un véritable réseau demeure à l'échelle du Québec afin d'offrir une programmation qui reflète les réalités locales. L'Assemblée nationale adoptait le 15 mars 2000, à l'unanimité, une motion que les membres de la Commission de la culture rappellent ici : « QUE l'Assemblée nationale demande au CRTC de procéder le plus rapidement possible à la révision et à l'examen général du Règlement sur la distribution de la radiodiffusion, tel que prévu à l'annexe 124 de l'avis public accompagnant ledit règlement adopté en 1998, et que le Conseil demande à son tour à Vidéotron de surseoir à son plan d'entreprise, en ce qui

concerne ses ententes avec les télévisions communautaires autonomes, jusqu'à ce qu'il ait procédé à l'examen de son règlement ».

R-11 Les régions

La Commission de la culture invite les grands groupes de presse à assurer une meilleure couverture journalistique des régions.

La situation de l'information dans les régions est préoccupante. Les années 1990 ont été marquées par une accélération rapide de la concentration de la propriété des hebdomadaires régionaux, dans lesquels la publicité occupe d'ailleurs une place toujours grandissante. De plus, les compressions à Radio-Canada ont mené à un délaissement de la couverture en région. Outre les mesures que nous venons de proposer concernant les médias indépendants et les médias communautaires, nous souhaitons que les grands groupes de presse s'engage à assurer une meilleure couverture journalistique des régions.

R-12 Le rôle de Télé-Québec

La Commission de la culture souhaite que Télé-Québec dispose des ressources financières nécessaires pour remplir son mandat. La Commission invite de plus Télé-Québec à analyser avec sérieux tout projet d'alliance ou de partenariat qui pourrait lui être offert, tant sur le plan de sa structure de propriété, que de son financement et de sa programmation. La Commission recommande de plus que soit précisée la mission de Télé-Québec, entre autres, en matière d'informations quotidiennes, d'affaires publiques hebdomadaires, d'actualités régionales et de télédiffusion des débats de l'Assemblée nationale sur tout le territoire québécois.

Télé-Québec contribue à n'en pas douter à accroître la diversité des sources d'information au Québec. Elle parvient à produire des émissions d'information de grande qualité et la Commission souhaite qu'elle dispose des ressources financières nécessaires pour remplir son mandat. La Commission émettait d'ailleurs ce même souhait dans son rapport publié en décembre 2000 sur le Plan triennal 2000-2003 de Télé-Québec. Dans ce rapport, les membres de la Commission formulait aussi la recommandation suivante : « Les membres de la Commission de la culture invitent Télé-Québec à analyser avec sérieux tout projet d'alliance ou de partenariat qui lui est offert, tant sur le plan de sa structure de propriété, que de son financement et de sa programmation ». Nous invitons à nouveau Télé-Québec à explorer cette avenue pour assurer son développement et l'exploitation maximale de sa licence. La Commission recommande de plus que soit mieux affirmée la mission régionale de Télé-Québec et son rôle touchant la télédiffusion des débats de l'Assemblée nationale.

R-13 La Presse canadienne

La Commission de la culture demande aux bailleurs de fonds de la Presse canadienne de maintenir leur appui financier à cette importante agence de presse.

La Commission de la culture se réjouit de l'engagement pris lors des auditions publiques par les bailleurs de fonds actuels qui disent avoir l'intention de continuer à soutenir adéquatement la Presse canadienne. Les membres de la Commission considèrent essentiel de maintenir cette importante coopérative qui contribue à la qualité et la diversité de l'information, comme l'ont d'ailleurs reconnu les représentants de Gesca et Quebecor lors des auditions publiques.

R-14 Les journalistes indépendants

La Commission de la culture invite les entreprises de presse à donner suite rapidement à la décision récente de la Cour fédérale d'appel qui donne raison aux journalistes indépendants. Si tel ne devait pas être le cas, la Commission recommande au gouvernement de légiférer pour faire respecter les droits des journalistes indépendants.

