



1. Faudrait-il augmenter à 40 % le seuil minimal de contenu canadien des pièces musicales de catégorie 2, actuellement fixé à 35 %?

1. L'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC du Canada), l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ) et l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ANREC) croient que la présente réglementation en matière de contenu musical canadien est appropriée pour notre secteur. Nous estimons qu'il serait problématique pour de nombreuses radios communautaires de se plier à une augmentation à 40 % du seuil pour les pièces musicales de catégorie 2.

2. Les exigences relatives au contenu canadien sont plus problématiques pour les stations membres de l'ANREC que pour les stations membres de l'ARC du Canada et de l'ARCQ, car ces dernières doivent déjà se conformer à un seuil de 65 % de musique populaire de langue française, qui est principalement canadienne. Il faut souligner que de nombreuses stations membres de l'ANREC dépassent régulièrement les seuils prescrits de contenu canadien dans le cadre de leur engagement communautaire. Ces stations accordent une large place à la musique locale sous-représentée dans les autres médias. Cela étant dit, la programmation de ces stations repose en grande partie sur le travail de bénévoles. Il serait ambitieux d'affirmer que tous ces bénévoles ont toujours respecté les exigences en matière de contenu canadien ou tenu compte adéquatement du contenu canadien diffusé dans le cadre de leur émission chaque semaine.

3. Cette réalité s'applique particulièrement à la musique de type alternatif, où le contenu canadien est moins diversifié que dans d'autres catégories. Par exemple, la musique alternative de type *hip-hop* et électronique fait en principe partie de la catégorie de teneur 2. Cependant, ces genres musicaux offrent un contenu canadien largement inférieur à celui de la musique *hip-hop* ou *dance* grand public. Certaines stations ont souligné que les catégories 2 et 3 pourraient être révisées afin de mieux faire la distinction entre les types de musique, ce qui faciliterait la tâche des responsables de la programmation.

4. De surcroît, nous avons appris que le Conseil, à la suite d'une vérification, a déterminé qu'au moins une station en milieu rural ne s'était pas conformée, au cours d'une semaine donnée, aux exigences en matière de contenu canadien. Cette station croyait pourtant surpasser les exigences – mais elle diffusait les œuvres d'artistes locaux n'ayant pas de contrat avec une maison de disques. Le CRTC a jugé qu'il ne s'agissait pas de contenu canadien. Le Conseil a demandé à la station de fournir la preuve écrite qu'il s'agissait d'artistes canadiens, une démarche nécessitant beaucoup de temps. Au bout du compte, le Conseil a jugé que la programmation n'était pas conforme.

5. Les petites stations et les stations en milieu rural peuvent avoir de la difficulté à recueillir suffisamment de contenu canadien, car elles ne sont pas toujours inscrites sur les listes d'envoi des maisons de disques. De plus, l'envoi de musique par la poste est de plus en plus révolu. C'est vrai dans les marchés urbains, et

encore plus dans les marchés ruraux et semi-ruraux où de nombreuses radios ne sont pas inscrites sur ces listes. Certaines chansons sont envoyées aux stations en format mp3 par des entreprises et des particuliers, mais cela constitue néanmoins une faible diversité musicale. La distribution est éparpillée au sein de plusieurs réseaux, ce qui signifie que les stations doivent communiquer avec un nombre croissant de personnes pour recevoir de moins en moins de musique. Les petites stations ne disposent pas nécessairement des ressources humaines pour faire les démarches d'abonnement à ces listes, et pour vérifier périodiquement qu'elles y sont toujours inscrites.

6. À notre avis, l'envoi de fichiers audio en pièce jointe à des courriers électroniques ne représente pas la solution. Cette méthode comporte sa part de problèmes, dont le ciblage parfois incorrect du destinataire, les contraintes liées à la taille des pièces jointes et les mesures de lutte contre les pourriels qui risquent de bloquer plusieurs de ces messages.

7. Paradoxalement, un grand nombre de grosses stations commerciales dans des marchés urbains reçoivent une foule d'albums de styles musicaux qu'elles ne diffusent même pas, simplement parce qu'elles sont dans un marché important et qu'elles font partie du réseau de distribution. De toute évidence, ces disques devraient plutôt être destinés aux petites radios qui tournent justement ces styles musicaux.

8. Il existe des plateformes électroniques qui permettent la distribution rapide, efficace et à coût moindre de la musique, en toute légalité. La distribution en ligne, effectuée par une entreprise de distribution ou une étiquette de disques, est une méthode simple et peu contraignante. Les ayants droit placent leurs fichiers dans un serveur à distance, où les directeurs musicaux et responsables de la programmation des radios peuvent écouter les œuvres en ligne et les télécharger au besoin.

