



Alliance des radios communautaires du Canada
1, rue Nicholas, bureau 1206
Ottawa (Ontario) K1N 7B7

Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec
2, rue Sainte-Catherine Est, bureau 201-B
Montréal (Québec) H2X 1K4

Association nationale des radios étudiantes et communautaires/National Campus and Community Radio Association
180, rue Metcalfe, bureau 608
Ottawa (Ontario) K2P 1P5

Le 13 février 2018

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

Objet : CRTC 2017-359-2

Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir – Deuxième ronde d'observations

Monsieur,

1. L'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (« ARCQ »), l'Alliance des radios communautaires du Canada (« ARC du Canada ») et l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires/National Campus and Community Radio Association (« ANREC/NCRA ») soumettent la présente au nom de leurs membres en réponse à l'appel aux observations lancé par le Conseil concernant les modèles de distribution de programmation de l'avenir. Les trois associations ont chacune fourni des observations distinctes lors du premier volet de l'instance. Ce document préparé conjointement apporte un éclairage sur quelques questions supplémentaires.

2. Nos associations sont des organismes sans but lucratif déterminés à appuyer une radio, également sans but lucratif, qui appartient aux communautés et qui en est le reflet. Nous soutenons les stations de radio de campus et communautaires et assurons leur stabilité, tout en favorisant la croissance et l'épanouissement de notre secteur dans une perspective à long terme. Nous

représentons collectivement quelque 85 % des stations de radio de campus et communautaires titulaires d'une licence de radiodiffusion au Canada.

Nos associations

3. Fondée en 1991, l'ARC du Canada soutient et promouvoit 27 stations francophones et acadiennes à l'extérieur du Québec.

4. L'ARCQ, qui a vu le jour en 1979, appuie la progression et la promotion de 35 stations de langue française au Québec.

5. L'ANREC/NCRA, qui existe depuis 1981, représente 109 stations de campus et communautaires, principalement de langue anglaise, à l'échelle du Canada.

Réponses aux questions posées dans le document de référence

Un grand nombre de Canadiens accèdent maintenant à du contenu audio par l'intermédiaire de fournisseurs de services en ligne. Les services en ligne et les services traditionnels continueront-ils à coexister?

6. Nous estimons que, dans un avenir prévisible, les Canadiens continueront à écouter du contenu audio à la fois en direct et en ligne. La plupart de nos membres ont conservé une base solide d'auditeurs en direct, particulièrement (mais non exclusivement) dans les régions rurales et chez les aînés. Un grand nombre d'auditeurs, tant au Québec qu'ailleurs au Canada, écoutent la radio communautaire francophone en direct. Nous sommes conscients que l'écoute en ligne gagne en popularité, notamment pour les stations de langue anglaise en milieu urbain et les stations qui ciblent un auditoire jeune et mobile, mais nous sommes d'avis que la radio en direct demeurera un moyen de diffusion important pour nos stations dans leur milieu.

7. Nous sommes également d'avis que la technologie de radio en direct demeurera bien adaptée à la diffusion d'information lors de situations d'urgence. Nos stations diffusent les alertes du Système national d'alertes au public (SNAP), et plusieurs d'entre elles disposent d'une génératrice qui leur permet de diffuser en dépit de pannes de courant et de fournir de l'information et des mises à jour en direct lors de situations d'urgence. Au moins 50 % des stations de campus et communautaires au Québec ont un rôle à jouer dans le plan d'urgence de leur collectivité, et certaines municipalités ont même acheté les génératrices de ces stations. Lors de la tempête de verglas de 2017, la radio en direct a joué un rôle clé au sein des communautés du Canada atlantique. Dans son analyse de la tempête de verglas, le gouvernement du Nouveau-Brunswick a souligné que la radio servait de source principale d'information pendant les situations d'urgence¹. Certains de nos membres ont été désignés officiellement comme radiodiffuseurs d'urgence pour leur communauté et continueront à faire appel à la radio en direct en cas d'urgence. En voici des exemples :

- CIWS-FM est le radiodiffuseur d'urgence officiel de la municipalité de Whitchurch-Stouffville (Ontario).
- Cortes Community Radio siège au comité de planification d'urgence de l'île Cortes et est le radiodiffuseur communautaire officiel de l'île.
- CHLS-FM est le radiodiffuseur d'urgence officiel du District de Lillooet (Colombie-Britannique).

¹ [Analyse de la tempête de verglas 2017](#)

Le soutien du gouvernement est-il toujours nécessaire dans le cas où l'ère numérique établit une concurrence équitable en matière de production de contenu? La situation diffère-t-elle selon certains types de programmation ou selon les communautés à qui la programmation est destinée?

8. Devant l'arrivée d'une profusion de nouveaux services audio numériques et technologies de création de contenu, nous demeurons convaincus que la radio de campus et communautaire continuera à jouer un rôle unique dans le système canadien de radiodiffusion et le monde des médias, et que sa disparition laisserait un grand vide. Par ailleurs, nombre de stations de campus et communautaires ont un statut financier précaire et certaines petites collectivités ont déjà perdu leur radiodiffuseur local. Notre secteur a besoin du soutien et de la reconnaissance des administrations publiques.

