



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Gaston Jorré
Commissaire intérimaire de la concurrence
Bureau de la concurrence

Observations présentées au
Comité sénatorial permanent des transports et des communications
Audience sur la situation actuelle de l'industrie des médias du Canada,
les tendances émergentes et les nouveautés observées dans cette
industrie, le rôle, les droits et les responsabilités des médias dans la
société canadienne et les futures politiques y ayant trait.

Le 23 septembre 2003

Vérifier au moment de l'allocation

Canada



Introduction

Bon après-midi, Madame la Présidente et membres du Comité.
C'est avec plaisir que je vous rencontre aujourd'hui.

À titre de commissaire intérimaire de la concurrence, je me réjouis d'avoir l'occasion de participer au processus de consultation publique que vous entreprenez dans le cadre d'une étude sur la situation actuelle de l'industrie des médias du Canada.

Aujourd'hui, je vous parlerai d'abord du Bureau de la concurrence, de notre rôle et de nos responsabilités. Je traiterai ensuite des questions précises sur lesquelles le Comité souhaite entendre mon point de vue.

Aperçu de la *Loi sur la concurrence* et du Bureau de la concurrence

Comme vous le savez, en tant que commissaire intérimaire de la concurrence, il m'incombe particulièrement de veiller au maintien et à l'accroissement de la concurrence sur le marché canadien. Le personnel du Bureau détient une vaste expertise dans l'évaluation des questions liées à la concurrence. Nous avons la responsabilité d'appliquer une *Loi sur la concurrence* moderne et efficace, et d'agir à titre de défenseurs de la concurrence.

Nous veillons à ce que le Canada ait un marché concurrentiel et à ce que toutes les Canadiennes et tous les Canadiens profitent des avantages de prix concurrentiels, d'un choix de produits et de services de qualité.

Mise en application de la *Loi sur la concurrence* dans l'industrie des médias

J'aimerais faire quelques commentaires sur la façon dont la *Loi sur la concurrence* est appliquée dans l'industrie des médias. Puisque la *Loi sur la concurrence* est une loi d'application générale qui régit toutes les entreprises au Canada, elle ne contient pas de dispositions qui s'appliquent particulièrement à la radiodiffusion, aux télécommunications, aux journaux ni à d'autres médias. La *Loi sur la concurrence* est essentiellement une loi économique. Lorsque nous l'appliquons à des cas précis, nous le faisons au moyen d'un cadre analytique commun à tous les produits et services. En mettant en application la loi, nous examinons soigneusement la structure de l'industrie, le milieu dans lequel l'industrie exerce ses activités et les marchés auxquels sont destinés ses produits.

Sur la plupart des marchés, le produit vendu directement au consommateur final est le plus important. Mais sur les marchés des médias, ce sont les annonceurs, et non pas les consommateurs finals, qui sont les principaux acteurs du point de vue de la politique de la concurrence.

Les cas traités jusqu'à maintenant ont illustré l'importance du rôle que jouent les marchés des médias en procurant un public aux annonceurs. Ces marchés de la publicité peuvent être locaux ou nationaux, selon la situation. Nous avons découvert qu'en raison de leurs différentes caractéristiques, les journaux, la radio et la télévision servent souvent des marchés différents dans le domaine de la publicité.

Lorsqu'il y a acquisition ou fusion, nous définissons d'abord les marchés, puis, dans le cadre d'un examen fondé sur les dispositions relatives aux fusions **de la *Loi sur la concurrence*** (article 92), nous considérons l'effet probable sur l'économie de tout accroissement de la concentration sur les marchés pertinents.

Selon ces dispositions, le critère clé consiste à déterminer si la transaction proposée empêchera ou diminuera sensiblement la concurrence. En de telles circonstances, la transaction pourra être contestée devant le Tribunal de la concurrence.

Comme nous le faisons pour tout autre marché, nous examinons chaque aspect d'une transaction lié à la concurrence : prix, qualité, choix de produits. Nous mettons cependant l'accent sur les marchés de la publicité parce qu'ils représentent la principale source de revenus.

La concentration globale des médias et la diversité des voix sont aussi concernées. Par exemple, si une acquisition entraîne la fusion de propriétaires de journaux dans différentes villes, et si la publicité est destinée au marché local, l'acquisition ne diminuera pas la concurrence de façon substantielle. De façon similaire, la fusion d'une station de télévision et d'un journal dans la même ville à la suite d'une acquisition ne posera pas de problème important si l'on détermine que les marchés de la publicité de la station et du journal sont distincts.

Il y a des situations où nos efforts peuvent favoriser indirectement la diversité. Par exemple, dans le cadre de notre examen de la récente transaction *Astral*, nous avons soulevé des problèmes concurrentiels en vertu de la *Loi sur la concurrence*. La mesure correctrice, qui visait à apaiser **nos** préoccupations quant à la concurrence, a également eu pour effet de promouvoir la diversité de la propriété sur cinq marchés de la radio.