9. Nous proposons une solution possible afin de remédier à l'absence de certaines stations sur les listes de distribution des maisons de disques. Il s'agirait d'établir une adresse principale, administrée par les associations, à laquelle les entreprises et les particuliers pourraient envoyer leur musique afin de la faire verser dans une base de données électronique. Les stations pourraient obtenir ces fichiers musicaux des catégories de teneur 2 et 3 à l'aide d'un accès sécurisé à la base de données.

10. Cette méthode a déjà fait ses preuves. Depuis le 1^{er} janvier 2011, CBC/Radio-Canada n'envoie plus de disques aux stations régionales du pays. Elle a plutôt mis en place un système de distribution de fichiers sonores appelé Musique virtuelle en ligne. Le personnel des stations régionales peut consulter cette discothèque virtuelle à distance et se servir du contenu à des fins de programmation. Les trois associations croient qu'un système semblable pourrait combler les lacunes au chapitre de l'approvisionnement en chansons et en musique des catégories de teneur 2 et 3. Nous sommes conscients qu'il ne s'agirait pas d'une solution pour toutes les stations. Certaines stations ont accès à une bande passante Internet limitée et risqueraient d'avoir des difficultés de téléchargement. Néanmoins, cette approche pourrait offrir une aide précieuse à un nombre important de stations.

11. À titre de première étape, nous communiquerons avec CBC/Radio-Canada pour déterminer s'il serait possible d'obtenir l'accès à sa discothèque virtuelle. L'an dernier, lors de l'examen de la politique relative à la radio de campus et à la radio communautaire, CBC/Radio-Canada a clairement reconnu l'importance de soutenir nos stations, et a pris un engagement à cet égard.

12. La mise en place d'un tel système exigerait du temps et des investissements. Nous demandons ainsi

au Conseil de ne pas modifier le seuil minimal de contenu canadien jusqu'à ce que des progrès importants aient été réalisés en matière de distribution, que ce soit à l'aide de la solution que nous proposons ou d'autres approches possibles. Nous invitons également le CRTC à commander une étude sur les problèmes de distribution et la pertinence de la mise en place d'une discothèque électronique centrale. Il pourrait s'agir d'une étude de même type que celle que la firme CONNECTUS a récemment menée au sujet du bénévolat dans notre secteur.

13. De plus, les petites stations des trois associations éprouvent déjà beaucoup de difficulté à respecter l'ensemble des exigences réglementaires auxquelles elles sont assujetties. Il n'est pas rare que ces stations comptent sur un seul employé ou même sur l'équivalent d'un demi-employé à temps plein. Ces employés ont une foule de responsabilités, dont celles de dénicher la musique nécessaire, de gérer les bénévoles, d'organiser des activités de financement et d'assurer la gestion quotidienne de la station.

14. Le Conseil évalue la conformité aux exigences de diffusion de contenu canadien sur une base hebdomadaire. Il suffit de quelques erreurs – ou du remplacement temporaire d'un animateur qui diffuse une programmation à forte teneur de contenu canadien par un animateur qui en diffuse moins – pour qu'une station tombe sous le seuil minimal pour la semaine. Le Conseil ne tient alors pas compte du fait que la programmation de cette station se conforme aux exigences (ou les surpasse) sur une période plus longue qu'une semaine. Une station jugée non conforme peut se voir imposer un renouvellement de licence plus court ou des conséquences encore plus graves, notamment pour celles qui disposent de très peu de ressources humaines. Une augmentation du seuil minimal de contenu canadien ne ferait qu'accentuer ces risques pour nos stations.

15. Nous demandons ainsi au Conseil de laisser inchangé le seuil applicable au contenu canadien. Les stations de campus et communautaires ont déjà le mandat de servir leurs collectivités, que ce soit en atteignant ou en surpassant ce seuil. Nous recommandons également au Conseil d'élargir sa vérification de diffusion de contenu canadien lorsqu'il constate qu'une station ne se conforme pas aux exigences au cours d'une semaine de radiodiffusion donnée. L'examen de la conformité sur quatre semaines au lieu d'une seule donnerait un portrait plus représentatif de la conformité de la station.

2. Serait-il approprié d'augmenter à plus de 40 % le seuil minimal de contenu musical canadien de catégorie 2? Si oui, quel serait le seuil raisonnable et pour quelles raisons?

16. Comme nous l'avons indiqué dans notre réponse à la question précédente, nous estimons qu'une augmentation à 40 % du seuil minimal de contenu canadien serait problématique pour bon nombre de stations, y compris celles qui surpassent régulièrement le seuil actuel. Avant de rehausser ce seuil, il faudrait corriger certains problèmes sous-jacents, dont ceux de la distribution, de la clarification des catégories de contenu et de la reconnaissance des artistes locaux comme artistes canadiens, même s'ils n'ont pas de contrat avec une maison de disques. Une telle augmentation ne ferait qu'accroître le fardeau réglementaire des petites stations. De même, une augmentation à plus de 40 % du seuil minimal de contenu musical canadien de catégorie 2 ne ferait qu'exacerber ces problèmes.