9. L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) reconnaît que les radiodiffuseurs communautaires « *font partie intégrante d'un secteur des médias sain et pluraliste²* » et « *sont [...] devenus un moyen vital permettant aux sans-voix d'exercer leur droit à la liberté d'expression et à l'information nécessaire pour apporter un changement positif³* ». L'UNESCO estime que les médias communautaires, dont la radio, « *sont particulièrement adaptés, dans leur conception et leurs fonctions, pour répondre aux besoins d'expression et d'information des groupes ruraux, locaux et/ou minoritaires⁴* ».

10. Les stations de radio de campus et communautaires enrichissent le secteur canadien de la radiodiffusion et des médias à plusieurs chapitres :

- Diffuser des nouvelles locales, des émissions d'affaires publiques et d'autres informations, particulièrement dans les collectivités de très petite taille et les régions qui sont mal desservies par CBC/Radio-Canada. (Par exemple, la région de Kootenay en Colombie-Britannique, dont la superficie est de 50 000 km², est couverte par un seul journaliste de la CBC, et le bureau de la CBC le plus proche se trouve à cinq heures de route.) Un grand nombre de nos membres effectuent des diffusions en direct sur place lors d'activités locales, comme des réunions du conseil municipal, des événements sportifs, des festivals et des rassemblements publics. En période électorale, des stations offrent une couverture particulière, incluant des débats des candidats et des séances de questions et réponses. C'est ainsi, et d'autres manières également, que la radio de campus et communautaire appuie l'engagement citoyen, constitue une plateforme dynamique pour les discussions communautaires, et favorise l'accès à l'information dans les deux langues officielles. Nos stations membres sont parfois la seule source de programmation produite localement dans leur communauté, et elles jouent également un rôle de point de convergence dans leur milieu.
- Promouvoir des milliers d'artistes canadiens indépendants, particulièrement les artistes locaux, les artistes de la relève et ceux dont le genre est sous-représenté.
- Servir plus de 60 communautés linguistiques, y compris les Autochtones, en plus des communautés de langue officielle. Dans bien des cas, les stations de campus et communautaires sont la seule source locale d'information et de divertissement dans la langue de ces communautés.
- Agir à titre de carrefours communautaires et fournir aux citoyens un accès facile à de la formation et à des ressources qui leur permettent de créer du contenu individuellement ou

² UNESCO, Notes d'orientation sur la viabilité des médias communautaires : [Définir la diffusion communautaire](#)

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

en groupes. Cette collaboration est propice à une meilleure compréhension mutuelle entre des gens d'horizons différents et permet à des personnes marginalisées de jouer un rôle plus actif dans la société et dans le milieu des arts.

- Conjuguer les efforts des membres du secteur pour créer des ressources communes, comme les palmarès musicaux nationaux !earshot⁵, le Community Radio Exchange⁶ et le système de distribution numérique !earshot⁷, en cours de mise au point.

11. L'ère numérique entraîne des changements en matière de production de contenu. Les baladodiffuseurs sont en mesure de produire certains des types de contenus décrits au paragraphe précédent, et ils sont d'ailleurs nombreux à le faire. Toutefois, nous croyons que la radio de campus et communautaire repose sur un modèle plus efficient et accessible, étant donné que ses ressources sont mises à la disposition de nombreuses personnes qui créent une programmation variée. De plus, la radio de campus et communautaire offre de la formation et un soutien continu aux personnes qui y participent. À titre d'exemple, une station de taille moyenne pourrait présenter de 25 à 100 émissions uniques par semaine, produites par 40 à 150 personnes. Certes, ces personnes pourraient concevoir, enregistrer et distribuer leurs propres balados individuellement, en présumant qu'elles disposent des ressources et du temps nécessaires pour ce faire. Il est toutefois préférable d'appuyer une ressource qui appartient à sa communauté, qui est un lieu de rassemblement pour de nombreux citoyens, qui offre de la formation et qui est un forum d'échange où circulent les idées, les intérêts et les opinions. Les stations de radio de campus et communautaires favorisent une participation de personnes et de groupes qui n'auraient pas accès à ces ressources autrement.

12. Afin de jouer leur rôle rassembleur auprès d'un éventail de citoyens et de groupes qui produisent une programmation communautaire, les stations de campus et communautaires doivent être dotées de locaux accessibles, d'équipement de production et de diffusion et des éléments d'infrastructure connexes. Ces stations doivent également compter sur des bénévoles ou des membres du personnel qui disposent du savoir-faire nécessaire pour maintenir les relations communautaires et pour offrir de la formation, des ressources et du soutien aux créateurs de contenu.

13. Chaque station de campus ou communautaire a ses particularités, mais on peut néanmoins formuler des observations générales au sujet des sources de revenus et des tendances dans le secteur. À l'heure actuelle, les stations recueillent des recettes de manière fragmentée, par l'entremise de subventions de projets, de la vente de publicités et de collectes de fonds communautaires (droits d'adhésion, activités, dons). Ces sources de revenus varient en fonction de facteurs propres à la communauté, comme des fermetures d'industries, le degré de concurrence pour les commandites et les dons, la langue de radiodiffusion, et les capacités de la station. Les sources de revenus sont généralement imprévisibles, ce qui déstabilise les stations et nuit à leur capacité de servir leur collectivité.