La concentration de la presse a déséquilibré les forces entre les travailleurs autonomes que sont les journalistes indépendants et les médias de plus en plus puissants. Les journalistes indépendants sont des entrepreneurs qui ont demandé l'intervention de la Cour afin d'avoir une relation plus équitable avec leurs clients que sont les médias appartenant à des conglomerats. Depuis plusieurs années, ces journalistes, qui seraient près de 500, cherchent à négocier un contrat-type avec les entreprises de presse et à faire respecter leurs droits d'auteur. Ils affirment que les piètres conditions salariales que leur imposent les conglomerats nuisent à la qualité de l'information journalistique. C'est ainsi que les journalistes indépendants ont intenté un recours collectif contre 14 publications québécoises qui « violent les droits d'auteur en livrant leurs textes à des banques de données numériques sans en avoir la permission ». La Cour fédérale d'appel ayant récemment donné raison aux journalistes indépendants, la Commission de la culture prend acte de ce jugement et invite les entreprises de presse à y donner pleinement suite dans les meilleurs délais. Si tel ne devait pas être le cas, la Commission recommande au gouvernement de présenter au Parlement une loi pour la reconnaissance et la protection des journalistes indépendants qui permettra la négociation d'un contrat-type pour tous les journalistes indépendants du Québec.

CONCLUSION

Face au contexte de mondialisation et au triple phénomène de la concentration, de la convergence et de la commercialisation de l'information, la société québécoise est confrontée, comme partout ailleurs en Occident, au défi de maintenir et d'améliorer la qualité et la diversité des sources d'information. La Commission de la culture a voulu faire sa part pour proposer des moyens d'accroître la qualité et la diversité de l'information sur le territoire québécois. Nous avons choisi, dans nos recommandations, d'interpeller les entreprises de presse, le Parlement et le gouvernement afin de préserver certaines valeurs nécessaires à la qualité de la vie démocratique au Québec.

Ces recommandations reconnaissent le principe de la liberté d'entreprise ainsi que le caractère d'utilité publique de l'information qui fait du journalisme une fonction démocratique fondamentale ne pouvant être laissée uniquement aux aléas de la logique marchande. Elles répondent aux nombreuses inquiétudes qui ont été communiquées aux parlementaires tout en conservant aux patrons de presse et aux journalistes la liberté éditoriale essentielle au respect de la liberté de presse. Elles reconnaissent aussi aux patrons de la presse des devoirs de transparence et d'imputabilité conformes aux responsabilités de la presse telle qu'elles sont généralement formulées en Amérique du Nord.

La Commission de la culture a l'intention d'exercer à l'avenir un « mandat de vigilance » et continuera à s'intéresser de près à l'évolution de la situation. La Commission fera ultérieurement une analyse des suivis donnés à nos recommandations.

ANNEXE I

Liste des participants

ANNEXE 1 - Liste des participants

Claude Jean Devirieux (M1)
Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (M2)
Jean-Claude Picard (M3)
Assemblée des évêques du Québec (M4)
Syndicat des travailleurs de l'information du Journal de Montréal (M5)
Syndicat de la rédaction du Soleil (M6)
Syndicat des employés-es de TVA (M7)
Corporation de Télédiffusion du Grand Châteauguay inc. (M8)
Centre de ressources en éducation aux médias (CREM) (M9)
Judith Dubois (M10)
Marc-François Bernier (M11)
Fédération professionnelle des journalistes du Québec (M12)
Fédération nationale des communications (M13)
Regroupement des syndicats de Gesca (M14)
Syndicat des travailleurs et travailleuses du *Lac-St-Jean* et Syndicat des travailleurs et travailleuses de *l'Étoile du Lac* (CSN) (M15)
Association des journalistes indépendants du Québec (M16)
Confédération des syndicats nationaux (M17)
Syndicat des travailleurs de l'information de La Presse (M18)
Le Devoir (M19)
Mouvement pour la démocratie dans les villes (M20)
Gesca ltée (M21)
Télévision communautaire du Grand Saint-Jérôme (M22)
Quebecor Média inc. (M23)
Radio Nord Communications (M24)
Association nationale des éditeurs de livres (M25)
Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (M26)
Médias Transcontinental inc. (M27)

Syndicat de la rédaction du Devoir (M28)

Conseil de presse du Québec (M29)

Association des libraires du Québec (M30)

Recto Verso et l'aut'journal (M31)

Organisation mondiale pour les familles FAMILIS-OMF (M32)

Charles Desmarteau (M33)

Centrale des syndicats du Québec (M34)

ANNEXE II

Liste des recommandations

ANNEXE II - Liste des recommandations

Recommandation n° 1 : Pour un mécanisme de vigie et un rôle pour l'Assemblée nationale

Les membres de la Commission de la culture recommandent qu'un organisme se voit confier un mandat de vigie. L'organisme sera tenu de publier un rapport annuel qui devra être déposé à l'Assemblée nationale et être étudié par les membres de la Commission de la culture.

