



# Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

## Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant  
le 31 mars 2000

Canada

## **Présentation améliorée des rapports au Parlement**

### **Document pilote**

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commenant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le *Rapport sur le rendement* met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2000

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

N° de catalogue BT31-4/29-2000

ISBN 0-660-61423-5



## Avant-propos

Le 24 avril 1997, la Chambre des communes a adopté une motion afin de répartir, dans le cadre d'un projet pilote, la *Partie III du Budget principal des dépenses* pour chaque ministère ou organisme en deux documents, soit le *Rapport sur les plans et les priorités* déposé au printemps et le *Rapport ministériel sur le rendement* déposé à l'automne.

Cette décision découle des engagements pris par le gouvernement d'améliorer l'information fournie au Parlement sur la gestion des dépenses. Cette démarche vise à mieux cibler les résultats, à rendre plus transparente l'information fournie et à moderniser la préparation de cette information.

Cette année, la série de rapports sur le rendement d'automne comprend 83 rapports ministériels sur le rendement ainsi que le rapport annuel du Président intitulé *Une gestion axée sur les résultats – 2000*.

Ce *Rapport ministériel sur le rendement*, qui couvre la période se terminant le 31 mars 2000, porte sur une responsabilisation axée sur les résultats en signalant les réalisations par rapport aux attentes en matière de rendement et aux engagements en matière de résultats énoncés dans le *Rapport sur les plans et priorités* pour 1999-00 déposé au Parlement au printemps de 1999.

Il faut, dans le contexte d'une gestion axée sur les résultats, préciser les résultats de programme prévus, élaborer des indicateurs pertinents pour démontrer le rendement, perfectionner la capacité de générer de l'information et soumettre un rapport équilibré sur les réalisations. Gérer en fonction des résultats et en rendre compte nécessitent un travail soutenu dans toute l'administration fédérale.

Le gouvernement continue de perfectionner les systèmes de gestion ainsi que le cadre de gestion sur le rendement. Le perfectionnement découle de l'expérience acquise, les utilisateurs fournissant au fur et à mesure des précisions sur leurs besoins en information. Les rapports sur le rendement et leur utilisation continueront de faire l'objet d'un suivi pour s'assurer qu'ils répondent aux besoins actuels et en évolution du Parlement.

Ce rapport peut être consulté par voie électronique sur le site Internet du Secrétariat du Conseil du Trésor à l'adresse suivante : <http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp>

Les observations ou les questions peuvent être adressées au gestionnaire du site Internet du SCT ou à l'organisme suivant:

Secteur de la planification, du rendement et des rapports  
Secrétariat du Conseil du Trésor  
L'Esplanade Laurier  
Ottawa (Ontario) Canada K1A 0R5  
Téléphone : (613) 957-7167  
Télécopieur : (613) 957-7044

# Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

---

## Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant  
le 31 mars, 2000

---

Sheila Copps  
Ministre du Patrimoine canadien



# Table des matières

---

Sommaire exécutif .....	iii
<b>PARTIE I : MESSAGES 1</b>	
Message de la ministre .....	1
Message de la Présidente .....	3
<b>PARTIE II : RENDEMENT DU CRTC 5</b>	
Contexte socio-économique .....	7
Attentes en matière de rendement et tableau des principaux engagements en matière de résultats .....	10
Réalizations en matière de rendement .....	11
Présentation de l'information financière .....	31
<b>PARTIE III: RENDEMENT FINANCIER 33</b>	
Aperçu du rendement financier .....	35
Tableaux financiers .....	36
<b>PARTIE IV : APERÇU DU CRTC 43</b>	
Mandat, vision et mission .....	45
Cadre de fonctionnement .....	46
<b>PARTIE V : RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES 51</b>	
Personnes ressources .....	53
Lois appliquées et règlements connexes .....	55
<b>ANNEXE 57</b>	
Annexe A : Avis publics, décisions et ordonnances choisis .....	59
Index .....	63



## Sommaire exécutif

---

- Les mesures prises par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) se sont révélées avantageuses pour les Canadiens. Le Conseil a vu à ce que les Canadiens aient accès à des émissions reflétant la diversité de leurs voix et de leurs valeurs. Il continuera à faire en sorte que la concurrence devienne une réalité pour les Canadiens, augmentant ainsi grandement le choix de services et de fournisseurs de communications.
- L'accès au contenu connaît une croissance exponentielle avec la numérisation complète des divers signaux. Le défi que le CRTC est appelé à relever consiste, entre autres, à garantir une présence canadienne dans un environnement numérique sans frontière. Il a créé un cadre qui facilitera la transition de la distribution analogique au mode plus ouvert de la distribution numérique. Cela devrait permettre à une présence numérique canadienne de s'installer tout en offrant aux consommateurs canadiens l'accès aux meilleures émissions au monde.
- Le CRTC a encouragé la présence d'entreprises canadiennes et la mise en valeur de talents canadiens dans les médias de communications, en misant sur le succès de ces entreprises et créateurs. Notamment, le Conseil a élaboré pour la télévision canadienne un nouveau cadre qui devrait offrir plus de flexibilité aux télédiffuseurs, plus de débouchés aux producteurs indépendants et un choix plus vaste aux téléspectateurs. Avec le renouvellement des licences de la SRC-CBC, le CRTC a reconnu la contribution cruciale que la Société apporte à l'identité des Canadiens.
- Les Canadiens commencent déjà à profiter de la concurrence dans les services de télécommunications, comme des prix raisonnables et une vaste gamme de fournisseurs de services téléphoniques dans le marché de l'interurbain. Bien que la concurrence dans les services locaux n'en soit qu'à ses débuts, on peut noter des progrès. Le CRTC continuera à se pencher sur ces questions, en collaboration avec les intervenants de l'industrie, les associations de consommateurs et les groupes d'intérêt public.
- Le Canada est réputé comme l'un des pays les plus branchés au monde. Bien que le CRTC continuera la transition vers la concurrence par une réglementation efficace et efficiente, il n'en cessera pas pour autant d'étendre et d'améliorer le service téléphonique pour tous les Canadiens, notamment ceux qui vivent dans des régions rurales et isolées.



- Enfin, le CRTC a adopté une démarche de réglementation proactive, en élaborant et en mettant en œuvre des nouveaux modèles de règlement des différends et de collaboration avec les Canadiens, les intervenants de l'industrie et les consommateurs.
  
- Dans l'ensemble, les décisions et les actions du CRTC ont contribué de façon importante aux priorités gouvernementales<sup>1</sup>, soit, au renforcement de l'unité du pays, à la création d'une économie dynamique, à bâtir des collectivités plus fortes et à élargir le rôle du Canada dans le monde. Nos décisions ont : a) encouragé l'infrastructure culturelle canadienne, par le soutien au contenu canadien, à l'expression culturelle, à l'utilisation des nouveaux médias, à la diversité culturelle et à la promotion des talents canadiens dans le monde entier; b) encouragé les entreprises de radiodiffusion qui soutiennent les nouveaux Canadiens à s'adapter la vie au Canada; et c) avancé l'épanouissement de l'infrastructure de la société d'information, en s'assurant que tous les Canadiens aient accès à des services de télécommunications, notamment les services qui "branchent les Canadiens entre eux" et qui les mettent "en ligne" à l'Internet.

---

<sup>1</sup> Telles que définies dans le Discours du Trône d'octobre 1999.

# Partie I :

# Messages

---





Ce Rapport de rendement découle des engagements pris par le CRTC dans son *Rapport sur les plans et les priorités* de 1999-2000. Les résultats témoignent aussi de la contribution du CRTC aux priorités communes du Portefeuille du Patrimoine canadien.