14. Au nombre des facteurs qui déterminent les revenus pouvant être générés par une station, on compte la taille de la communauté, la capacité du personnel et des bénévoles, le soutien offert par les établissements, la langue de diffusion, l'emplacement géographique, la proximité d'un grand centre urbain, et la présence d'autres médias dans la collectivité. Quelques stations du secteur ont

⁵ [Palmarès national Top 50 !earshot](#) (anglais)

⁶ [Community Radio Exchange de l'ANREC/NCRA](#) (anglais)

⁷ [!earshot Digital Distribution System](#) (anglais)

connu un certain succès avec la publicité en ligne⁸, mais les recettes publicitaires du secteur proviennent majoritairement de la publicité diffusée en direct en ondes.

15. Les sources de revenus ne sont pas les mêmes pour les stations des trois associations. Les distinctions sont décrites ci-dessous :

a) La station moyenne membre de l'ARC du Canada obtient environ les deux tiers de ses recettes de la publicité et l'autre tiers, des collectes de fonds communautaires⁹. Il y a quelques années, la publicité gouvernementale constituait une proportion substantielle du budget des stations, mais le déclin à cet égard est abrupt depuis 2014¹⁰. Les stations membres de l'ARC du Canada ne reçoivent pas de subventions de fonctionnement du gouvernement. Elles sont toutefois admissibles à des contributions du Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC) pour la réalisation de projets, ainsi qu'à des subventions locales, régionales ou provinciales qui leur permettent de réaliser des projets à durée limitée. Neuf stations membres de l'ARC du Canada, soit le tiers des membres, connaissent actuellement de sérieuses difficultés financières. Certaines de ces stations ont indiqué qu'elles pourraient avoir à fermer leurs portes en cas de nouvelles baisses de leurs recettes.

b) La station moyenne membre de l'ARCQ est admissible à des subventions de fonctionnement octroyées par le gouvernement fédéral au titre des salaires du personnel, des coûts des installations, des investissements techniques et des dépenses en capital. Ces fonds, conjugués au financement provincial et municipal, représentent environ 20 % des recettes de la station moyenne. Le financement est complété par la vente de publicité (50 %) et par les collectes de fonds communautaires (30 %, provenant généralement des recettes de bingos, de campagnes de collecte de fonds, de droits d'adhésion et de vente d'articles promotionnels¹¹).

c) Comme l'ANREC/NCRA l'a décrit de façon détaillée dans ses observations lors du premier volet de cette instance, les sources de recettes varient considérablement chez ses stations membres. À l'instar de stations membres de l'ARC du Canada, plusieurs stations membres de l'ANREC/NCRA ont de sérieuses difficultés à boucler leur budget. Environ le quart des stations ont un budget de fonctionnement annuel inférieur à 12 000 \$ et ne comptent aucun employé rémunéré. Au cours de la dernière décennie, sept stations membres situées dans de petites collectivités ont disparu à cause d'un manque de fonds ou d'un manque de capacité de la part de leurs bénévoles. Un exemple récent est celui de la station CICV-FM de Cowichan Valley (Colombie-Britannique), qui a demandé la révocation de sa licence de radiodiffusion en janvier 2018¹². Cette station était située dans une école. Au cours de ses neuf années d'activités, elle constituait un lieu de rassemblement sécuritaire pour des jeunes à risque.

⁸ Il s'agit avant tout de plusieurs des grandes stations membres de l'ARCQ.

⁹ En règle générale, 75 % des revenus publicitaires proviennent d'entreprises locales et 25 %, de la publicité nationale. Cette répartition fluctue toutefois considérablement selon la taille du marché.

¹⁰ En 2009, les 27 stations membres de l'ARC du Canada avaient tiré des recettes totales de 500 000 \$ de la publicité gouvernementale. Cette année, ces recettes sont inférieures à 60 000 \$. Certaines stations ont été en mesure d'accroître leurs revenus d'autres sources, mais d'autres stations n'y sont pas parvenues.

¹¹ Voici trois exemples généraux de la ventilation des sources de revenus pour des stations membres de l'ARCQ en fonction de la taille de leur marché :

1. Petits marchés (moins de 10 000 personnes) : publicité 25 %, collectes de fonds 35 %, financement public 40 %
2. Marchés régionaux (de 10 000 à 100 000 personnes) : publicité 55 %, collectes de fonds 35 %, financement public 10 %
3. Marchés urbains (plus de 100 000 personnes) : publicité 40 %, collectes de fonds 30 %, financement public 30 %

¹² *Décision de radiodiffusion CRTC 2018-21*

16. Comme mentionné précédemment, le FCRC a offert un appui indispensable aux stations de notre secteur. Nous sommes toutefois d'avis que le secteur a besoin d'un soutien gouvernemental accru. Nos stations arrivent tout juste à équilibrer leurs dépenses, et toute diminution des recettes, même modeste, a des incidences négatives importantes. Nous soutenons que les stations de notre secteur ont besoin d'une enveloppe de fonds de fonctionnement prévisible pour accroître leur stabilité financière.