3. Faudrait-il augmenter à 15 % le seuil minimal de contenu musical canadien des pièces de catégorie 3, actuellement fixé à 12 %?

17. Les stations membres de l'ARC du Canada et de l'ARCQ ont déjà de la difficulté à atteindre le pourcentage minimal de musique pour auditoire spécialisé. Une augmentation de ce seuil exacerberait le

problème si elle n'était pas accompagnée de mesures concrètes pour aider les stations à se conformer aux exigences. Il en va de même pour plusieurs stations membres de l'ANREC évoluant dans de petits marchés.

18. Nos stations font face à des obstacles importants lorsqu'elles cherchent à obtenir des œuvres de la catégorie de teneur 3 qui sont conformes aux exigences du CRTC. Ces obstacles sont encore plus grands s'il s'agit en plus de contenu canadien. En effet, le jazz, le blues, la musique classique et les autres formats musicaux pour auditoire spécialisé ne bénéficient pas d'un réseau de distribution canadien bien structuré et professionnel. Les stations se retrouvent devant une pénurie de ces types de musique.

19. Nous craignons aussi que nos stations aient encore plus de difficulté à s'approvisionner en musique pour auditoire spécialisé, au fur et à mesure que se développe un réseau de distribution « alternatif » sur Internet par l'entremise de sites et applications comme MySpace, Facebook, iTunes et TuneCore. Un nombre croissant d'artistes choisissent ces nouveaux moyens pour rejoindre leur auditoire cible, plutôt que de faire parvenir des copies de leurs œuvres à leur station de campus ou communautaire locale. Devant les lacunes de leur discothèque, bon nombre de stations demandent à leurs bénévoles de fournir leur propre musique à diffuser en ondes. Ces bénévoles doivent se résoudre à payer cette musique de leur poche ou à la télécharger illégalement en ligne.

4. Serait-il approprié d'augmenter à plus de 15 % le seuil de contenu musical canadien de catégorie 3? Si oui, quel serait le seuil raisonnable et pour quelles raisons?

20. À notre avis, une telle augmentation ne ferait qu'accentuer le problème existant. Dans bien des cas, ce sont les bénévoles qui fournissent leur propre musique afin de mettre leur émission sur pied. À la fin de l'émission, ces bénévoles rapportent le matériel chez eux, privant ainsi la station de ce contenu. En clair, un nombre important de stations se fient aux ressources mises à leur disposition par des bénévoles pour se conformer aux exigences du CRTC. À nouveau, il suffit qu'un ou deux bénévoles s'absentent au cours d'une semaine donnée pour que la station tombe sous le seuil minimal de contenu canadien.

5. Si le Conseil augmente les seuils minimaux de contenu canadien des pièces musicales de catégories 2 et 3, ces augmentations devraient-elles être les mêmes pour les stations de langue anglaise et les stations de langue française?

21. À notre avis, l'augmentation des seuils minimaux de contenu canadien serait inutile et risquerait d'entraîner de nouveaux problèmes. Toutefois, si le Conseil décidait malgré tout d'augmenter ces seuils, nous soutenons qu'une seule politique réglementaire devrait s'appliquer à l'ensemble des stations de campus et communautaires, sans égard à la langue pour laquelle elles détiennent une licence de radiodiffusion.

22. Nous croyons également qu'une telle augmentation, le cas échéant, pourrait être modulée en fonction de la taille du marché de la station, étant donné que certaines stations ont accès à une moins grande variété de contenu canadien que d'autres.

6. Si le Conseil augmente les seuils minimaux de contenu canadien des pièces musicales de catégories 2 et 3, ces augmentations devraient-elles être les mêmes pour les stations qui desservent des communautés de langue officielle en situation minoritaire que pour celles qui ne sont pas exploitées dans de telles communautés?

23. Les mêmes règles devraient s'appliquer à toutes les stations, qu'elles se trouvent dans une communauté de langue officielle en situation minoritaire ou non. La problématique ne réside pas foncièrement dans des facteurs d'ordre linguistique. Elle découle plutôt, comme nous l'avons déjà mentionné, de la taille du marché, de son contexte géographique, et de la participation de la station aux listes d'envoi des maisons de disques (par la poste ou en format électronique mp3). Une station qui évolue dans un marché rural de 10 000 habitants et qui diffuse dans la langue de la majorité dans sa province ne dispose simplement pas des mêmes ressources qu'une station dans un marché urbain de 100 000 habitants, qu'il s'agisse d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire ou non.