Le Conseil a vu à ce que les Canadiens et les Canadiennes aient accès à des émissions reflétant la diversité de leurs voix et de leurs valeurs. Il continuera à faire en sorte que la concurrence devienne une réalité pour la population canadienne, augmentant ainsi grandement le choix de services et de fournisseurs de communications.

Au Portefeuille du Patrimoine canadien, nous poursuivons un objectif national commun. Nous aidons à mettre de l'avant la culture canadienne dans une ère de mondialisation. Nous offrons aux Canadiens et aux Canadiennes des possibilités de connaître et de comprendre davantage leur pays et leurs compatriotes. Nous protégeons aussi le patrimoine naturel et culturel du Canada au profit des générations actuelles et futures.

Il en tient à nous tous, individuellement et collectivement, d'entretenir la diversité si caractéristique de l'identité canadienne.

La contribution du Portefeuille du Patrimoine canadien reflète la diversité de nos valeurs canadiennes et de notre patrimoine.

Sheila Copps

Canada<sup>131</sup>

## **Le Portefeuille du Patrimoine canadien**

Ministère du Patrimoine canadien  
Agence Parcs Canada  
Archives nationales du Canada  
Bibliothèque nationale du Canada  
Centre national des Arts  
Commission de la capitale nationale  
Commission des champs de bataille nationaux  
Condition féminine Canada  
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
Conseil des Arts du Canada  
Fondation canadienne des relations raciales  
Musée canadien de la nature  
Musée canadien des civilisations  
Musée des beaux-arts du Canada  
Musée des sciences et de la technologie du Canada  
Office national du film  
Société de développement de l'industrie cinématographie canadienne (Téléfilm Canada)  
Société Radio-Canada

## Message de la Présidente

---



Il y a trois ans, le CRTC a élaboré sa Vision, celle d'un pays doté de «communications de classe mondiale avec une présence canadienne distinctive». Aujourd'hui, je suis fière de constater que, dans la poursuite de cette Vision, nous avons atteint les objectifs que nous nous étions fixés pour notre premier plan stratégique triennal, et ce, en trente mois. Ce faisant, nous avons adopté une approche innovatrice et avant-gardiste dans la réglementation, comme l'a d'ailleurs reconnu l'Institut de l'administration publique du Canada en décernant au CRTC le prix d'or pour gestion innovatrice, dans le cadre de notre Comité directeur sur l'interconnexion.

Nous avons connu beaucoup de succès, grâce aux précieuses contributions des Canadiens et des Canadiennes qui ont eu leur mot à dire dans le façonnement de l'avenir des communications canadiennes. Y ont notamment contribué des intervenants de l'industrie, des groupes et associations de consommateurs et des membres du grand public. Ensemble, nous continuerons à bâtir des assises solides pour le secteur canadien des communications de l'avenir.

Le CRTC a à cœur les intérêts de la population canadienne, qui jouit désormais de meilleures émissions qui reflètent la dualité linguistique et la diversité culturelle du Canada. Elle a aussi accès à une gamme de plus en plus vaste de services de communications, à prix raisonnables.

Comme l'élan vers la convergence, l'ouverture à la concurrence est une œuvre encore inachevée. Il faut que l'une et l'autre se déploient dans leur pleine mesure pour que les Canadiens en retirent tous les bénéfices. Comme au cours de la dernière année, le CRTC s'y emploie avec énergie et détermination. C'est une transformation qui demande de la ténacité et dont les effets se font graduellement sentir.

L'avenir nous réserve des défis aussi nombreux qu'inédits, notamment l'explosion des nouveaux médias et des services de communications dans un environnement convergent et numérique ainsi que la restructuration et la mondialisation accélérées des industries. Ces défis, nous les aborderons avec enthousiasme dans le cadre de notre deuxième cycle de planification. Nous poursuivrons alors l'épanouissement d'un secteur canadien des communications de classe mondiale, qui continuera de servir au mieux les générations futures.

Françoise Bertrand  
Présidente  
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes



# **Partie II : Rendement du CRTC**

---





## Contexte socio-économique

---

### Objectifs

Les objectifs du CRTC sont :

- de réglementer et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*; et
- de réglementer les télécommunications au Canada en vue de mettre en œuvre la politique énoncée dans la *Loi sur les télécommunications*.

### Priorités stratégiques

Le CRTC :

- optimisera la présence des entreprises et des talents canadiens dans les médias de communication (analogiques et numériques), par la mise en œuvre des politiques réglementaires, l'examen des acquisitions et des fusions des entreprises, l'octroi et le renouvellement des licences, la certification du contenu canadien et le contrôle de la conformité;
- encouragera l'offre de services de communication qui reflètent les valeurs canadiennes, entre autres, celles de dualité linguistique, diversité culturelle, et qui répondent aux besoins des consommateurs;
- encouragera l'offre d'un large éventail de services de communication (analogiques et numériques), de choix de programmation d'ici et d'ailleurs;
- garantira aux Canadiens l'accès à un grand éventail de services et de fournisseurs de communication, par la mise en œuvre de l'accès aux infrastructures;
- fera de la concurrence une réalité pour les Canadiens, grâce à des mécanismes équitables de la perception de la contribution, entre autres;
- assurera une transition vers la concurrence par une réglementation efficace et efficiente, en examinant, entre autres, le régime de plafonnement des prix et en réglementant les tarifs lorsque l'intérêt public n'est pas rencontré;
- garantira aux Canadiens résidant en zones éloignées et rurales l'accès à des services de communication de qualité à des tarifs raisonnables en adoptant un encadrement réglementaire simplifié pour les petites compagnies de télécommunication;
- continuera à élaborer des cadres réglementaires et réglementera lorsque l'intérêt public n'est pas servi dans le contexte concurrentiel; et

- assumera les nouvelles responsabilités législatives, mettant ainsi en œuvre les modifications à la *Loi sur les télécommunications*.

## **Facteurs socio-économiques**

### ***Changements technologiques, mondialisation et enjeux socio-culturels***

Les industries des communications évoluent dans des marchés où la démesure est courante : nécessité d'énormes investissements, concurrence débridée à l'échelle du globe, fragilité de l'innovation, attentes financières sans limite, pérennité vacillante de certaines entreprises. Les entreprises sont dans un flux constant, répondant aux nouvelles technologies et aux demandes des consommateurs. Pour le consommateur, le risque prend la forme des choix qu'il doit faire dans les produits et services qui s'offrent à lui ou encore dans les enjeux que l'Internet et le commerce électronique soulèvent.

La mondialisation a entraîné une plus grande consolidation et concentration de la propriété d'entreprises de communications. Les industries élargissent leur rayonnement géographique au moyen d'alliances mondiales. La convergence et l'intégration d'entreprises prennent la forme de fusions et de diversifications et les médias franchissent maintenant des frontières jusque-là bien délimitées. Ces changements amènent de nouvelles questions pour les consommateurs, que cela soit sur le plan de la diversité des voix, l'accès équitable aux systèmes de distribution, la présence de contenu local et l'accès à un choix accru de produits et de services.

### ***Convergence et concurrence***

La concurrence s'est implantée dans les marchés canadiens des communications ces dernières années, et elle a fortement accru le choix de services de communications et de fournisseurs de services pour les Canadiens. La transition d'une industrie monopolistique à une industrie compétitive suscite néanmoins des nouveaux défis, eu égard aux mutations profondes d'un environnement des communications de plus en plus complexe et à une économie d'information en pleine évolution. Le rôle du régulateur demeure essentiel avec l'introduction de nouveaux cadres réglementaires, et étant donné le besoin de réagir rapidement dans la résolution de questions telles que l'interconnexion et l'accès aux infrastructures.