17. À notre connaissance, le Canada est le seul pays occidental de langue française ou de langue anglaise dépourvu d'un mécanisme gouvernemental d'attribution de fonds de fonctionnement à la radio communautaire. Les gouvernements de plusieurs pays, dont l'Australie, la France, les Pays-Bas, le Royaume-Uni et la Nouvelle-Zélande, se sont dotés de structures pour assurer le financement des stations de radio communautaire. Le mandat des stations de ces pays, et de celles d'autres pays, est largement comparable à celui du secteur canadien de la radio de campus et communautaire. Toutefois, les stations étrangères bénéficient énormément du soutien qui leur est accordé par l'administration publique. Un rapport publié en 2009 intitulé *Approches internationales et matière de financement de la radio communautaire et de la radio de campus*¹³ décrit le système canadien de la radio de campus et communautaire comme suit : « *Il est très solide, compte de nombreux titulaires de licence et possède un bon cadre de réglementation, mais [...] ne bénéficie pas d'un mode de financement principal, ce qui peut causer des lacunes sur le plan de la structure et faire obstacle à l'objectif de viabilité de la radio communautaire.* » Le rapport ajoute que : « *[...] dans le cas du Canada, si on assistait à l'émergence d'un modèle fondé sur un financement principal provenant de sources gouvernementales, celui-ci serait vraisemblablement géré par le ministère du Patrimoine canadien plutôt que par le CRTC* ». Nous invitons donc le CRTC à mettre en exergue, dans son rapport à Patrimoine canadien, l'importance de l'octroi d'un financement principal pour appuyer le fonctionnement des membres de notre secteur.

18. Un atout essentiel pour notre réussite est le fait que l'alinéa 3 (1) b) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) mentionne explicitement les radiodiffuseurs communautaires. La Loi reconnaît que notre secteur joue un rôle particulier au sein du système de radiodiffusion, au même titre que les éléments publics et privés. Ainsi, notre secteur possède une place au chapitre de l'élaboration de politiques et de la tenue de processus concurrentiels.

19. Lorsque la *Loi sur la radiodiffusion* fera l'objet d'un examen, nous demanderons au Conseil et au gouvernement du Canada d'assurer le maintien du système actuel de contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC). Les contributions versées par les radiodiffuseurs privés du Canada par l'entremise du FCRC ont apporté un soutien essentiel aux stations de notre secteur. Les stations ont obtenu plus de 13 millions de dollars pour réaliser plus de 500 projets uniques ayant donné lieu à une amélioration de la programmation locale, à un accroissement de la participation communautaire, et à un meilleur appui et une meilleure formation pour les bénévoles. Voici des exemples de projets menés récemment :

- Radio Beauséjour (CFBO-FM), une station de langue française à Dieppe (Nouveau-Brunswick), a obtenu une subvention pour bonifier son service de nouvelles. La station a effectué une couverture des nouvelles dans les secteurs urbains du Sud-Est du Nouveau-Brunswick et donné un écho à la communauté associative de l'Acadie, aux artistes, aux politiciens et aux professionnels de la santé et de l'éducation. La station a aussi accru sa présence sur les médias sociaux.

¹³ *Approches internationales et matière de financement de la radio communautaire et de la radio de campus : Rapport final*, présenté au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

- CFBX-FM à Kamloops (Colombie-Britannique) a développé le projet *Connections: The Art of Storytelling*, qui portait sur la production collective de contenu audio par des étudiants et des professeurs de l'Université Thompson Rivers, ainsi que par un large éventail de membres de la communauté. Cette série a remporté le prix dans la catégorie Actualités/magazine ou émission lors des Prix de la radio communautaire ANREC/NCRA en 2017.
- CFUT-FM à Shawinigan (Québec) a produit une série de 40 émissions d'une heure axées sur les artistes de la relève de la Mauricie qui sont en activité dans la région de Shawinigan.

20. L'Association canadienne des éducateurs en radiodiffusion (ACER) ainsi que d'autres parties ont demandé au Conseil d'élargir le champ des contributions au titre du DCC en rendant admissibles, à titre d'avantages tangibles, les subventions en capital versées aux programmes de formation des établissements postsecondaires dans le domaine de la radiodiffusion ou des médias. À notre avis, si le Conseil devait donner suite à cette proposition, il devrait également élargir le champ des contributions au titre du DCC et rendre admissibles les subventions en capital versées aux stations de radio de campus et communautaires. La situation financière de ces stations est plus précaire que celle des établissements postsecondaires, et on peut affirmer que ces stations apportent une contribution à tout le moins équivalente à celle des établissements postsecondaires au système canadien de radiodiffusion. Nous ajoutons que, si les contributions au titre du DCC devaient être versées à un plus grand nombre de bénéficiaires, le bassin total de fonds devrait être élargi en conséquence.