24. Cela étant dit, nous croyons que les exigences actuelles conviennent bien à l'ensemble des stations. Ces dernières peuvent régulièrement surpasser les seuils minimaux, sans risquer d'être en situation de non-conformité si elles se retrouvent fortuitement sous les seuils pour une période donnée.

7. Tel que noté dans la Politique, la participation bénévole au sein du secteur de la radio de campus et de la radio communautaire est un facteur important qui distingue de telles stations de celles des secteurs public et commercial. Le Conseil estime à première vue que la participation volontaire auprès des stations communautaires et de campus comprend des activités qui englobent la gouvernance, les levées de fonds, la formation, l'administration et la programmation, entre autres. Cette opinion est-elle pertinente? Sinon, pourquoi?

25. Nous sommes d'accord avec cette opinion du Conseil. Les bénévoles vivant dans les collectivités desservies par nos membres jouent un rôle important dans la réalisation du mandat de la radio de campus et communautaire et appuient nos stations d'une variété de façons.

26. Les stations sont des organismes sans but lucratif, et elles ont une obligation légale de compter des bénévoles au sein de leur conseil d'administration. Le conseil d'administration établit ses orientations en s'appuyant sur l'apport des membres, et il gouverne la station conformément à ces orientations. Les citoyens peuvent participer aux activités de la station dans de nombreux domaines, y compris la programmation; la technique; la préparation de reportages; la recherche et le développement de contenu en coulisse; l'organisation d'événements, le financement; et l'administration sous toutes ses formes, que ce soit en répondant au téléphone ou en rédigeant des ébauches de politiques.

27. Le rapport de la firme CONNECTUS intitulé *Aperçu du bénévolat dans les radios de campus et les radios communautaires au Canada* et annexé au présent appel aux observations, vient étayer ce point de vue. Le rapport énonce notamment que « les bénévoles sont omniprésents dans les radios de campus et les radios communautaires [et] à divers titres dans toutes les stations qui ont répondu au questionnaire ». On y souligne également que « [l]es bénévoles effectuent une grande variété de tâches, dont des tâches importantes de gouvernance et d'administration des stations, ainsi que des tâches liées à la programmation, au financement et à des activités de sensibilisation auprès de la communauté, des tâches d'entretien et bien d'autres tâches encore ». Toutes les stations ayant répondu au questionnaire comptent sur des bénévoles pour accomplir des tâches administratives; 94 % d'entre elles se fient à des bénévoles pour mener des activités de financement; 90 % de ces stations reçoivent le soutien de bénévoles pour la programmation et le contenu musical; et 84 % bénéficient de la participation de bénévoles à leurs activités

de sensibilisation et de présence dans la collectivité.

28. Ces liens étroits entre les stations de campus et communautaires et leurs collectivités permettent aux stations de produire une programmation se démarquant par « la richesse des informations locales et par la qualité du reflet de la population » (Politique relative à la radio de campus et à la radio communautaire de 2010).

8. À l'heure actuelle, le Conseil n'impose aux stations de radio de campus et de radio communautaire aucune exigence ou condition de licence à l'égard de la participation des bénévoles à leurs activités ou de la production de leur programmation (les obligations de bénévolat). Le Conseil devrait-il modifier cette approche?

29. À la lumière du nombre important de bénévoles qui œuvrent au sein des stations de campus et communautaires, nous estimons que le Conseil ne devrait pas modifier son approche actuelle en matière de participation des bénévoles. L'adoption d'une nouvelle réglementation constituerait un fardeau pour les stations.

30. Les 81 stations ayant répondu au questionnaire de CONNECTUS comptaient 5 949 bénévoles. Étant donné que le Canada possède plus de 140 stations de campus et communautaires détenant une licence de radiodiffusion, on peut extrapoler que le secteur compte un total d'au moins 8 000 à 10 000 bénévoles. La participation d'un si grand nombre de bénévoles démontre bien le rôle que joue notre secteur pour assurer la diversité du système canadien de radiodiffusion, et la manière dont il se démarque de la radio commerciale et publique.

31. Il faut souligner que les bénévoles jouent des rôles différents d'une station à l'autre, ce qui compliquerait considérablement toute démarche de réglementation de la participation de bénévoles. Certaines stations ne comptent aucun employé et se fient entièrement à des bénévoles pour la gouvernance, la programmation et l'administration. D'autres stations ont un personnel suffisant pour accomplir la plupart des fonctions administratives et s'appuient plutôt sur des bénévoles pour la programmation. Toutes ces activités correspondent au mandat de la radio de campus et communautaire. Nous souhaitons mettre l'accent sur le rôle des bénévoles dans la production de programmation diffusée en ondes.