Recommandation n° 2: Pour le renforcement du Conseil de presse du Québec

La Commission recommande le renforcement du Conseil de presse qui témoignerait de la part des partenaires actuels d'une volonté ferme à faire apprécier l'importance et le sérieux de son rôle de « tribunal d'honneur ». La Commission recommande que les partenaires privés, représentés au conseil d'administration, haussent leur contribution à la dotation financière de la Fondation du Conseil de presse.

Recommandation n° 3 : Des énoncés de principe

La Commission de la culture demande aux dirigeants d'entreprises de presse de publier leurs énoncés de principes et leurs engagements à l'égard de la qualité et la diversité de l'information.

Recommandation n° 4 : Des ombudsmans

À l'instar de plusieurs médias privés nord-américains, européens et du Canada anglais et français, la Commission de la culture recommande que les groupes de presse se dotent de postes d'ombudsmans indépendants et crédibles afin de recevoir et d'analyser les plaintes du public en ce qui concerne strictement le contenu journalistique de ces médias, soit les étapes de cueillette,

de traitement et de diffusion de l'information journalistique. Les ombudsmans devraient publier un rapport annuel.

Recommandation n° 5 : Des comités interne de surveillance

La Commission de la culture demande à chaque grand conglomérat de se doter d'un comité de surveillance avec mission de faire respecter les codes d'éthique et de déontologie portant sur les relations entre les différentes entreprises membres du conglomérat. Les résultats des travaux de ces comités seront publiés annuellement.

Recommandation n° 6 : Pour une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications

La Commission de la culture recommande la négociation d'une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications. Cette entente, qui pourrait s'inspirer des précédents en matière d'immigration et de main-d'œuvre, clarifierait les responsabilités des deux gouvernements en matière de communications et affirmerait leur volonté commune de promouvoir la qualité et la diversité de l'information.

Recommandation n° 7 : Pour un meilleur partage de l'assiette de publicité gouvernementale

La Commission de la culture recommande que les agences chargées de distribuer la publicité gouvernementale accordent une juste part de l'assiette publicitaire aux médias communautaires et aux médias indépendants. La Commission recommande aussi que soit nommé au sein du ministère de la Culture et des Communications un coordonnateur chargé notamment de publier un rapport annuel ventilant les dépenses publicitaires effectuées, avec les noms et montants, et accordant une attention particulière à la part des médias en région.

Recommandation n° 8 : Crédit d'impôt pour les médias indépendants

La Commission de la culture recommande d'étendre aux médias indépendants le même crédit d'impôt pour la main-d'œuvre, basé sur la création d'emplois, que celui qui est accordé aux entreprises de production de films et d'émissions télévisuelles, mesure fiscale qui est administrée par la SODEC.

Recommandation n° 9 : Création d'une association des médias indépendants

La Commission de la culture recommande le soutien à la création d'une association des médias indépendants qui aidera les propriétaires à se doter collectivement d'outils de gestion divers leur permettant de mieux affronter le contexte concurrentiel qui menace leur survie.

Recommandation n° 10 : L'importance des télévisions communautaires autonomes

La Commission de la culture invite à nouveau le CRTC à réviser le Règlement sur la distribution de la radiodiffusion et réclame de Vidéotron un sursis à son plan d'entreprise concernant les télévisions communautaires autonomes.

Recommandation n° 11 : Les régions

La Commission de la culture invite les grands groupes de presse à assurer une meilleure couverture journalistique des régions.

Recommandation n° 12 : Le rôle de Télé-Québec

La Commission de la culture souhaite que Télé-Québec dispose des ressources financières nécessaires pour remplir son mandat. La Commission invite de plus Télé-Québec à analyser avec sérieux tout projet d’alliance ou de partenariat qui pourrait lui être offert, tant sur le plan de sa structure de propriété, que de son financement et de sa programmation. La Commission recommande de plus que soit précisée la mission de Télé-Québec, entre autres, en matière d’informations quotidiennes, d’affaires publiques hebdomadaires, d’actualités régionales et de télédiffusion des débats de l’Assemblée nationale sur tout le territoire québécois.

Recommandation n° 13 : La Presse canadienne

La Commission de la culture demande aux bailleurs de fonds de la Presse canadienne de maintenir leur appui financier à cette importante agence de presse.

Recommandation n° 14 : Les journalistes indépendants

La Commission de la culture invite les entreprises de presse à donner suite rapidement à la décision récente de la Cour fédérale d’appel qui donne raison aux journalistes indépendants. Si tel ne devait pas être le cas, la Commission recommande au gouvernement de légiférer pour faire respecter les droits des journalistes indépendants.