21. Enfin, nous souhaitons formuler des commentaires au sujet de la question posée dans le document de référence et qui est reproduite plus haut. Nous croyons que la notion de « concurrence équitable » à l'ère numérique s'applique au modèle traditionnel de production de contenu commercial et professionnel. De notre point de vue, les changements récents en matière de création de contenu ont élargi la sphère déjà occupée par notre secteur pour y accueillir de nouveaux joueurs, à but lucratif et sans but lucratif. Mais cela n'a pas mis tous les créateurs de contenu sur un pied d'égalité en ce qui a trait à leur rôle dans le système de radiodiffusion ou le système médiatique, à l'importance de leurs contributions ou aux ressources dont ils disposent.

22. En somme, les stations de campus et communautaires contribuent au bien commun et jouent un rôle unique et distinct de celui des autres types de création de contenu. Nous croyons que ce modèle est efficace pour appuyer la création de contenu par des personnes et des groupes qui sont exclus des autres médias et technologies. Nombre de stations de campus et communautaires connaissent des difficultés financières. Plusieurs d'entre elles ont fermé et d'autres risquent de le faire si elles ne reçoivent pas un soutien supplémentaire. Pour ces raisons, le secteur a besoin de l'appui du gouvernement. Nous sommes d'avis que le ministère du Patrimoine canadien devrait mettre en place un programme d'appui financier au fonctionnement du secteur de la radio de campus et communautaire.

Autres observations

23. Dans ses observations soumises lors de la première phase de cette instance, le Community Media Advocacy Centre (CMAC) affirmait que « *La radio communautaire [...] a perdu une grande partie de son caractère distinctif depuis les modifications apportées en 2010 à la Politique relative à la radio communautaire. À la suite de ces modifications, les stations ne fonctionnent plus principalement grâce à des bénévoles. Désormais, la radio communautaire a seulement le mandat de favoriser une certaine participation de bénévoles*¹⁴. » (Traduction libre) À notre avis, ces changements décrits par le CMAC ne se sont pas produits. Nos 149 stations membres titulaires

¹⁴ Observations du CMAC, le 1^{er} décembre 2017

d'une licence de radiodiffusion ne nous ont donné aucune indication selon laquelle les modifications apportées à la suite de l'adoption de la Politique relative à la radio de campus et à la radio communautaire en 2010 avaient entraîné une réduction significative du nombre de bénévoles œuvrant dans les stations de campus et communautaires. Selon notre interprétation, la politique de 2010 n'entraînait pas de changement comparativement à la politique de 2000 en ce qui concerne la participation de bénévoles aux activités des stations de campus et communautaires.

24. La puce FM des téléphones cellulaires constitue une solution de rechange gratuite et accessible à la diffusion à l'aide des services de données. Il s'agit de l'une des meilleures manières d'assurer une radiodiffusion en direct lors de situations d'urgence; dans les cas où les services de données ne sont pas disponibles à cause de facteurs environnementaux ou d'un manque de capacité; ou lorsque le coût constitue un obstacle. Nous invitons le Conseil à se pencher sur toute mesure qui permettrait de favoriser le déploiement et l'activation de la puce FM dans tous les téléphones cellulaires au Canada. Cette suggestion figurait également dans les observations de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR/CAB)¹⁵ et de Cogeco Média¹⁶. L'organisme mexicain de réglementation des médias, l'Instituto Federal de Telecomunicaciones, a récemment émis une directive technique exigeant que tous les fabricants de téléphones cellulaires mettent en service et activent les puces FM se trouvant déjà dans leurs appareils¹⁷.

Conclusion

25. Nous croyons que les Canadiens continueront, dans un avenir prévisible, à écouter du contenu audio du plus grand nombre de manières possible, incluant la radiodiffusion en direct. Nous croyons également que le secteur de la radio de campus et communautaire a besoin du soutien et de la reconnaissance du gouvernement. Nous vous remercions de nous avoir permis de présenter notre point de vue au Conseil en réponse à la demande du gouverneur en conseil.

Cordialement,



François Côté
Directeur général
ARC du Canada



Martin Bougie
Directeur général
ARCQ



¹⁵ Observations de l'ACR/CAB, le 1^{er} décembre 2017

¹⁶ Observations de Cogeco, le 1^{er} décembre 2017

¹⁷ [Mexico Is First Country To Require FM Chip Activation](#) (anglais), *Inside Radio*, le 9 juin 2017

Barry Rooke
Directeur général
ANREC/NCRA

Fin du document



Alliance des radio communautaires du Canada
1, rue Nicholas, bureau 1206
Ottawa, ON K1N 7B7

Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec
2, rue Sainte-catherine Est, suite 201-B
Montréal, QC H2X 1K4

National Campus and Community Radio Association/
l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires
180 Metcalfe St. Suite 608
Ottawa, ON K2P 1P5

Feb 13, 2018

Claude Doucet, Secretary General,
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission
Ottawa, Ontario, K1A 0N2

Secretary General,

Re: CRTC 2017-358-2

Call for comments on the Governor in Council's request for a report on future programming distribution models – Second phase of comments

1. The Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec ("ARCQ"), l'Alliance des radios communautaires du Canada ("ARCC"), and the National Campus and Community Radio Association/Association nationale des radios étudiantes et communautaires ("NCRA/ANREC") are writing to address the Commission's request for comments on future programming distribution models on behalf of our members. All three associations submitted comments individually to the first part of this proceeding, and in this joint submission we will comment on a few additional matters.