32. Toutes les stations ayant répondu au questionnaire de CONNECTUS comptent sur des bénévoles pour leur programmation en ondes. Les stations doivent toutefois trouver le juste équilibre entre la participation de bénévoles et les exigences de l'alinéa 3 (1)g) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui stipule que « la programmation offerte par les entreprises de radiodiffusion devrait être de haute qualité ». Afin d'atteindre cette norme de qualité, il ne suffit pas d'offrir de la formation aux bénévoles et de leur confier un micro, particulièrement dans les collectivités où la station est une source principale d'information locale. Il est possible que les bénévoles n'aient pas les compétences requises (ou l'intérêt) pour produire la gamme complète de programmation à laquelle la collectivité s'attend.

33. Les stations nous ont signalé plusieurs autres de leurs défis en ce qui concerne la participation de bénévoles à la programmation. Le premier enjeu est le recrutement de bénévoles. Un grand nombre d'organismes sans but lucratif de service à la collectivité se font concurrence pour recruter un nombre limité de bénévoles. Bien entendu, les bénévoles éventuels ont aussi d'autres activités.

34. Une station de Vancouver a souligné que la population de sa ville doit accorder la priorité au travail rémunéré à cause du coût de la vie très élevé. De plus, cette station a de la difficulté à rejoindre la population en vue de recruter des bénévoles, à cause de la saturation médiatique qui prévaut à Vancouver. À Winnipeg, quatre stations de campus et communautaires cherchent simultanément à recruter des bénévoles, tout comme de nombreux autres organismes communautaires d'ailleurs. Dans les petites collectivités, le bassin de bénévoles potentiels est moins important que dans les grandes villes. Cependant, ces petites stations ont peu de personnel – ou ne comptent aucun employé – et nécessitent un engagement considérable de leurs bénévoles. Ainsi, les bénévoles doivent accomplir de nombreuses tâches, tout en ayant peu ou pas de personnel en mesure de faire du recrutement, de la formation et de l'encadrement.

35. Les stations qui diffusent dans de grandes régions géographiques ont aussi leur part de problèmes, puisque les bénévoles doivent parcourir une longue distance chaque semaine pour se rendre à la station. En plus de gruger du précieux temps, ces déplacements entraînent des coûts. La station CHIP-FM de Fort-Coulonge (Québec), rembourse les frais de déplacement de plusieurs bénévoles qui ne seraient autrement pas en mesure de continuer à produire leurs émissions.

36. D'autres collectivités s'appuient sur une industrie principale, comme l'extraction minière ou la pêche, qui nécessite du travail saisonnier ou par quarts. Les bénévoles ont ainsi de la difficulté à s'engager à produire une émission régulière, car leur horaire de travail est imprévisible. Les stations de campus sont aux prises avec un problème semblable en février, en décembre et au cours de l'été, lorsque les étudiants ne sont pas sur le campus.

37. Une fois recrutés, les bénévoles doivent être formés. Les bénévoles qui effectuent de la programmation en ondes doivent se familiariser avec les exigences réglementaires et produire des émissions de haute qualité. La station doit également surveiller le travail de ces bénévoles pour assurer qu'ils se conforment aux normes. Nous avons déterminé que les stations offrent en moyenne 10 heures de formation à leurs bénévoles avant qu'ils entrent en ondes. Selon les stations, bon nombre de bénévoles potentiels abandonnent au cours de la formation, après avoir constaté tout le travail qu'ils auraient à effectuer. De plus, le personnel doit consacrer en moyenne 10 heures par semaine à la supervision et à la formation ponctuelle des bénévoles. Le nombre d'heures d'encadrement est plus important dans les stations urbaines, qui comptent un plus grand nombre de bénévoles. La formation et la supervision des bénévoles sont de grandes problématiques pour les stations qui ne possèdent aucun employé ou seulement une poignée d'employés. Les stations sont aussi aux prises avec un taux de roulement élevé chez les bénévoles.

38. Au fur et à mesure qu'ils acquièrent de nouvelles habiletés, certains bénévoles souhaitent poursuivre une carrière rémunérée, que ce soit en tant que responsable des programmes à la station ou en tant qu'employé d'une radio commerciale ou publique. Les stations de campus et communautaires jouent un rôle important au sein du système canadien de radiodiffusion en donnant de la formation à ces futurs professionnels, mais cette réalité complique le recrutement et le maintien en poste de bénévoles engagés.

39. Enfin, le temps que les employés des stations doivent consacrer aux diverses exigences réglementaires diminue le temps dont ils disposent pour recruter, former et superviser leurs bénévoles. Cela a pour conséquence d'accroître le risque que des bénévoles peu formés et mal encadrés enfreignent la réglementation par inadvertance.

40. Les données recueillies par la firme CONNECTUS et nos propres recherches démontrent que les bénévoles jouent un rôle important dans l'ensemble des activités des stations de radio de campus et communautaires, y compris dans la programmation.