Comme l'élan vers la convergence, l'ouverture à la concurrence est une œuvre encore inachevée. Il faut que l'une et l'autre prennent toute leur envergure dans un proche futur pour que les Canadiens puissent en retirer tous les bénéfices. La convergence, issue de la technologie numérique,

c'est le rapprochement des secteurs des télécommunications, de la radiodiffusion et de l'informatique. Avec la numérisation intégrale des différents signaux, l'accès aux contenus connaît une croissance exponentielle. Par ailleurs, l'information numérisée permet la création de nouveaux produits et services hybrides combinant la voix, les données, le texte et/ou les images, soit les produits multi-médias. Non seulement cette nouvelle plate-forme d'interaction permet un accès à l'information beaucoup plus grand qu'auparavant, mais elle influence aussi l'environnement commercial, institutionnel, social et culturel de la population canadienne.

Établir, dans un univers de plus en plus compétitif et convergent, l'équilibre entre les objectifs culturels, sociaux et économiques, c'est le défi continu du CRTC. C'est, entre autres, de faire respecter les objectifs culturels dans un environnement numérique sans frontières, tout en trouvant des réponses adaptées à notre temps. C'est aussi de faire la promotion d'une juste concurrence. Il est essentiel de noter que le libre jeu du marché ne saurait à lui seul atteindre tous les objectifs d'intérêt public de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*. Bien que les impératifs sociaux et les garanties pour les consommateurs occupent déjà une place fondamentale dans nos lois et nos politiques de réglementation, ces enjeux – soit entre autres, l'accessibilité des services de communication à travers le Canada – joueront un rôle de plus en plus important au fur et à mesure que la concurrence s'implantera.

## Attentes en matière de rendement et tableau des principaux engagements en matière de résultats

*L'assurance que les communications canadiennes contribuent de manière juste et équitable à la prospérité économique, sociale et culturelle du Canada grâce à la réglementation, à la surveillance et au dialogue public.*

	Pour fournir aux Canadiennes et aux Canadiennes :	Qui se manifeste par :	Réalisations rapportées aux pages :
La pluralité des voix canadiennes	1. Une place pour les voix canadiennes dans les communications nationales et, donc, mondiales	a. le contenu reflète la dualité culturelle et les valeurs sociales du Canada;	13, 14, 15, 17, 18
		b. le contenu canadien est présent dans les services de communications;	11, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Des choix variés pour les Canadiens	2. Un vaste choix de services de communications grâce à des industries de communications concurrentielles	c. la programmation reflète les voix nationales, régionales et communautaires;	15, 16, 18
		d. la programmation met en valeur les talents créateurs canadiens;	12, 16
		e. les investissements dans la création de contenu sonore et vidéo canadien sont importants.	11, 12
		a. les industries des communications canadiennes sont concurrentielles;	20, 22
		b. un vaste éventail de services de communications canadiens est offert;	14, 15, 19, 20, 22
Servir les Canadiens	3. Crédibilité et valeur du processus de gouvernance	c. des services de communications fiables, de haute qualité, répondant aux besoins des consommateurs et aux valeurs sociales;	22, 26, 27
		d. un noyau de services de communications à des prix raisonnables;	25, 26
		e. l'infrastructure des communications est novatrice et appuie les services de communications en pleine évolution.	22, 25
		a. les décisions sont justes et équitables;	28
Soutien		b. des processus de collaboration sont établis avec un grand nombre d'intervenants;	28, 29
		c. le CRTC se caractérise par le travail d'équipe, la confiance, l'ouverture d'esprit, la fierté et le respect;	30
		d. les mesures (processus et services) sont efficaces, efficientes, opportunes et claires.	28, 29

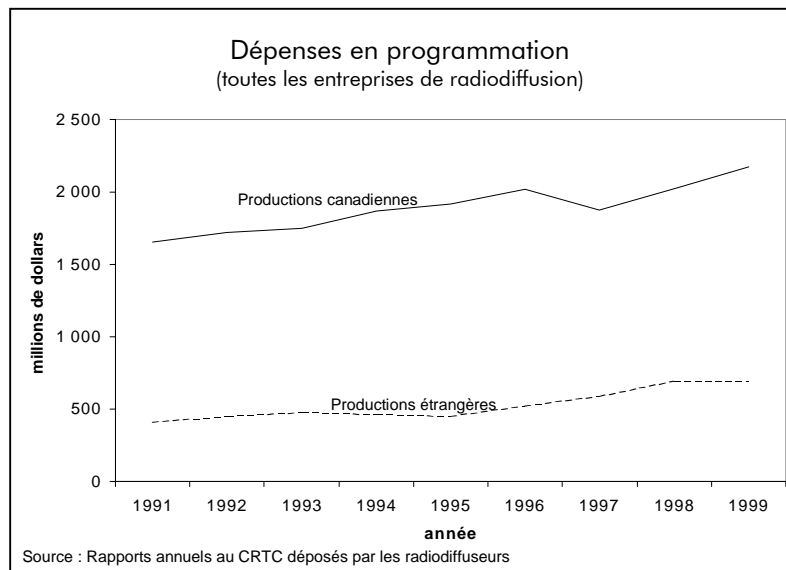
**Nota :** Les engagements en matière de résultats sont numérotés pour faire le lien avec les réalisations présentées ci-après. Notez que les chiffres soit, 1a, 2a, seront placés près des titres des réalisations.

## Réalisations en matière de rendement

---

### La pluralité des voix canadiennes

#### *Les politiques et les règlements du CRTC encouragent le contenu canadien*



Résultats  
1 b, e

Les règlements du CRTC ont, grâce à divers mécanismes, contribué à la présence de contenu canadien à la télévision et à la radio. Ces mécanismes sont notamment les exigences en matière de contenu, les conditions de licence relatives aux investissements dans des émissions canadiennes ainsi que les avantages tangibles des transferts de propriété pour la production canadienne.

Les règlements du CRTC renferment des exigences spéciales relatives à la diffusion d'émissions canadiennes. En 1999 :

- Les *stations de télévision conventionnelles* ont diffusé au total 567 493 heures d'émissions canadiennes au cours de la journée de radiodiffusion, soit 68 % de toutes les heures de télévision au cours de cette période. Ce pourcentage dépasse l'exigence de 60 % que le Conseil a imposée pour la journée de radiodiffusion, ce qui témoigne de l'engagement que l'industrie a pris d'offrir du contenu canadien.
- Dans le cas des *services spécialisés*, les exigences varient de 30 % à 100 %.
- Pour la *radio*, l'exigence en matière de contenu canadien s'établit à 35 %. Une exigence particulière s'applique aux radiodiffuseurs de

langue française, dont 65 % de la musique doit être de langue française.

Grâce aux exigences du CRTC, les investissements dans des émissions canadiennes augmentent constamment. En 1999, les dépenses au titre des émissions canadiennes ont totalisé 2 170 millions de dollars.

- La croissance des dépenses au titre des émissions canadiennes s'est établie à 297 millions de dollars de 1997 à 1999.
- Les investissements dans les émissions canadiennes ont, en moyenne, été de trois fois supérieurs à ceux qui ont été consacrés aux émissions étrangères de 1991 à 1999.

Les conditions de licence comprennent des exigences en matière d'investissements dans des émissions canadiennes<sup>2</sup> pour la télévision. En outre, tous les distributeurs, à l'exception des titulaires de la classe 3, doivent contribuer au moins 3 % de leurs recettes brutes à un fonds de production indépendant. De ce pourcentage, 80 % doit être versé au fonds canadien de la télévision, assurant ainsi un financement efficace et stable destiné à appuyer la production d'émissions canadiennes distinctives. D'autres facteurs contribuent à la disponibilité d'émissions canadiennes, notamment les diverses sources de financement public accessibles aux radiodiffuseurs publics et privés ainsi qu'aux maisons de production de films pour la télévision.