Madame la Présidente, comme vous pouvez le constater, la *Loi sur la concurrence* n'est pas conçue pour traiter de la question de la « diversité des voix ». Dans certains cas, la « diversité des voix » peut découler indirectement du maintien de la concurrence, notre objectif essentiel.

Le rôle de défenseur du Bureau dans l'industrie des médias

Madame la Présidente, jusqu'à maintenant, je m'en suis tenu à l'application technique de la *Loi sur la concurrence*. Toutefois, il est aussi de mon devoir d'agir comme défenseur de la concurrence au Canada. Et il est évidemment essentiel d'offrir des choix pour assurer la concurrence.

La culture canadienne est carrément fondée sur un gouvernement démocratique, lequel doit pouvoir compter sur une diversité de voix pour être à la hauteur de ses idéaux. Pour favoriser une telle diversité, il faut une variété d'organes d'information, de propriétaires, y compris diverses formes de propriété, ainsi que de produits médiatiques.

Il semble que les témoins entendus lors de ces audiences ont exprimé une vaste gamme d'opinions sur la diversité offerte actuellement dans les médias. Certains ont chanté les louanges des nouvelles technologies comme Internet, et d'autres se sont montrés préoccupés par le nombre de Canadiens qui en tirent profit. Le Bureau de la concurrence croit fermement que les consommatrices et les consommateurs doivent bénéficier d'un meilleur choix. Un plus grand nombre de propriétaires d'organes médiatiques peut permettre d'offrir un plus grand choix aux consommateurs, surtout si les différents propriétaires ont différents objectifs. En encourageant les diverses formes de propriété, on peut également promouvoir plusieurs objectifs.

Néanmoins, l'arrivée d'un seul propriétaire qui a un seul et unique objectif peut parfois amener une gamme de produits plus vaste que l'arrivée de plusieurs propriétaires qui tendent tous vers des objectifs très semblables. Par exemple, des stations radio universitaires et d'autres organes médiatiques sans but lucratif produisent souvent des émissions qui sont bien différentes de celles produites par les médias plus conventionnels.

Bon nombre des idées proposées par d'autres témoins pourraient permettre de promouvoir la diversité, comme la suggestion d'assouplir les restrictions appliquées à la propriété étrangère. En tant que défenseur de la concurrence au Canada, j'encourage le Comité à examiner ces possibilités.

Le Bureau de la concurrence et le lien avec le CRTC

Bien entendu, le Bureau de la concurrence n'est pas le seul à s'intéresser à l'industrie des médias. La *Loi sur la concurrence* et la *Loi sur la radiodiffusion* régissent l'industrie de la radio et de la télévision. Je crois que le CRTC doit comparaître devant ce Comité le 25 septembre. J'aimerais commenter brièvement le lien qui existe entre le CRTC et nous.

En 1999, le Bureau de la concurrence et le CRTC ont signé un protocole d'entente qui décrit les pouvoirs détenus par le CRTC en vertu de la *Loi sur les télécommunications* et de la *Loi sur la radiodiffusion*, de même que les pouvoirs du Bureau en ce qui a trait aux secteurs des télécommunications et de la radiodiffusion. Le document de liaison traite de divers enjeux relatifs à la concurrence, dont l'accès, l'examen des fusions, les moyens pour préserver la concurrence et différentes pratiques commerciales. Le document traite exclusivement d'enjeux relatifs à la concurrence.

Le Comité du patrimoine a recommandé de clarifier les rôles du Bureau et du CRTC en ce qui concerne la radiodiffusion. Nous aimerions une telle révision.

Nous croyons qu'il est important pour la démocratie d'assurer la diversité des voix. En tant que défenseur de la concurrence, je crois qu'il est important de pouvoir choisir entre une variété de produits pour qu'une telle diversité puisse subsister. Je crois toutefois que cet enjeu est plus culturel qu'économique, et c'est pour cette raison qu'il constitue un complément logique au mandat du CRTC, dans le but de préserver et d'enrichir la culture canadienne. Pour obtenir un cadre stratégique efficace,

le Bureau de la concurrence et le CRTC doivent tous deux jouer des rôles de premier plan, mais qui sont tout à fait différents. Le double défi consiste à permettre aux forces de la concurrence de s'exercer sur le marché en leur évitant d'être contrariées inutilement par des règlements, tout en s'assurant que les activités de réglementation atteignent leurs principaux objectifs.

Conclusion

Madame la Présidente, en tant que commissaire intérimaire de la concurrence, je ne peux aborder qu'une partie des importants enjeux dont s'occupe votre comité. Néanmoins, Madame la Présidente, j'aimerais ajouter en terminant que tandis que votre comité s'intéresse à des questions générales relatives à la concentration des médias, la Loi n'autorise pas le commissaire à faire des enquêtes concernant de telles questions. Le Bureau de la concurrence propose de lui accorder un tel pouvoir dans un document de travail préparé récemment qui propose un certain nombre de modifications à la *Loi sur la concurrence*. Ce document est présentement en discussion. Je suis enchanté d'avoir eu l'occasion de m'adresser à vous. C'est avec plaisir que je répondrai à vos questions.