Considérant les défis que nous avons exposés en ce qui concerne la gestion et la formation des bénévoles, ainsi que la production de programmation par des bénévoles;

Et considérant que les stations de notre secteur doivent déjà se conformer à un grand nombre de règlements complexes;

Et considérant que bon nombre de nos stations sont aux prises avec une pénurie de ressources;

Nous soutenons que nos stations offrent déjà d'importantes possibilités aux bénévoles, et qu'il est dans l'intérêt supérieur du secteur de la radio de campus et communautaire de ne pas imposer d'exigences en matière de bénévolat.

9. Si le Conseil en venait à imposer des exigences de bénévolat, quelles devraient-elles être?

41. Nous avons exposé aux paragraphes précédents les motifs pour lesquels nous croyons qu'il n'est pas opportun d'imposer de telles exigences. Toutefois, si le CRTC devait considérer qu'il est pertinent de réglementer, nous estimons que les normes devraient être peu restrictives et se montrer suffisamment souples pour tenir compte de la grande diversité des marchés desservis par notre secteur. Dans un tel cas, les stations devraient être encouragées à surpasser les exigences de manières qui correspondent à leurs besoins particuliers.

42. Le cas échéant, les exigences devraient être fondées sur la taille du marché, étant donné que le bassin de bénévoles potentiels est moins important pour les stations dans les petits marchés que pour celles dans les grands marchés. Donnons l'exemple de la station CKNA-FM de Natashquan (Québec), qui dessert une population de moins de 500 personnes. L'été dernier, une bénévole a produit de la programmation pendant qu'elle était en visite chez ses grands-parents. Toutefois, personne ne l'a remplacée par la suite. D'autres bénévoles continuent d'appuyer la station, mais cette dernière ne compte actuellement sur aucun bénévole pour sa programmation.

43. Nous définissons le « marché » d'une station en fonction de la population se trouvant à portée de radio, jusqu'à une distance maximale de 50 kilomètres de la station (les stations nous ont indiqué qu'il est pratiquement impossible de recruter des bénévoles habitant à plus de 50 kilomètres de la station). Dans le cas des stations diffusant dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire, nous proposons que le « marché » soit défini en fonction de la population ayant la langue de radiodiffusion comme langue maternelle.

44. Nous effectuons la proposition suivante :

Marchés dont la population est inférieure à 10 000 personnes : aucune exigence de bénévolat

Marchés dont la population est supérieure à 10 000 personnes, mais inférieure à 30 000 personnes : un minimum de 3,5 heures de programmation bénévole par semaine

Marchés dont la population est supérieure à 30 000 personnes, mais inférieure à 100 000 personnes : un minimum de 7 heures de programmation bénévole par semaine

Marchés dont la population est supérieure à 100 000 personnes : un minimum de 14 heures de

programmation bénévole par semaine

45. Étant donné que l'aménagement des studios varie d'une station à l'autre et que certains bénévoles ont besoin d'aide technique pour produire leur émission, nous définissons la « programmation produite par des bénévoles » comme une programmation où des bénévoles sont, à tout le moins, principalement responsables du contenu de l'émission et où ils en font l'animation.

46. Nous avons choisi de mesurer la programmation produite par des bénévoles, car elle est un aspect tangible et important de la radiodiffusion communautaire. Toutefois, les stations comptent bien entendu sur l'appui de bénévoles pour leurs activités autres que la programmation.

47. Nous croyons également que les stations devraient avoir la latitude nécessaire pour diffuser la programmation produite par des bénévoles en tout temps au cours de la semaine de radiodiffusion. Les bénévoles ont habituellement une plus grande disponibilité les soirs de semaine et les fins de semaine. Cette souplesse permettrait également aux stations de diffuser leur meilleure programmation – qu'elle soit produite par des bénévoles ou par des employés – aux heures de grande écoute.

48. Si le Conseil devait juger opportun d'imposer des exigences de bénévolat, nous lui demandons de mesurer la participation des bénévoles à plus d'une reprise au cours de l'année afin de tenir compte des fluctuations saisonnières.

10. Si le Conseil en venait à imposer des exigences de bénévolat, devrait-il imposer les mêmes aux stations de campus qu'aux stations communautaires?

49. Les 16 stations de campus qui ont répondu au questionnaire de CONNECTUS comptaient, en moyenne, deux fois plus de bénévoles que les stations communautaires qui ont rempli le questionnaire. Les auteurs du rapport précisent toutefois que « même si le nombre moyen de bénévoles est beaucoup plus élevé dans les radios de campus que dans les radios communautaires, les stations de campus et les stations communautaires affichent toutes deux un ratio de 1:1 pour ce qui est du nombre total de bénévoles par station et du nombre de ceux-ci participant directement à la programmation ».

