



FÉDÉRATION  
PROFESSIONNELLE  
DES JOURNALISTES  
DU QUÉBEC

# Mémoire sur la concentration de presse

Juillet 2005

# **Mémoire de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec présenté à la commission parlementaire sur les mouvements de propriété dans l'industrie des médias (partie 1)**

Février 2001

## Table des matières

### Partie 1

#### Introduction

1. La concentration de la propriété
2. À la défense du pluralisme
3. Ne pas confondre les types de pluralisme
4. Distinguer «contenu» et information journalistique
5. La mythologie «concentrationnaire»
  - 5.1 Premier mythe: la multiplicité infinie des médias contrebalance la concentration de la propriété
  - 5.2 Deuxième mythe: la convergence est la voie de l'avenir qui permettra d'affronter la concurrence étrangère
  - 5.3 Troisième mythe: les acquisitions sont la planche de salut des médias acquis
  - 5.4 Quatrième mythe: la qualité de l'information passe par l'appartenance à un groupe
6. Les risques de la concentration
  - 6.1 Uniformisation de l'information par la limitation des effectifs journalistiques
  - 6.2 Menaces sur la Presse canadienne
  - 6.3 Propriété croisée ou promotion croisée?
  - 6.4 Les intérêts multiples nuisent à l'intérêt public
  - 6.5 L'impossibilité de fonder un nouveau média de masse
  - 6.6 Les promesses passent, les structures restent
  - 6.7 Limitation de la mobilité professionnelle

### Deuxième partie

7. Pour en finir avec le mythe de la non-intervention de l'État
  - A. Lois sur la radiodiffusion
  - B. Lois anti monopoles
  - C. Seuils de concentration maximaux
  - D. Lois sur la transparence
  - E. Des limites à l'actionnariat
  - F. Des mesures d'aide indirecte
  - G. Des aides directes, des Fonds, des subventions
  - H. Des limites à la propriété étrangère
  - I. Des limites à la propriété croisée

J. Des normes déontologiques

K. Autoréglementation

7.1 Le Canada et le Québec

8. Recommandations

8.1 Une revendication pour le Québec: une loi pour assurer le pluralisme de la presse

8.1A – Une interdiction stricte de la propriété croisée quotidiens – télévision dans le même marché

8.1B – Une interdiction de toute propriété croisée au niveau régional

8.1C – Interdire la propriété de deux médias dans le même marché

8.1D – Établir des seuils maximaux à la propriété des médias

8.1E – Créer un Fonds d'aide au pluralisme de la presse

8.1F – Créer l'obligation pour les groupes de presse d'adhérer au Conseil de presse

8.1G – Créer des postes d'ombudsman dans les médias

8.2 Améliorer le sort des journalistes pigistes

8.3 Modifier la Loi sur la Caisse de dépôt et placement

*«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, et 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)

## **Introduction**

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec, association professionnelle qui regroupe sur une base volontaire 1500 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.

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 l'État assume sa responsabilité de protéger le droit du public à l'information en adoptant une loi sur le pluralisme de la presse. Cette loi, sans intervenir sur le contenu de l'information, devra notamment interdire la propriété croisée (télévision, quotidiens, hebdomadaires et radios) dans le même marché et instituer un Fonds d'aide au pluralisme qui favorisera l'expansion de la presse indépendante.

Malgré sa tenue précipitée, cette commission parlementaire est l'occasion pour le Québec de s'inscrire dans le mouvement des États occidentaux qui réfléchissent et légifèrent pour protéger la liberté de presse en encadrant la liberté d'entreprise.

## **1. La concentration de la propriété**

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

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

Gesca est la propriété de Power Corporation qui détient des intérêts dans l'industrie de l'assurance (GreatWest), dans la finance (Investors, Financière Power), dans l'alimentation, dans l'énergie (TotalFina), dans les services publics (Lyonnaise des Eaux), dans la valorisation des métaux...