Enfin, dans le cas de transferts de propriété, une part importante des avantages tangibles doit être consacrée aux productions canadiennes. Par exemple, les avantages tangibles de la transaction CTV/Netstar se sont établis à 35 millions de dollars, ceux de la transaction Canwest/WIC, à 84 millions de dollars et ceux de la transaction Astral/Radiomutuel, à 24 millions de dollars.

### ***Les règles relatives au contenu favorisent les talents canadiens***

- Résultats  
1 d, e
- Les règles relatives au contenu canadien ont créé une demande pour des émissions canadiennes qui a aidé l'industrie canadienne à perfectionner davantage ses compétences et ses talents. Par exemple :
- Les dépenses des titulaires de services de télévision payante et spécialisée et des titulaires privés au titre de la production

---

<sup>2</sup> Dans le cadre de la nouvelle politique sur la télévision, à partir de septembre 2000 ou au moment des renouvellements de licences, les groupes à stations multiples seront plutôt autorisés à s'engager à diffuser huit heures d'émissions prioritaires par semaine, aux heures de grande écoute. Les émissions prioritaires comprennent les documentaires de longue durée, les magazines de divertissement, les émissions régionales de toutes les catégories (sauf les nouvelles et les sports), en plus des catégories actuelles – les dramatiques, les émissions de musique et de danse et les émissions de variétés.

indépendante canadienne sont passées de 123 millions de dollars en 1993 à 276 millions de dollars en 1999, une hausse de 124 %.

- Les titulaires de télévision privée conventionnelle ont, en 1999, consacré 97 millions de dollars à l'acquisition d'émissions indépendantes.
- Les télédiffuseurs canadiens ont presque triplé leurs dépenses au titre de l'élaboration de scénarios et de concepts, passant de 4,3 millions de dollars en 1997 à 11,7 millions de dollars en 1999.
- Les titulaires de radio canadiens ont contribué 2,18 millions de dollars en 1999 au développement des talents canadiens, une hausse de 21 % depuis 1996.

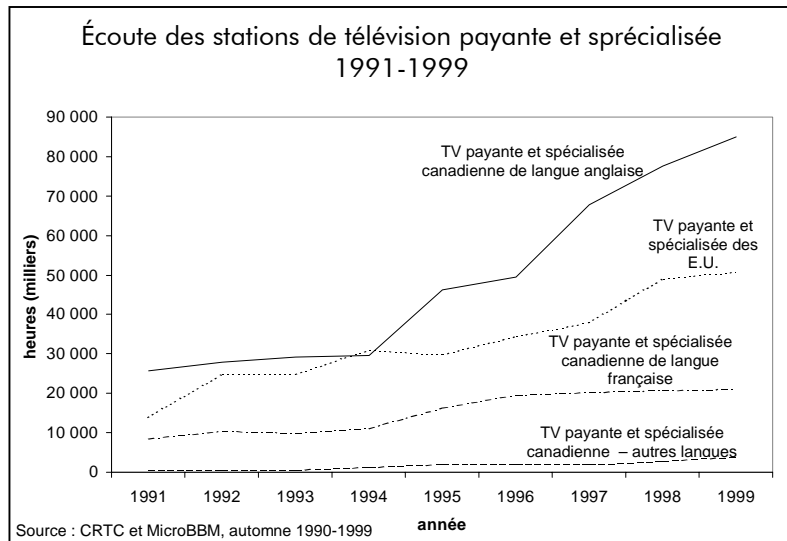
### ***La télévision canadienne: un véritable succès***

Résultats  
1 a, b

Les productions canadiennes obtiennent constamment une part de plus en plus importante de l'écoute totale depuis plusieurs années, ce qui révèle que les téléspectateurs jugent intéressantes les émissions qui reflètent leurs valeurs. De 1991 à 1999, le pourcentage de l'écoute d'émissions canadiennes par rapport à l'écoute totale a augmenté de 39,5 % à 43,8 % pour la télévision de langue anglaise et de 73,6 % à 77,6 % pour la télévision de langue française.

On a aussi constaté une forte demande d'émissions offertes par les stations de télévision payante et spécialisée par comparaison aux stations de télévision conventionnelle, dont les auditoires baissent. En 1996, les Canadiens ont regardé près de 50 millions d'heures d'émissions payantes et spécialisées canadiennes de langue anglaise. Ce pourcentage a fortement augmenté à près de 85 millions d'heures en 1999, pour une croissance moyenne d'environ 11 millions d'heures par année. La demande pour les émissions offertes par les stations de télévision payante et spécialisée canadiennes de langue anglaise a dépassé les 72 % de 1996 à 1999.





### Vers le monde numérique

Résultats  
1 a, b  
2 b

La capacité analogique au Canada est presque totalement utilisée. L'industrie se tourne vers la distribution numérique dont la capacité, plus grande, permettra d'offrir de nouveaux services canadiens.

« Ce cadre facilitera le déploiement d'une présence numérique canadienne, tout en rendant la meilleure programmation au monde accessible aux consommateurs canadiens. »

*Françoise Bertrand, présidente du CRTC,  
13 janvier 2000*

Le CRTC a adopté des lignes directrices relatives à la distribution numérique de services de télévision payante et spécialisée. Le nouveau cadre vise à assurer la transition entre le monde analogique traditionnel et celui, plus ouvert et plus concurrentiel, de la distribution numérique. Le nouveau cadre d'attribution de licences fera en sorte que le CRTC soit en mesure d'atteindre, dans l'univers numérique, les objectifs de programmation canadienne établis par la *Loi sur la radiodiffusion*. Il tient aussi compte des statistiques sur l'indice d'écoute, qui démontre que les téléspectateurs sont très attachés aux émissions canadiennes diffusées sur les canaux spécialisés.

Le CRTC examine actuellement 452 demandes de nouveaux services numériques, dont 446 pour des services de télévision payante et spécialisée. Il envisage deux catégories de licences dans le cadre de cette instance :

- Les titulaires de licences de *catégorie 1* démontreront un solide engagement à l'égard de l'élaboration, de la diversité et de la distribution d'émissions canadiennes. Elles offriront progressivement

jusqu'à 50 % de contenu canadien d'ici la dernière année d'application de leurs licences. Le Conseil autorisera environ 20 services de catégorie 1 sur une base concurrentielle d'un service par genre. Les distributeurs canadiens qui utilisent la technique numérique seront tenus de distribuer les services de catégorie 1 qui conviennent à leurs marchés.

- Les licences de *catégorie 2* visent à encourager un choix plus vaste de services de programmation en mode numérique pour les Canadiens. Étant donné que certains services seront disposés à prendre le risque d'être lancés sur une base numérique seulement, le Conseil autorisera un nombre illimité de services de catégorie 2 en libre concurrence, pourvu qu'ils remplissent des critères de base, comme un minimum de 35 % de contenu canadien et ne pas livrer concurrence à une titulaire de catégorie 1 ou à un service de télévision payante ou spécialisée en place. Les distributeurs ne seront pas tenus de distribuer les licences de catégorie 2, sauf lorsqu'ils détiennent une participation dans celles-ci.

### **Le CRTC ne réglementera pas l'Internet**

Résultats  
1 b, 2 b

Après un examen approfondi de l'état des nouveaux médias au Canada et de leur potentiel national et mondial, le CRTC a conclu que les services de nouveaux médias atteignent les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* et que, sans réglementation, cette industrie est dynamique, hautement concurrentielle et se taille une place enviable dans le marché.

« Le CRTC est le premier organisme de réglementation au monde à préciser sa position à l'égard d'Internet. »  
*Françoise Bertrand,*  
*présidente du CRTC,*  
*17 mai 1999*

Le CRTC a également conclu que la plus grande partie de l'information sur Internet est alphanumérique et, donc, exclue de la définition de radiodiffusion. Toutefois, bien que certains produits et services sonores et visuels transmis sur Internet correspondent bien à la définition de radiodiffusion, ils seront exemptés de la réglementation car le Conseil est convaincu que l'autorisation de ces services ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique de la radiodiffusion au Canada.