50. Les stations de campus ont des difficultés semblables à celles des radios communautaires en ce qui concerne le recrutement, la formation et le maintien en poste des bénévoles. Les étudiants ont un horaire chargé. Certains ont un emploi à temps partiel, tandis que d'autres participent à des stages pour acquérir de l'expérience professionnelle. De plus, d'autres organismes sur le campus et dans la collectivité font le recrutement de bénévoles. Certaines stations de campus ont noté que les augmentations des droits de scolarité ont une incidence négative sur le nombre de nouveaux bénévoles, le temps qu'ils consacrent au bénévolat et leur engagement à l'endroit de la station. Tout comme au sein des stations communautaires, les bénévoles démontrent beaucoup d'intérêt au début. Toutefois, plusieurs abandonnent au cours de la formation, lorsqu'ils constatent tout le travail qui les attend, et qu'ils comprennent que leur émission ne sera pas nécessairement un palmarès de musique populaire ou une émission à sensations comme celle de Howard Stern.

51. Dans la plupart des établissements d'enseignement, les sessions d'études ont lieu de septembre à avril, avec des congés en décembre et en février. Les étudiants connaissent aussi des périodes de pointe lors de la rédaction de travaux et des périodes d'examens. L'assiduité de ces bénévoles n'est donc pas toujours exemplaire. Il n'est pas évident d'établir des plages horaires permanentes pour la programmation étudiante

lorsque les animateurs doivent régulièrement s'absenter. En cas d'absence, la station doit trouver un animateur formé pour agir comme remplaçant. Les conseils d'administration des stations de campus sont aux prises avec les mêmes problématiques en ce qui concerne leurs membres étudiants.

52. Les locaux de certains établissements d'enseignement se trouvent à l'extérieur du centre de la collectivité, ce qui complique les déplacements. De plus, il existe à plusieurs endroits une perception selon laquelle la radio s'adresse seulement aux étudiants et au personnel enseignant, et non aux autres membres de la collectivité. Enfin, le roulement des bénévoles est inévitable. À la fin de leurs études, les étudiants peuvent déménager à l'extérieur pour trouver un emploi.

11. Si le Conseil en venait à imposer des exigences de bénévolat, devrait-il imposer les mêmes aux stations de langue anglaise qu'aux stations de langue française?

53. Nos recherches et notre expérience confirment que la capacité de recrutement de bénévoles d'une station est avant tout déterminée par la taille de son marché, peu importe la langue dans laquelle la station diffuse sa programmation.

54. La station communautaire de langue française CIBL-FM de Montréal (Québec) compte 235 bénévoles, qui produisent presque toute la programmation. De même, la station de campus de langue anglaise CFRU-FM de Guelph (Ontario) a une équipe de 240 bénévoles qui produisent la programmation presque en entier.

55. En guise de comparaison, la station CIVR-FM de Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest), dessert une population de 800 francophones et compte 11 bénévoles, dont 4 participent à la programmation. La station CJAS-FM de Saint-Augustin (Québec) dessert également une population de 800 personnes, et possède 8 bénévoles, dont 2 participent à la programmation.

12. Si le Conseil en venait à imposer des exigences de bénévolat, devrait-il imposer les mêmes aux stations exploitées dans des communautés de langue officielle en situation minoritaire et à celles qui ne sont pas exploitées dans de telles communautés?

56. Nous croyons que la taille du marché d'une station est le facteur le plus important pour le recrutement de bénévoles. Toute exigence de bénévolat applicable aux stations exploitées dans des communautés de langue officielle en situation minoritaire devrait être ajustée en fonction de la population de langue maternelle dans le marché de ces stations.

57. Par exemple, la station CFIM-FM aux Îles-de-la-Madeleine (Québec) dessert une population de 13 201 personnes et compte 80 bénévoles, dont 34 participent à la programmation. De même, la station CIFA-FM de Saulnierville (Nouvelle-Écosse) dessert une population de 13 000 francophones. Elle a une équipe de 38 bénévoles, dont 25 participent à la programmation.

13. Si le Conseil en venait à imposer des exigences de bénévolat, celles-ci devraient-elles s'appliquer uniformément à toutes les stations de campus et de radio communautaire ou faudrait-il respecter la règle du cas par cas?

58. Rappelons que nous ne croyons pas qu'il soit nécessaire d'imposer des exigences de bénévolat. Nous avons toutefois proposé ci-haut un modèle comprenant quatre catégories fondées sur la taille du marché.

Nous sommes d'avis qu'il s'agirait d'exigences minimales acceptables pour la programmation produite par des bénévoles. Si de telles exigences étaient imposées, les stations continueraient à faire appel à des bénévoles dans une variété de domaines et seraient encouragées à surpasser les seuils établis pour la programmation, en fonction de leurs besoins particuliers.