Quebecor, avec ses deux quotidiens de Montréal et Québec, contrôle pour sa part 38% du marché total et 45% du marché francophone. Mais Quebecor, possède aussi des intérêts dans l'imprimerie (deuxième imprimeur au monde), dans l'édition et dans la vente de magazines, de livres et de disques, dans la messagerie de presse, dans les portails et les intégrateurs Internet, dans les journaux quotidiens de langue anglaise (Sun Media), dans les hebdomadaires et dans la télévision (TQS). Avec l'achat de Vidéotron, Quebecor ajoute à ses activités la câblodistribution, un second réseau de télévision (TVA), des canaux de télévision spécialisée, des services de production et des magazines populaires du secteur artistique.

Le marché des quotidiens francophones est donc contrôlé à 97% par ces deux conglomérats aux côtés desquels on ne trouve que Le Devoir avec moins de 3% du tirage total.

Dans le milieu anglophone, il existe deux quotidiens. The Gazette atteint 15% du tirage global du marché québécois et 97% du tirage du marché anglophone. Ce journal appartient à la chaîne Southam qui vient d'être achetée par le groupe CanWest. Le marché anglophone compte aussi *The Sherbrooke Record*, appartenant à Hollinger, dont le tirage oscille autour de 5 000 exemplaires. Ces chiffres sont tirés du CARD 2000, la bible du tirage des quotidiens.

De leur côté, les quelque 200 hebdomadaires régionaux appartiennent à deux groupes de presse dans une proportion d'environ 55%. Transcontinental compte maintenant 66 hebdomadaires après l'achat des hebdomadaires de Telemedia et de Gesca et s'assure la première place avec 33% des titres. Quebecor arrive deuxième avec 43 hebdomadaires et 22% des titres. Les autres journaux hebdomadaires sont indépendants ou appartiennent à des regroupements d'envergure régionale comme les Hebdomadaires Montérégiens ou les Éditions Blainville-Deux-Montagnes.

Transcontinental, outre sa position très forte dans les hebdomadaires régionaux, détient des intérêts importants dans les hebdomadaires d'affaires, les magazines et l'imprimerie. Le groupe vient d'ailleurs tout juste de décrocher le contrat d'impression de La Presse, une affaire de l'ordre du milliard de dollars sur 15 ans.

La télévision francophone est partagée entre quatre réseaux généralistes, par ordre de taux de pénétration du marché: le réseau TVA, Radio-Canada, Télévision Quatre Saisons 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 trois stations régionales affiliées à Radio-Canada et TQS.

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

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 unique de l'information. La situation n'est pas différente en presse hebdomadaire puisque Quebecor contrôle 82% du tirage des hebdomadaires abitibiens. Avec TQS et éventuellement TVA aux mains de Quebecor, le public abitibien n'aura guère d'autre information régionale que celle du tandem Quebecor – Radio-Nord, exception faite de la radio de Radio-Canada.

En Outaouais, le quasi monopole des hebdomadaires régionaux appartient cette fois à Transcontinental avec 6 titres sur 8, et les deux stations privées de télévision sont aux mains de Radio-Nord. Dans le Bas St-Laurent, à Rivière-du-Loup, les trois stations de télévision appartiennent au même propriétaire, et son frère contrôle les trois stations de radio. Cette famille, on en conviendra, jouit d'un poids considérable dans l'information régionale.

## **2. À la défense du pluralisme**

Les valeurs que tous les citoyens du Québec doivent défendre, députés 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 de faits et 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 laisse 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. 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, entre 1969 et 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 sur les quotidiens (Commission Kent) posait ce diagnostic: «la situation actuelle est tout à fait inacceptable dans une société démocratique. Le pouvoir (des quotidiens NDLR), 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.

Encore neuf ans plus tard, en 1990, Ottawa décidait de créer 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 ne semble pas avoir 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 n'importe quelle autre marchandise. Le débat sur la concentration de la propriété y soulève des questions qui ne se posent pas dans d'autres secteurs d'activité. Il ne peut pas se mener à partir des seuls intérêts des actionnaires et avec pour seule préoccupation la croissance industrielle. Ce serait irresponsable.

### **3. Ne pas confondre les types de pluralisme**

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 la commission pourrait terminer là ses travaux.

Cette analyse confond les niveaux 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 sont nécessaires et inter reliés.

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 de cette commission.

La seconde forme de pluralisme, **le pluralisme des contenus**, ne peut exister sans le pluralisme des titres, bien qu'il n'en soit pas un effet 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 par 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 être 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.