### **La SRC offre une présence canadienne distinctive**

Résultats  
1 a, b, c

Le CRTC a renouvelé pour une période de sept ans les licences radio et télévision des réseaux de langues française et anglaise de la Société Radio-Canada (SRC-CBC), de ses 22 stations de télévision affiliées et de ses services spécialisés le Réseau de l'information et CBC Newsworld.

C'est en se fondant à la fois sur le mandat législatif de la Société, sur la multitude de témoignages recueillis au cours des consultations tenues le printemps dernier dans 11 villes canadiennes et lors de l'audience publique de mai et juin derniers, ainsi que sur les engagements pris par la titulaire elle-même, que le CRTC a élaboré sa décision. Le CRTC a reconnu qu'à titre d'institution publique, la SRC est un précurseur et un modèle à suivre dans de nombreux domaines. Par exemple, la radio de la SRC-CBC constitue pour de nombreux Canadiens un aspect crucial du service du radiodiffuseur public. Elle offre un service incomparable qui se distingue nettement de celui des radiodiffuseurs commerciaux et elle a suscité chez les Canadiens un sentiment d'appartenance.

« La SRC joue un rôle unique et essentiel dans le système de radiodiffusion canadien. À l'aube du nouveau millénaire, elle devra mieux faire entendre la voix de tous les citoyens. »  
*Françoise Bertrand, présidente du CRTC,*  
 6 janvier 2000

Comme points saillants de la décision, la SRC-CBC devrait :

- rester un radiodiffuseur d'intérêt général;
- accorder la priorité aux services de radio et de télévision de base actuels;
- offrir aux heures de grande écoute un plus grand nombre d'émissions provenant de toutes les régions du pays;
- offrir un meilleur équilibre entre les genres d'émissions;
- rester un pionnier dans le domaine des émissions pour enfants;
- conserver une radio sans publicité;
- continuer de jouer un rôle de chef de file en matière de diversité culturelle et de valeurs sociales;
- encourager la production et la diffusion de productions canadiennes indépendantes.

### ***Un nouveau cadre pour la télévision canadienne***

Résultats  
 1 b, c, d

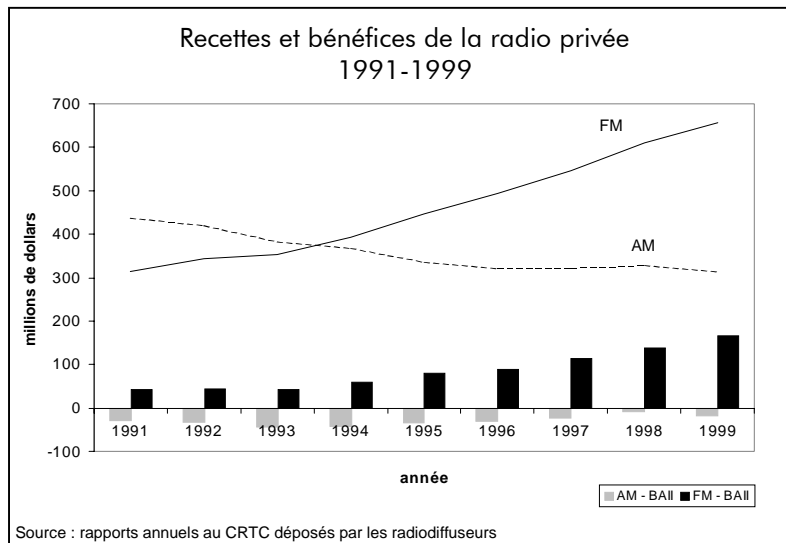
Le CRTC a achevé son premier grand examen de la politique sur la télévision canadienne en 15 ans. La nouvelle politique offre plus de flexibilité aux télédiffuseurs, plus de débouchés aux producteurs indépendants et plus de choix aux téléspectateurs, grâce à une simplification des exigences actuelles, à l'adoption de lignes directrices souples visant à stimuler la production canadienne et à encourager nos vedettes, comme on le fait au Québec, ainsi qu'à la promotion des ventes à l'étranger.

La structure de l'industrie de la télévision a grandement changé. Les courbes de propriété se sont nettement orientées vers la création de groupes de stations. Certains des groupes, comme CTV et Global, ont rejoint des auditoires partout au pays, tandis que d'autres, comme Craig, CHUM et TQS, desservent des auditoires régionaux. Conscient de cette

réalité, CRTC examinera désormais en même temps les renouvellements de licences de toutes les stations appartenant au même groupe, ce qui permettra à chacun de soumettre un plan stratégique d'ensemble pour toutes ses stations. Par souci d'équité, les conditions de licence seront les mêmes pour les gros radiodiffuseurs.

La nouvelle politique encourage aussi une plus grande diversité dans la programmation et une plus grande souplesse aux radiodiffuseurs pour ce qui est de décider quel type d'émissions ils offriront.

### Changements dans le secteur de la radio



Résultats  
1 a, b

L'industrie de la radio a subi des changements considérables au cours des 10 dernières années, avec des différences marquées entre la radio AM et la radio FM. La radio AM a subi une forte baisse de recettes et de bénéfices (-28 % et -42 % respectivement), tandis que le secteur FM a connu beaucoup de succès (108 % et 300 %). La situation financière de la radio AM s'est récemment améliorée.

Le rythme des fusions, consolidations et concentrations de la propriété dans le secteur de la radio s'est accéléré depuis l'adoption de la politique sur la radio de 1997. Cette politique, dont les objectifs sont à la fois culturels et économiques, visait à créer une conjoncture qui favorisera la consolidation de l'industrie, tout en relevant la norme pour le contenu musical de langue française et le contenu canadien dans son ensemble.

### ***Des émissions plus diversifiées et bilingues à la télévision***

Résultats  
1 a, b, c

Quatre nouveaux services spécialisés de langue française ont été lancés au début de 2000. Ces quatre nouveaux canaux (Canal Z, Canal Historia, Canal Évasion et Canal D) viennent s'ajouter aux 11 autres services spécialisés de langue française que le CRTC a approuvés depuis 1987, rééquilibrant ainsi progressivement l'alignement des services spécialisés de langue française par rapport aux services spécialisés de langue anglaise.

À la suite de son rapport au gouverneur en conseil, le CRTC a lancé un appel de demandes de licences et tenu une audience publique et il rendra d'ici peu une décision concernant la création d'un service national de télévision spécialisée de langue française axé sur les arts.