2. Our associations are all not-for-profit organizations committed to non-profit, community-owned, and locally-reflective radio. We work to ensure stability and support for individual campus and community ("c/c") stations and the long-term growth and effectiveness of our sector. Together, we represent about 85% of the licensed c/c radio stations in Canada.

More about our associations:

3. Founded in 1991, the ARCC currently supports and promotes 27 francophone and Acadian community stations outside of Quebec.

4. The ARCQ was created in 1979 and it currently contributes to the progress and promotion of 35 French-language community stations within Quebec.

5. The NCRA/ANREC was founded in 1981 and currently represents 109 mostly English-language c/c stations across Canada.

Responses to questions posed in the Reference Document

Many Canadians are now consuming audio content from online service providers. Will online services continue to be used in tandem with traditional services?

6. We believe that, for the foreseeable future, Canadians will continue to listen to audio content both over-the-air (“OTA”) and online. Most of our members have maintained a strong base of OTA radio listeners: especially, although not exclusively, in rural areas and among older Canadians. OTA listenership also continues to be very strong among listeners of French-language community radio, both within and outside of Quebec. While we recognise that online listening is growing in popularity, especially among urban English language stations and stations that target a younger and more mobile audience, we believe OTA radio will continue to be an important way for our stations to reach their communities.

7. We also believe OTA radio will continue to be a technology well-suited to distributing emergency information. In addition to airing public alerts available through the National Public Alert System (“NPAS”), many of our stations have access to a generator during power outages and are able to provide live information and updates during emergencies. At least 50% of c/c stations in Quebec are part of their community’s emergency plan in some way, and some those municipalities have even paid for their stations’ generators. During the ice storm of 2017, OTA radio played a key role in Atlantic Canadian communities and the province of New Brunswick’s Ice Storm Review 2017 recognized radio as a primary method of disseminating information during emergencies.¹ Some of our members have been designated by their communities as official emergency broadcasters and will continue to rely on OTA technology to provide emergency services. For example:

- CIWS-FM is the official emergency broadcaster for the town of Whitchurch-Stouffville, ON.
- Cortes Community Radio is a member of the Cortes Island Emergency Planning Committee and the official community broadcaster for Cortes Island.
- CHLS-FM is the official emergency broadcaster for the District of Lillooet, BC.

Is government support still necessary if the digital age is equalizing the playing field for content production? Does the situation differ for certain types of programming or programming for certain communities?

8. Irrespective of the profusion of new digital audio services and content creation technologies, we believe that c/c radio will continue to play a unique role in the Canadian broadcasting system and Canadian media, and its disappearance would leave a significant gap. Further, many c/c stations

¹ Ice Storm [Review](#) 2017

are financially vulnerable and some small communities have already lost their local c/c broadcaster. Therefore, support and recognition of our sector by the government is still needed.

9. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (“UNESCO”) recognises community radio broadcasters as *“a crucial part of a healthy, pluralistic media sector,”*² who have *“become a vital means by which the voiceless are able to exercise their right to express themselves freely and to access the information they need to bring about positive change.”*³ UNESCO sees community radio as *“specifically tailored in...design and function to serve the voice and information needs of rural, grassroots and/or minority groups.”*⁴

10. C/c stations enrich the broadcast and media sector in Canada by:

- Providing local news, public affairs, and other information, particularly in very small communities and locations that are not well-served by CBC/Radio-Canada. (For example, the Kootenay region of British Columbia is 50,000 km² squared, and is served by just one CBC reporter, with the closest CBC bureau located five hours away.) Many of our members do live remote broadcasts from local events, including municipal council meetings, sporting events, festivals, and rallies. During elections, some stations organize special coverage including candidates’ forums and Q&As. In these ways and others, c/c radio fosters civic engagement, creates platforms for community discussion to thrive, and promotes access to information in both French and English. Our stations are sometimes the only source of locally-produced programming in a community, and they also act as community gathering places.
- Promoting thousands of independent Canadian artists: particularly local artists, emerging artists, and artists working in underrepresented genres.
- Serving more than 60 linguistic communities⁵ in addition to official language communities, including Indigenous communities, and often providing the only local information and entertainment in the languages of those communities.
- Acting as community hubs and providing people with low-barrier access to training and resources to create content by themselves or in groups. This can increase understanding between people with diverse perspectives and allow marginalized individuals to play a more central role in society and the arts.
- Leveraging our collective power to create sectoral resources like the !earshot National Music Charts⁶, the Community Radio Exchange⁷, and the upcoming !earshot Digital Distribution System.⁸

11. With respect to the digital age and its effect on content production, one could argue that individual podcasters can produce some of the content described above, and many individual podcasters do. However, we believe that c/c radio is a more efficient and accessible model because its resources are accessible by numerous people to create varied programming, and it offers training and ongoing support to those people. A hypothetical average-sized c/c station might offer 25 to 100 or more unique shows per week, with perhaps 40 to 150 people creating those shows. It is true that each of those individuals might develop, record, and distribute their own podcasts independently, if

² UNESCO Community Media Sustainability Policy Series: [Community Media](#)

³ UNESCO Community Media Sustainability Policy Series: [Defining Community Broadcasting](#)

⁴ *Ibid*

⁵ NCRA/ANREC Internal Membership Survey 2017

⁶ !earshot [National Top 50 Charts](#)

⁷ NCRA/ANREC [Community Radio Exchange](#)

⁸ !earshot [Digital Distribution System](#)

they had access to the necessary resources and the time to do it on their own. However, it is more effective to support a community-owned resource that can provide a venue and training for many community members to come together and share their ideas, interests, and opinions; especially one that encourages participation from individuals and groups who may not otherwise have access to these resources.