#### **4. Distinguer «contenu» et 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, cotes boursières, musique, matchs sportifs, information journalistique etc. en un amalgame indistinct où ils sont tous placés sur le même plan. Comme le signale 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, 22 août 1999 devant le congrès annuel de l'Union internationale des journalistes et de la presse de langue française). 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.

Cette notion de «contenu» n'a pas à faire l'objet des soins attentifs de la commission. 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 sont également favorables au développement de l'information journalistique.

## 5. La mythologie «concentrationnaire»

### ***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 dû à la concentration, on se réjouit d'un niveau de pluralisme inégalé. On cite pêle-mêle l'existence de quotidiens, 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 d'informations à la portée des citoyens. À première vue, cette énumération est éloquente 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 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, 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 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 télévisions. 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?

Pourtant. En dehors des sites liés aux médias, peu de sites Internet disposent, du moins pour l'instant, d'une équipe 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 WEB n'est cependant pas le lieu de rassemblement où les citoyens vont chercher leur information sur ce qui se passe dans leur société au jour le jour.

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 d'un canal d'information continue. 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.

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

La répétition, sur des supports différents, des informations glanées à l'origine par un seul journaliste, ne signifie pas plus d'information. C'est plutôt un hymne à la redondance, sans aucun 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'écrit 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, explique Quebecor, va rendre l'industrie de la radiodiffusion plus concurrentielle à l'échelle internationale et va 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 fait même pas partie du discours officiel qui justifierait cette transaction. Quebecor gomme 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.

Le marché de l'information est avant tout un marché national. On le constate au sein de l'Union européenne qui n'est pas parvenue à uniformiser les règles de propriété des médias dans les 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 empêche la création de

médias européens. 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, n'a pourtant encore donné 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. Une collaboration spéciale dans *La Presse* du 23 janvier dernier porte le titre «La convergence, une gaffe ?» et fait part de plusieurs arguments qui remettent en question le credo actuel des entreprises. Tout vouloir contrôler (la «convergence impérialiste») pourrait amener les entreprises à étouffer. Les cotes boursières à la baisse, chez Quebecor et TVA par exemple, traduisent l'inquiétude légitime des marchés devant ces stratégies.

Sans entrer en détail dans cette discussion spécialisée, il faut se souvenir qu'il y a dix ans la mode chez les grandes entreprises était de se diversifier et d'acquérir des actifs en dehors de leur champ de compétence traditionnel. Seagram, qui produit des boissons, 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 furent généralement 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.

La commission ne doit donc pas céder à un effet de mode et tenir les mouvements actuels de concentration pour inévitables, malgré leurs effets inquiétants sur le pluralisme.

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

Plusieurs personnes voient d'un œil favorable l'absorption de médias indépendants par des groupes de presse. Elles 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 apparaît même assez bonne. *La Presse* a procédé à d'importants investissements et changements dans la rédaction depuis quelques mois, sans avoir besoin de la moindre acquisition pour les réaliser.

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. Quebecor n'est même pas encore officiellement propriétaire de Vidéotron que des compressions de 112 millions \$ et des mises à pied ont été faites. Il est difficile de ne pas y voir une décision téléguidée par Quebecor. L'endettement excessif de ce conglomérat risque de se traduire pendant un certain temps par des restrictions de toutes sortes, et qui vont frapper l'information comme les autres activités du groupe. On ne peut s'attendre à un traitement privilégié de

l'information puisque celle-ci ne constitue qu'un volet parmi d'autres des affaires du groupe, et non sa mission centrale.

L'empire AOL Time-Warner, qui inspire bien des transactions actuelles, montre aussi la voie en matière de compressions. Il vient d'annoncer 6 200 mises à pied, dont 400 seront effectuées dans le réseau d'information CNN. On commence déjà à déchanter sur les bienfaits de la convergence et l'intégration à d'immenses conglomérats.

Le mémoire déposé devant cette commission par l'enseignante de l'UQAM Judith Dubois montre que l'achat de TQS par Quebecor n'a pas eu pour conséquence une augmentation du budget des nouvelles. Certes le budget n'a pas diminué en dollars courants. Avec le même budget de 10 millions \$, grosso modo, et le même nombre de journalistes, TQS produit néanmoins 33% de plus de temps d'information, passant de 16 heures à 21 heures par semaine. Cette pression très forte pour rentabiliser l'investissement laisse toujours moins de temps aux journalistes pour rechercher et vérifier l'information.