### ***Des changements aux politiques ethniques et communautaires***

Résultats  
1 a, c

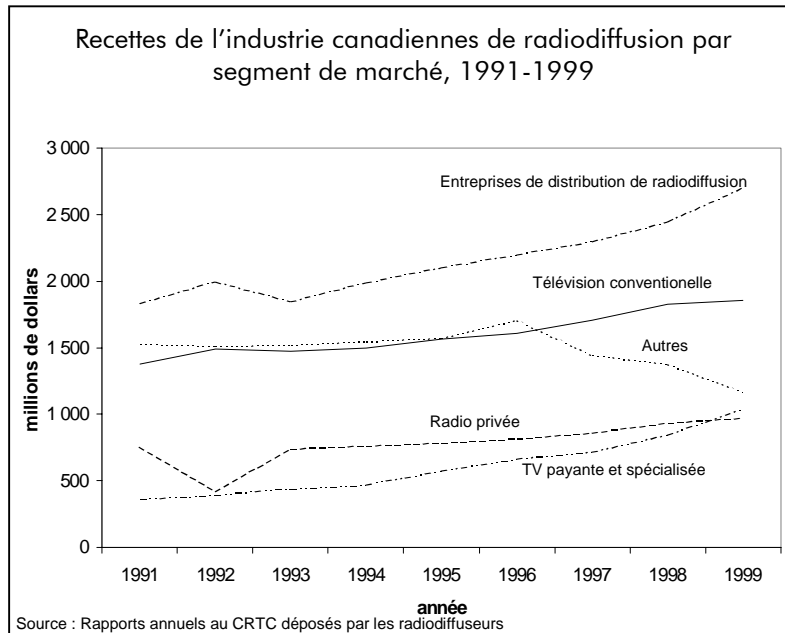
L'examen de la politique sur la radiodiffusion à caractère ethnique a révélé que la mise en œuvre de cette politique a donné une plus grande diversité au système de radiodiffusion grâce à l'arrivée d'un grand nombre de nouvelles stations de radiodiffusion. De nombreux participants à l'examen ont souligné combien ces stations étaient précieuses pour eux, leurs familles, leurs collectivités, ainsi que pour leur intégration réussie dans la société canadienne. Les changements comprennent des règles plus simples. Il sera aussi plus facile pour les stations conventionnelles de produire des émissions à caractère ethnique en français ou en anglais si elles le désirent.

Après une série de consultations partout au pays, le CRTC a révisé ses politiques relatives à la radio de campus et communautaire. Il s'agissait notamment de simplifier le processus de réglementation, tout en s'assurant que ces stations continuent à offrir des émissions pertinentes aux collectivités qu'elles desservent. Dans le cas des stations de campus, la politique réitère leur rôle de fournir des émissions distinctes qui sont différentes de celles des stations de radio commerciales et de la SRC-CBC.

## Des choix variés pour les Canadiens

### Un secteur des communications dynamique

#### Radiodiffusion



Nota :

*Entreprises de distribution* : câble, DTH, Star Choice, ExpressVu et MDS.

*Autres entreprises* : CBC-SRC, autres entreprises à but non lucratif et réseaux.

Résultat  
2 b

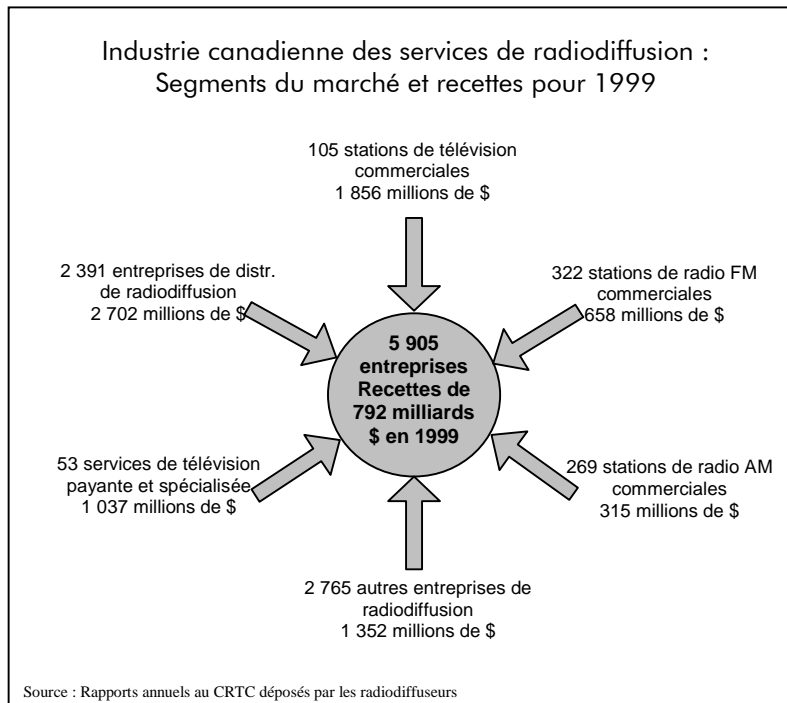
Les politiques et les mesures d'attribution de licences ont encouragé les industries à offrir un vaste éventail de services de communications aux Canadiens. Elles ont aussi permis au secteur de la radiodiffusion de prospérer au cours des dix dernières années. La principale exception à cette tendance a été la radiodiffusion publique, dont les recettes et les bénéfices baissent constamment depuis 1996.

Le secteur de la radiodiffusion privée a connu une forte croissance depuis 1991. Voici des exemples de son récent rendement financier :

- Les recettes des télédiffuseurs conventionnels se sont établies à 1 856 millions de dollars en 1999 et leurs bénéfices, à 282 millions de dollars. De 1996 à 1999, les recettes ont augmenté de 16 % et les bénéfices, de 32 %.
- Les recettes de la télévision payante et spécialisée se sont établies à 1 037 millions de dollars et à 150 millions de dollars respectivement en 1999. Les recettes ont augmenté de 56 % et les bénéfices, de 52 %, au cours de la même période.

- Enfin, les entreprises de distribution de radiodiffusion, avec des recettes de plus de 2,7 milliards de dollars (montant net des paiements d'affiliation), ont connu un taux annuel moyen de croissance de près de 7 % de 1996 à 1999 pour l'ensemble des services, tandis que les recettes du service de base se sont accrues de 2 % par année.

Le graphique ci-dessous donne un aperçu de l'industrie de la radiodiffusion.



**Nota :**

Entreprises de distribution de radiodiffusion : câble, SRD, Star Choice, ExpressVu et SDM  
Autres entreprises de radiodiffusion : SRC-CBC, autres entreprises sans but lucratif et réseaux

## Télécommunications

Résultats  
2 a, b

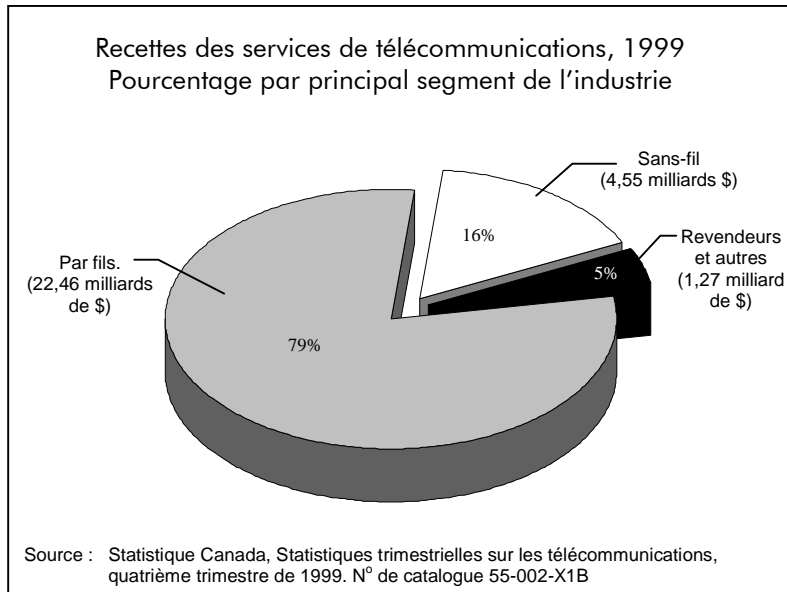
Les télécommunications sont un élément crucial de l'économie de l'information et l'une des industries qui évoluent le plus rapidement au Canada. Les Canadiens, les consommateurs, les entreprises ainsi que les organisations sans but lucratif ont accès à toute une gamme de services de télécommunications. Il s'agit notamment des services par fils locaux et interurbains, des services cellulaires analogiques et numériques, des services de communications personnelles et des services commutés et réservés donnant accès à Internet.