59. Nous avons proposé une ventilation plus détaillée dans la gamme de population de 0 à 100 000 habitants que celle fournie dans l'étude de CONNECTUS. En effet, nos recherches et nos consultations avec les stations indiquent que les stations qui desservent les collectivités les moins peuplées ont plus de difficulté à recruter des bénévoles, particulièrement en matière de programmation, que les stations dont les collectivités ont une population au milieu ou au sommet de la gamme.

60. La firme CONNECTUS fait également la distinction entre les stations diffusant dans des collectivités de 100 000 à 999 999 personnes et les stations dont les collectivités comptent 1 000 000 d'habitants et plus. Nos propres recherches viennent étayer les conclusions de CONNECTUS : les stations de ces deux catégories bénéficient généralement d'une participation bénévole plus importante que les stations des catégories inférieures. Étant donné que nous proposons des normes minimales que les stations pourraient surpasser si elles le souhaitent, il serait suffisant d'établir une seule catégorie pour les collectivités de 100 000 habitants et plus.

61. Nous croyons que cette proposition correspond bien à la capacité de recrutement de bénévoles des stations de campus et communautaires, et qu'elle éviterait au Conseil d'avoir affaire à plus de 140 stations de manière individuelle.

14. Si le Conseil en venait à imposer des exigences de bénévolat, devrait-il se fonder sur les revenus des stations? Si oui, comment?

62. Le rapport de la firme CONNECTUS soutient que « les revenus semblent avoir peu d'incidence sur le nombre de bénévoles par station, sauf pour l'échelle des revenus les moins élevés ». Cette conclusion correspond à nos recherches et à nos observations. Elle souligne une fois de plus que la taille du marché est le facteur le plus important en matière de participation de bénévoles aux activités d'une station.

63. Les stations ayant les revenus les plus faibles évoluent généralement dans de petits marchés. Ces stations ont un double problème, car elles ont accès à un nombre peu élevé de bénévoles potentiels, et elles disposent de peu de ressources pour leur offrir du soutien. Voilà notamment pourquoi nous avons proposé qu'aucune exigence de bénévolat ne s'applique à la programmation de ces stations. Malgré cela, chacune de ces stations compte sur des bénévoles pour sa programmation et ses autres activités.

64. Nous croyons également que la diminution du nombre de bénévoles au sein des stations ayant des revenus supérieurs à 750 000 \$ s'explique par le fait que quelques stations dans des marchés de petite taille ont des revenus élevés. Par exemple, la station CKRO-FM de Pokemouche (Nouveau-Brunswick) dessert une population de 59 000 francophones, compte 64 bénévoles et génère des revenus annuels de 1,4 million de dollars. Ces données indiquent encore une fois que la taille du marché est le facteur le plus déterminant de la capacité de recrutement de bénévoles.

15. Si le Conseil devait imposer des exigences de bénévolat, celles-ci devraient-elles se baser sur la taille des marchés que desservent ces stations (selon le dernier recensement)?

65. Oui. Si le Conseil décidait d'imposer des exigences de bénévolat, il devrait se fonder sur la taille du marché. La taille du marché d'une station devrait être déterminée à l'aide des données du dernier recensement, et comprendre la population qui reçoit le signal de la station dans un rayon maximal de 50 km (distance au-delà de laquelle il n'est pas réaliste de penser que des bénévoles puissent participer aux activités de la station). La taille du marché d'une station desservant une communauté de langue officielle en situation minoritaire devrait se fonder sur le nombre de personnes ayant la langue de diffusion comme langue maternelle.

16. Les définitions de tailles de marché ci-dessus conviennent-elles pour définir la capacité des stations à engager des bénévoles?

66. Non. Les définitions utilisées dans l'étude de CONNECTUS sont des catégories trop larges pour les stations exploitées dans un marché de moins de 100 000 personnes. Cette approche est particulièrement désavantageuse pour les stations exploitées dans les collectivités de moins de 10 000 personnes. Ces stations ont accès à un bassin moins important de bénévoles potentiels que les autres stations; elles ont des revenus moins élevés que les autres stations et elles comptent peu ou pas d'employés.

67. Nous avons proposé ci-haut un modèle comprenant quatre catégories fondées sur la taille du marché. Nous sommes d'avis qu'il s'agirait d'exigences minimales acceptables pour la programmation produite par des bénévoles. Si de telles exigences étaient imposées, les stations continueraient à faire appel à des bénévoles dans une variété de domaines et seraient encouragées à surpasser les seuils établis pour la programmation, en fonction de leurs besoins particuliers.

Martin Bougie, directeur général, ARCQ
François Coté, secrétaire général, ARC du Canada
Shelley Robinson, directrice générale, ANREC