On constate même à l'occasion que l'intégration dans un grand groupe peut être un facteur de stagnation. Quand Conrad Black a acheté *Le Soleil*, 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 Black 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 au *Soleil* et à l'information de son public. 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 reconnu par exemple que le Post a vampirisé les ressources humaines et financières d'Unimédia et de Southam. *Le Droit* a perdu la moitié de son personnel suite à son achat par Hollinger en 1987. Quand Quebecor a acheté en 1989 un hebdo régional, *Le Touladi* de Cabano, la salle de nouvelles a été réduite à un seul journaliste qui doit payer lui-même son appareil photo et ses films. Le moins qu'on puisse dire c'est que l'achat d'un média par un grand groupe n'est pas une garantie automatique de développement.

Les acquisitions peuvent même se traduire par des disparitions de médias. L'hebdomadaire *Bonjour Dimanche* vient d'être acquis par Transcontinental qui possède déjà *Week-End Outaouais* au mandat sensiblement identique. On peut craindre qu'à court terme, un des deux médias disparaisse. Là où il y avait deux concurrents et deux voix, il ne restera qu'un journal. Le pluralisme va en souffrir.

#### **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 Devoir 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 St-Jean et au *Courrier de St-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 souffrent 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.

## 6. Les risques de la concentration

### 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 rationalisation des effectifs journalistiques pour créer, par exemple, une seule équipe de courriéristes parlementaires, là où il y en a deux actuellement ? 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? Pourquoi un vaste groupe aurait-il besoin de chroniqueurs artistiques, par exemple, dans chacun de ses médias alors que l'actualité artistique est souvent la même partout, en cinéma par exemple? La recette qui fonctionne bien dans un des médias du groupe ne sera-t-elle pas servie partout, créant toujours plus d'uniformité dans les contenus? Les quotidiens régionaux actuels de Gesca deviendront-ils avec le temps de simples cahiers régionaux d'une grande *Presse* nationale par ailleurs uniformisée?

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 du site de la presse, [www.cyberpresse.ca](http://www.cyberpresse.ca), le site de *La Voix de l'Est* a disparu et le site de *La Tribune* est devenu un lien vers une partie peu évidente de [cyberpresse.ca](http://cyberpresse.ca).

Les ressources et la création régionales sont ainsi mises en veilleuse. *Le Soleil* annonce en ce moment que seront encartées bientôt dans le journal une série de fascicules «du chroniqueur financier Michel Girard» dont on ne dit pas dans la publicité qu'il est de *La Presse*. Le public de la région de Québec aura droit à exactement la même information financière que le public de la région de Montréal. Une seule et même source pour alimenter en information financière des centaines de milliers de lecteurs de quotidiens. C'était d'ailleurs déjà le cas pour les lecteurs des journaux d'Unimédia: lorsqu'ils lisaient les péripéties du club de hockey Canadien, ils s'abreuyaient à une seule et même source journalistique qui alimente tous les journaux du groupe.

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 craint que la transaction Gesca – Unimédia ne sonne le glas des services français de la Presse canadienne, une coopérative d'échange d'articles entre ses médias membres. Ce système permet aux journaux de publier des informations que leurs journalistes n'ont pas pu obtenir eux-mêmes à cause de la distance ou pour toute autre raison.

La transaction en question donne à Gesca des journalistes dans presque tous les coins du Québec. Elle réduit à presque rien les besoins que comblait jusqu'ici la Presse canadienne. Gesca peut devenir en quelque sorte sa propre agence de presse. Est-ce que Gesca sera très motivée à continuer à payer sa cotisation à la Presse canadienne, une cotisation dont dépend la survie de la PC? Est-ce que Gesca, dont le poids sera énorme dans le conseil d'administration de la PC, sera vraiment intéressée à travailler à son développement? La laissera-t-elle périr tranquillement d'inanition pour ne pas porter l'odieux de sa disparition?