Le marché des télécommunications compte divers intervenants :

- Les compagnies titulaires sont les fournisseurs de services téléphoniques locaux et interurbains, Bell Canada, TELUS

Communications (B.C.) Inc., Island Telecom Inc., MTS Communications Inc., Maritime Tel&Tel Ltd., NB Tel, NewTel Communications Inc., Norouestel, Québec-Téléphone et SaskTel<sup>3</sup> et environ 45 compagnies de téléphone indépendantes opérant principalement en Ontario et au Québec.

- Les nouveaux venus dans le marché des services téléphoniques sur ligne métallique comprennent tous les fournisseurs de services de télécommunications qui livrent concurrence aux entreprises de télécommunications titulaires dans divers marchés, comme Sprint Canada. Cette catégorie inclut les revendeurs.
- Les fournisseurs de services cellulaires et de communications personnelles conventionnels sans fil, comme Rogers Cantel, Mobilité Canada et Microcell Connexions Inc.
- Les entreprises de transmission par satellite outre-mer et nationaux.



**Nota :**  
L'activité principale des revendeurs est d'acheter une capacité d'accès et de réseau des propriétaires et exploitants de réseaux de télécommunications et de revendre des services de télécommunications à leurs clients. "Autres" comprennent l'industrie de la transmission par satellite et les entreprises qui fournissent des services de télécommunications non inclus dans les autres catégories, comme les exploitations de station radar.

En 1999, les recettes d'exploitation de l'industrie canadienne des services de télécommunications ont dépassé les 28 milliards de dollars :

- Le secteur des services de télécommunications par fils reste le plus important, avec des recettes de 22,5 milliards de dollars, soit 79 % des recettes totales.

<sup>3</sup> Le 30 juin 2000, SaskTel est devenue du ressort du CRTC qui adoptera pour elle un cadre de réglementation semblable à celui qui s'applique aux grandes compagnies de téléphone canadiennes. Le CRTC s'abstiendra de réglementer un grand nombre des services concurrentiels de SaskTel, comme les services interurbains et sans fil.

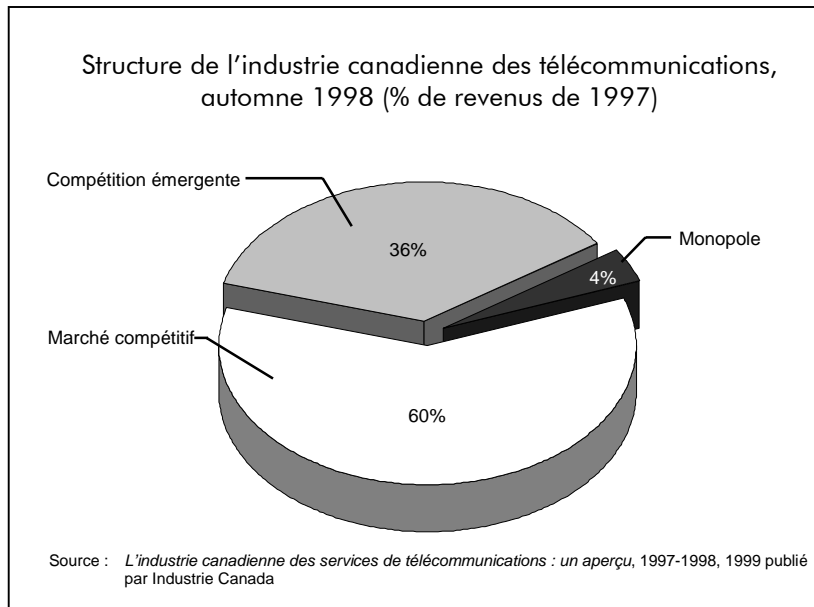


- Les fournisseurs de services sans fil viennent au deuxième rang avec des recettes de près de cinq milliards de dollars, soit 16 % des recettes totales, ce qui représente plus du double de la part de recettes déclarée il y a cinq ans.
- Le secteur de la revente, en voie d'établissement, a connu des recettes de près de 1,3 milliard de dollars, soit 5 % des recettes totales.

### *Vers la concurrence*

Résultats  
2 a, b,  
c, e

- Le CRTC a facilité l'évolution rapide de la concurrence dans les marchés canadiens des communications. Voici quelques points saillants :
- concurrence dans les radiocommunications mobiles, l'équipement téléphonique et la revente de lignes directes en 1980;
  - concurrence fondée sur les installations dans le marché des services téléphoniques publics interurbains en 1992;
  - accord de l'Organisation mondiale du commerce sur les services de télécommunications de base en 1997;
  - abstention de réglementation pour les services de lignes louées et les services interurbains des entreprises de télécommunications membres de Stentor en 1997;
  - établissement de règles relatives au service téléphonique local et d'un régime de plafonnement des prix en 1997;
  - attribution de licences aux compagnies de téléphone pour des essais de radiodiffusion multimédia en 1997, en vue de faciliter la convergence;
  - attribution de licences à des entreprises de distribution de radiodiffusion par systèmes de distribution multipoint concurrentes et à des services par satellite de radiodiffusion directe concurrentiels en 1997-1998;
  - concurrence dans les téléphones publics payants en 1998;
  - déréglementation des services de transmission par satellites fixes de Télésat en mai 1999.



**Nota :**

*Compétition émergente* : service local.

*Monopole* : services de transmission par satellite domestiques et Canada - E.-U., jusqu'au 1<sup>er</sup> mars 2000, quelques compagnies de téléphone indépendantes (statut de monopole en cours d'examen).

*Marché compétitif* : interurbain, sans fils, autres services de télécommunications (équipement, services Internet)

*Concurrence dans le service local* — La concurrence dans ce marché en est encore à ses débuts. La plupart des entreprises de services locaux concurrentes (ESLC) ciblent principalement les gens d'affaires comme clients. On compte actuellement 15 ESLC dûment inscrites et plus de 35 autres en voie de l'être. Le déploiement des ESLC est plus lent que prévu en 1997, notamment pour les motifs suivants :

- les questions relatives à la co-implantation. La mise en œuvre générale accuse des retards à cause de la clarification des règles, du règlement de litiges liés à la co-implantation et de lourds investissements dans l'infrastructure.
- il a fallu plus de temps que prévu pour s'entendre sur les règles et les dispositions d'entrée en concurrence. Ces questions sont en voie d'être réglées dans le cadre du Comité directeur sur l'interconnexion du CRTC (CDIC), un mécanisme continu de collaboration composé d'intervenants de l'industrie et de groupes de consommateurs et d'intérêt public.
- enfin, il existe d'importants obstacles pour les nouveaux venus qui veulent devenir des entreprises dotées d'installations. Ces obstacles ont trait aux servitudes et à l'accès aux immeubles.

*Services interurbains* — Le trafic interurbain canadien a augmenté de 12 % par année en moyenne depuis 1995. Les tarifs de l'interurbain au Canada ont radicalement chuté. Les consommateurs profitent désormais de blocs de services à prix raisonnables, comme un plan mensuel d'interurbain à tarif fixe offerts par plusieurs entreprises. Une partie de la

baisse des tarifs peut être attribuable à la concurrence ainsi qu'à une réduction importante des frais de transmission résultant d'améliorations à la technique des fibres optiques.

*Accès à Internet* — En 1999, le CRTC a ordonné aux câblodistributeurs d'offrir à rabais des services Internet haute vitesse aux autres fournisseurs de services Internet. Les Canadiens obtiendront ainsi un choix accru et les autres fournisseurs de services Internet pourront livrer concurrence dans le segment haute vitesse de ce marché.

*Servitudes, câblage intérieur et accès aux immeubles* — Le CRTC examine actuellement l'accès par Ledcor et les autres fournisseurs de services de communications aux propriétés municipales de Vancouver, aux fins de construire, d'entretenir et d'exploiter des lignes de transmission. Les principes élaborés au cours du processus pourraient être appliqués dans des situations similaires dans tout le Canada.