12. In order to bring diverse individuals and groups together so they can create community programming, c/c stations need to maintain an accessible physical location, sound/broadcasting equipment, and other infrastructure. They also need to retain volunteers or staff with expertise to do community outreach and provide training, resources, and support to content creators.

13. While each c/c station is different, it is possible to make general observations about revenue sources and trends within the c/c sector. Currently, stations seek revenue in a piecemeal fashion through project grants, advertising, and community fundraising (including memberships, events, and donations). These revenue sources may fluctuate based on community factors like industry closures, competition for sponsorship or donations, language of broadcast, and the capacity of the station. Since these revenue sources are generally unpredictable, this affects the stability of the station and how well it can serve its community.

14. Factors that may affect the revenue potential of a station include: size of community, staff or volunteer capacity, institutional support, language of broadcast, location, proximity to a major urban centre, and presence of other media services in the community. While a few stations in our sector have had some success with online advertising⁹, our sector's advertising revenues are still mostly associated with OTA advertising.

15. Revenue sources vary between our three associations, and we provide more information about the specific differences below:

a) A typical ARCC member station receives about two-thirds of its revenue from advertising, and one third from community fundraising.¹⁰ Government advertising previously made up a substantial portion of the average station's budget, but this has declined precipitously since 2014¹¹. ARCC member stations do not receive any operational government funding, although they are eligible for Community Radio Fund of Canada ("CRFC") project funding, and potentially other local, regional or provincial grants that allow them to carry out projects of limited duration. Currently there are nine ARCC member stations (a third of their membership) that are seriously struggling financially. Some of these stations have stated that if their revenue decreases further they may have to close.

b) The typical ARCQ member station is eligible for some operational funding from the Government of Canada to cover costs like staff salaries, facility costs, technical investments, or other capital expenditures. This, along with provincial and municipal funding, makes up approximately 20% of the average ARCQ station's revenue. The remainder of revenue typically comes from advertising (50%) and community fundraising (30%; typically a combination of bingo, funding drives, memberships, and merchandise revenue.).¹²

⁹ Notably a handful of large ARCQ member stations

¹⁰ Typically, 75% of the advertising revenue is derived from local businesses, and the remaining 25% from national advertising, although this ratio is very dependent on the size of the market.

¹¹ The total revenue from government advertising for all 27 ARCC stations was \$500,000 in 2009, and this total has dropped to less than \$60,000 this year. Some stations have been able to increase their revenue in other areas, and others have not.

¹² Here are three generalized examples of market sizes and revenue breakdowns for ARCQ member stations:

c) NCRA/ANREC stations vary widely in terms of their revenue sources, which we described in more detail in part one of this proceeding. Like ARCC stations, many NCRA/ANREC stations struggle to stay afloat financially. About one-quarter operate with less than \$12,000 per year and have no paid staff, and over the last decade seven NCRA/ANREC member stations in small communities have closed due to lack of volunteer and financial capacity. A recent example is CICV-FM in Cowichan Valley, BC, which requested the revocation of its broadcasting licence in January 2018.¹³ CICV-FM was based in a high school and for nine years provided a safe haven for at-risk youth.

16. As mentioned above, the CRFC has provided stations in our sector with vital support, but we believe that additional government support for our sector is needed. Because our stations operate on a break-even basis, even small decreases in revenue can have significant negative effects. To increase their financial stability, we believe that stations in our sector need predictable operational funding.

17. To the best of our knowledge, Canada is the only English- or French-speaking Western country that does not have a government mechanism to provide operational funding for community radio. Governments in a number of countries, including Australia, France, Netherlands, the UK, and New Zealand have developed a structural approach to funding their community radio stations. Stations in these and other countries fulfill mandates very similar to those of the Canadian c/c sector, but unlike Canadian c/c stations, benefit enormously from government support. A 2009 report on International Approaches to Funding Community & Campus Radio¹⁴ describes the Canadian system of c/c radio as “very robust, with many licensees and a strong regulatory framework, but with a lack of core funding that can create structural weakness and challenge community radio’s goal of sustainability.” The report also states that “in the Canadian case, were a model of core funding from government sources to emerge, it would likely reside with the Department of Canadian Heritage rather than the CRTC.” We therefore encourage the CRTC to communicate the importance of core operational funding for our sector in its report to the Department of Canadian Heritage.

18. Explicit recognition of community broadcasters in Section 3(1)(b) of the *Broadcasting Act* (“the Act”) is also crucial to our success; it acknowledges the special role we play within the broadcasting system alongside private and public elements, and ensures consideration of our sector in policy development and competitive proceedings.