L'impact sur les médias indépendants, tout particulièrement sur *Le Devoir*, serait considérable, en privant ce journal de quantité d'informations que ses 24 reporters à temps plein ne peuvent couvrir eux-mêmes.

La Presse canadienne, à la fois par les reportages de ses propres journalistes et par les articles de ses sociétaires, permet à tous les journaux, indépendamment de leurs moyens, de pouvoir 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 conglomerat 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.

Récemment, l'impresario René Angelil a fait changer la une du magazine *7 Jours* en s'adressant à la direction de TVA. Le réseau de télévision est propriétaire depuis peu de tous les titres de la presse artistique qui étaient autrefois réunis sous la bannière Trustar. On constate 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 la source. 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 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 laisse 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.

La synergie entre les composantes d'un empire peut donner simultanément des résultats contraires, positifs en matière de promotion, négatifs en information.

#### **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 du groupe.

C'est notamment ce que soutient avec force Jean-François Kahn, directeur du magazine français indépendant *Marianne*, dans une allocution au congrès de la FPJQ en novembre 2000. *L'Express*, par exemple, a comme propriétaire Vivendi. Or, souligne 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 problème qu'il ne peut pas aborder, parce pour le coup, cela met directement en cause l'intérêt du propriétaire, devient considérable.»

On l'a constaté au cours de la dernière année où 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 d'ailleurs 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 Power a des intérêts, tentait d'obtenir le contrat du traitement de l'eau 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 porterait atteinte aux intérêts de Disney, le propriétaire d'ABC? C'est ce que révélait Mme Molly Gordy, professeur de journalisme à la réputée université Columbia, lors de l'émission le Midi Quinze à Radio-Canada le 5 janvier dernier.

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 simplement 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 en cours créent des groupes si gigantesques qu'ils deviennent par leur simple existence une barrière infranchissable pour qui voudrait créer un nouveau média. Par leur force, ces groupes 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, selon *InfoPresse* de janvier-février 2001, quatre groupes seulement accaparent 60% de tous les revenus publicitaires: 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 ? 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 le 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 avec son empire Hollinger, Gesca deviendrait une puissance sans commune mesure avec les exigences de l'intérêt public.

La commission parlementaire doit donc mettre de côté les personnalités impliquées dans les transactions pour ne considérer que leur résultat structurel où le danger est évident.

### **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. Un journaliste verra l'éventail de ses employeurs potentiels se restreindre de manière considérable. 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'activité la main d'œuvre se retrouve-t-elle à ce point à la merci d'un seul employeur?

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, entraînant 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?

## **7. Pour en finir avec le mythe de la non-intervention de l'État**

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.

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.

Il est impossible dans le court laps de temps imparti à la préparation de ce mémoire d'en arriver à une évaluation précise des effets réels de ces mesures. Certaines sont certainement plus efficaces que d'autres. Mais leur simple existence, décidée par de nombreuses législatures 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.

Le premier ministre français Lionel Jospin soutenait récemment ce point de vue devant l'assemblée générale de l'Association européenne des éditeurs de journaux (Paris, 7 avril 2000): « La liberté de presse suppose évidemment que les États ne s'ingèrent pas dans le contenu des publications. 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 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 toujours 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 local 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 le secteur public que privé. La télévision allemande doit donner 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 anti-monopole***

Tous les pays occidentaux disposent d'une loi anti monopole qui vise à assurer le fonctionnement concurrentiel des marchés. Le procès contre Microsoft aux États-Unis en est l'exemple récent le plus médiatisé. 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 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. » écrit le Bureau de la concurrence du Canada dans son communiqué du 18 janvier dernier au sujet de l'achat d'Unimédia par Gesca.

En Grande-Bretagne cependant la loi anti-monopole, 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, il est interdit aux grands réseaux de télévision de contrôler plus de 35% 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%. 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% des 1 500 quotidiens. Les 25 plus grands groupes possédaient à peine le tiers des journaux. L'Allemagne a fixé un seuil de 30% 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% 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 la presse écrite nationale et de 50% 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% du tirage total.