19. When the *Broadcasting Act* is reviewed, we will ask the Commission and the Government of Canada to ensure that the integrity of the existing Canadian Content Development (“CCD”) contributions system is maintained. The support of Canada’s private broadcasters through the CRFC has provided vital support to stations in our sector by distributing more than \$13 million to them, funding more than 500 unique projects that have resulted in improved local programming, increased community participation, and better support and training of volunteers. Recent examples include:

-
1. Small markets (Fewer than 10 000 people) advertising 25%, fundraising 35%, public funds 40%
 2. Regional markets (10 000 to 100,000 people) advertising 55%, fundraising 35%, public funds 10%
 3. Urban markets (More than 100 000 people) advertising 40%, fundraising 30%, public funds 30%

¹³ Broadcasting Decision CRTC 2018-21

¹⁴ International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report, Submitted to the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission

- Radio Beauséjour (“CFBO-FM”), a French-language station in Dieppe, NB, received a grant to improve its news service. This included covering urban news in greater southeast New Brunswick; connecting with Acadian community associations, artists, politicians, and health and education professionals, and increasing the station’s social media presence.
- CFBX-FM in Kamloops, BC developed *Connections: The Art of Storytelling*, a collaborative audio content project involving students and faculty at Thompson Rivers University, and a broad range of community members. The series won first place in the Best Current Affairs/Magazine Show category at the NCRA/ANREC’s National Radio Awards in 2017.
- CFUT-FM in Shawinigan, QC produced a series of 40 one-hour shows focused on up-and-coming artists from the Mauricie region of Québec who are active in Shawinigan.

20. The Broadcast Educators Association of Canada (“BEAC”) and others have requested that the Commission expand the scope of CCD funding by allowing capital grants to broadcasting and media-related training programs in provincial post-secondary institutions to qualify as tangible benefits. If the Commission supports BEAC’s proposal, we believe that the scope of CCD funding should similarly be expanded to allow capital grants for c/c stations, since they are in a more precarious financial position than post-secondary institutions and arguably contribute at least as much to the Canadian broadcasting system as a whole. We would also like to see the pool of total CCD funds increased if it is going to be distributed to a larger number of recipients.

21. Finally, we would like to make a comment on the question above, posed in the reference document. We believe that the concept of the digital age “equalizing the playing field” is tied to the traditional model of content production being a commercial and professionalized model. Our perspective is that recent changes in the playing field of content creation have broadened and enlarged the space already occupied by our sector to accommodate new players, both for profit and non-profit. But it has not made all content creators equal in terms of the role they play in the overall broadcasting or media system, the importance of their contributions, or the resources available to them.

22. To summarize, c/c stations provide a public good and play a unique role, which is distinct from other forms of content creation. We believe that it is an effective model for supporting content creation by individuals and groups that are excluded from accessing other media and technology. Many c/c stations struggle financially, and a number have closed or may close without additional support. For these reasons, government support is still necessary, and we believe that the Department of Canadian Heritage should develop an operational funding program for the c/c sector.

Other Comments:

23. In the Community Media Advocacy Centre’s (“CMAC”) submission in part one of this proceeding, they stated that *“Community radio... has lost most of what made it distinct since changes were made to the Community Radio Policy in 2010. Stations, according to the policy changes, are no longer predominantly run by volunteers, rather now community radio is mandated to foster only some volunteer participation.”*¹⁵ To our knowledge, the changes in the c/c sector described by CMAC have not occurred, nor have we observed any evidence from our 149 licensed member stations that the changes arising from the 2010 Community Radio Policy have reduced the number of volunteers at c/c stations in any meaningful way. Our understanding is that the 2010 policy does not differ from the 2000 policy in term of the expectation that c/c stations will incorporate volunteers into their activities.

¹⁵ CMAC submission, Dec 1, 2017

24. The FM chip in cellular phones is a free, accessible alternative to data streaming and one of the best ways to communicate OTA during an emergency, when data service may not be available because of environmental or capacity issues, or restricted due to cost. We encourage the Commission to consider any possible measures that it could take to encourage the deployment and activation of the FM chip in all cellular phones in Canada. We note this suggestion was echoed in submissions by the Canadian Association of Broadcasters (“CAB/ACR”)¹⁶ and Cogeco Media¹⁷. Mexico’s media regulator, the Instituto Federal de Telecomunicaciones, recently issued a technical disposition requiring cellular phone manufacturers to enable and activate any pre-existing FM chip in the phone.¹⁸

Conclusion:

25. We believe that Canadians will continue to listen to audio content in as many ways as possible for the foreseeable future, including OTA. We also believe that government support and recognition is still necessary to support the c/c radio sector. We appreciate the opportunity to offer our perspective to the Commission in the context of the Governor in Council’s request.

Sincerely,



François Coté
directeur général
ARC du Canada



Martin Bougie
directeur général
ARCQ



Barry Rooke
Executive Director
NCRA/ANREC

End of Document

¹⁶CAB/ACR submission, Dec 1, 2017

¹⁷Cogeco submission, Dec 1, 2017

¹⁸[Mexico Is First Country To Require FM Chip Activation](#), Inside Radio, June 9, 2017