#### ***D – Lois sur la transparence***

La France exige par loi que les médias fassent connaître la liste de leurs actionnaires et les mouvements de propriété de telle manière que l'État puisse savoir à chaque moment quelle est la situation réelle de la concentration. Aux Pays-Bas, la loi générale sur les compagnies, incluant 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% du capital d'une télévision nationale hertzienne, une façon de créer certains contrepoids au sein même des entreprises. En Australie, personne ne peut contrôler plus d'une licence de télédiffusion ou de radiodiffusion dans le même marché. Aux États-Unis en 1996, la FCC 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 pourra contrôler deux télévisions 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% d'une station de radio nationale (aucune limite pour la télé).

#### ***F – Des mesures d'aide indirecte***

La France consent à la presse écrite des aides indirectes à hauteur de 7,5 milliards de francs sous forme de réductions sur les tarifs postaux, les télécommunications et les tarifs de chemin de fer (rabais de 70% pour les quotidiens), d'exonération de la taxe professionnelle et d'une fiscalité réduite (TVA à 5,5%). Aux Pays-Bas, les journaux bénéficient depuis 1980 d'un taux de taxation plus bas, à 6%, comme en Suède où le taux normal est de 25%. La Norvège exempte les médias de la TVA. L'Italie accorde des rabais sur les taux de taxes, de transport, de poste et de télécommunication. Aux États-Unis, jusqu'en 1996, existait une mesure, le « Tax certificate » qui accordait un congé 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 le pluralisme de représentation. On songerait à la réintroduire (Associated Press, 13 décembre 2000).

#### ***G – Des aides directes, des Fonds et des subventions***

Au Danemark, il existe un Fonds alimenté principalement par les quotidiens, mais qui reçoit un don annuel de l'État. Le Fonds peut servir à lancer un journal, à aider à la restructuration d'un journal qui existe etc. La France injecte 260 millions de francs 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, aide au portage... La France soutient également l'Agence France-Presse d'une contribution de 607 millions de francs. 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 journaux en difficultés économiques. La Norvège subventionne la production de petits journaux. L'Italie accorde des subventions pour aider à défrayer l'abonnement aux agences de nouvelles.

### ***H – Des limites à la propriété étrangère***

L'Australie interdit aux étrangers de posséder plus de 25% des actions des journaux du pays. La loi française de 1986 ne permet pas aux étrangers de posséder plus de 20% du capital social ou des droits de vote d'une entreprise de presse télévisée.

### ***I – Des limites à la propriété croisée***

Même dans un pays aussi libéral que les États-Unis, la FCC interdit la propriété croisée (propriété d'un quotidien et d'une télévision dans le même marché). Cette règle, établie depuis 1975, vient d'être reconfirmée l'été dernier. L'achat de TQS ou de TVA par Quebecor serait vivement dénoncé, voire impossible chez nos voisins du sud. En France, un média qui possède plus de 20% du tirage national ne peut contrôler une chaîne de télévision qui rejoint plus de 7% de l'auditoire. En Italie, un groupe qui contrôle plus de 16% 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 des trois types de médias. En Grande-Bretagne, un quotidien national doit contrôler moins de 20% 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% du tirage ou de l'auditoire national.

### ***J – Des normes déontologiques***

Le parlement danois a voté le code de déontologie du Conseil de presse 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 « publiereportage » doit être identifié comme tel sous peine de sanctions, une pratique qui n'est pas acquise dans tous les médias du Québec.

### ***K – 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.

### **7.1 Le Canada et le 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 audio-visuelle est étroitement réglementée par la Loi de la radiodiffusion qu'administre le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. 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 en décembre dernier d'accepter que la station CKSH-TV (Cogeco) de Sherbrooke supprime son bulletin de nouvelles du midi. La station vient tout juste de le remettre à l'antenne.

La Loi de 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. Si certaines décisions particulières du CRTC ont été vivement contestées, l'intervention de l'État en la matière n'a que rarement été remise en question au nom de la liberté de presse.

– Le Canada subventionne une télévision et une radio publiques, Radio-Canada, au coût d'environ 800 millions \$ par an.

– Le Québec fait vivre Télé-Québec et met en oeuvre un modeste programme de soutien aux médias communautaires (médias écrits, télévision et radio), programme qui a pris un peu d'ampleur cette année avec l'ajout de subventions au fonctionnement. Ce genre de programme n'a jamais été contesté au nom de la liberté de presse.

– Le Québec dispose en outre 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.