En outre, le CRTC a, dans le contexte du CDIC, élaboré avec le concours d'associations immobilières un code de déontologie pour l'accès des entreprises de télécommunications aux immeubles. Le code établit les lignes directrices à suivre lorsque des entreprises de services locaux demandent l'accès à un immeuble afin de fournir le service à ses locataires.

*Norouestel* — Le CRTC a tenu une instance publique exhaustive et il examine actuellement, entre autres choses, les modalités requises pour implanter une concurrence durable dans l'interurbain dans le territoire de Norouestel, ainsi que son cadre de réglementation.

*Indépendantes* — Le CRTC a mis en œuvre un régime qui améliore les conditions financières auxquelles les concurrents pourront accéder dans les territoires des compagnies indépendantes en Ontario et au Québec, en réduisant le montant qu'ils doivent verser aux indépendantes pour fournir l'interurbain dans ces marchés.

*Régime de contribution* — Le CRTC examine actuellement le régime de contribution. Dans la plupart des régions du Canada, le prix du service local de résidence de base est inférieur au prix coûtant. Des frais de contribution ont été imposés pour la première fois en 1992 avec l'avènement de la concurrence dans l'interurbain, pour faire en sorte qu'une source adéquate de subvention soit disponible pour maintenir le caractère abordable du service local dans les territoires des compagnies réglementées autrefois membres de Stentor. Le CRTC examine si le mécanisme de perception devrait être modifié ou remplacé à la lumière des conditions actuelles et prévues sur les plans de la technologie, des

marchés et de la concurrence, et le cas échéant, quel serait ce mécanisme et son fonctionnement.

*Autres décisions* — Enfin, le CRTC a publié d'autres décisions en vue de faciliter le développement de la concurrence dans les services locaux et interurbains. Ainsi, il a approuvé :

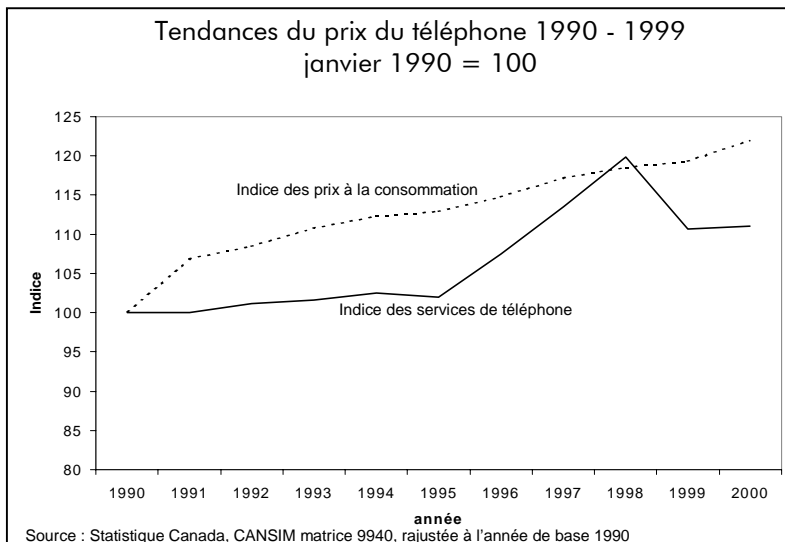
- des frais de service réduits par les fournisseurs concurrents de services locaux, en septembre 1999;
- un tarif réduit pour le service de raccordement direct, un service utilisé dans l'interurbain pour acheminer des appels interurbains de départ et d'arrivée, en mars 2000.

### **Les numéros de téléphone suffiront à la demande**

Résultat  
2 e

Avec le dépôt du projet de loi C-17, le CRTC a assumé la responsabilité administrative de la numérotation à l'échelle nationale, y compris la partie canadienne du Plan de numérotation nord-américain. Cette question devient cruciale, car la demande de numéros au Canada augmente à un rythme exponentiel par suite de l'expansion rapide des services de communications.

### **Un service de téléphone accessible et à prix raisonnable**



**Nota:**

L'indice de service de téléphone comprend le service local de base, les frais d'installation et de réparation, l'équipement de téléphone ainsi que les frais d'interurbain.

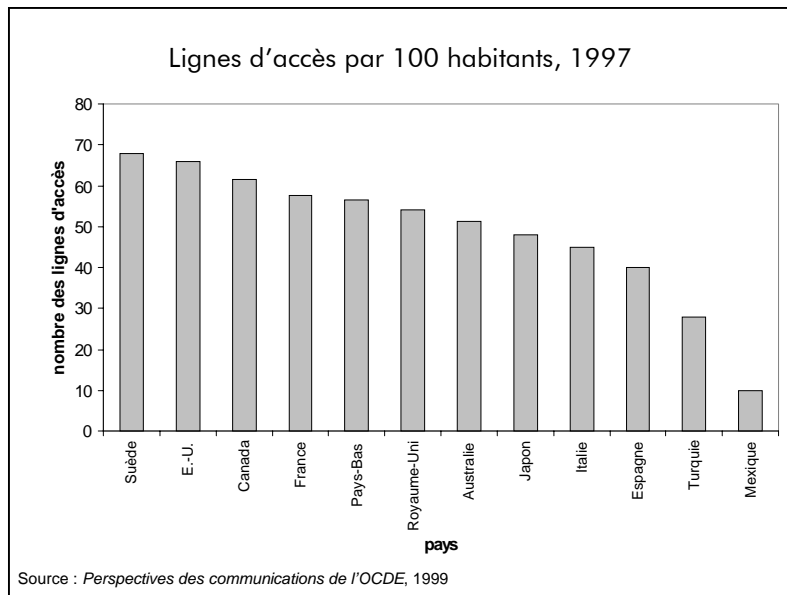
Résultat  
2 d

Au cours des dernières années, le taux de croissance du prix des services téléphoniques (voir ci-dessus) est généralement resté inférieur à celui de l'Indice des prix à la consommation. De plus, le taux de pénétration national du service téléphonique, un des éléments que le CRTC utilise pour surveiller l'abordabilité, dépasse les 98 % depuis quelques années.

Résultats  
2 c, d

*Un service téléphonique amélioré dans les zones de desserte à coût élevé* — Le Canada est considéré comme le pays le mieux raccordé au monde (voir le graphique ci-dessous concernant les lignes d'accès par 100 habitants). Avec près de 30 millions d'habitants, le Canada compte environ 18 millions de lignes téléphoniques d'accès, dont 99 % sont des lignes individuelles. De ce pourcentage, plus de 97 % de ces lignes peuvent accéder à Internet localement. Dans certaines régions rurales et éloignées et dans le Grand Nord, toutefois, le service téléphonique est inexistant ou doit être amélioré. Le CRTC a décidé d'étendre et d'améliorer le service téléphonique aux Canadiens dans les zones de desserte à coût élevé.

« Le CRTC a bon espoir que cette décision donnera à plus de Canadiens accès à l'économie axée sur les connaissances de l'avenir... Elle s'inscrit dans la même veine que le programme de connectivité du gouvernement et aidera un plus grand nombre de Canadiens à entrer dans l'ère de l'information. »  
Françoise Bertrand,  
présidente du CRTC,  
19 octobre 1999



Le nouveau cadre mettra l'accent sur ce qui suit :

- offrir à tous les Canadiens un service téléphonique de base qui comprend la capacité de se raccorder sans frais à Internet
- exiger que les compagnies de téléphone présentent des plans d'amélioration tout en maintenant leur obligation d'offrir le service;
- relever les défis qui sont uniques à Norouestel.

Le service téléphonique de base aux Canadiens correspond à celui qui est actuellement accessible à la plupart des Canadiens :

- le service de ligne individuelle Touch-Tone avec accès local à Internet;

- l'accès aux fonctions spécifiques évoluées, y compris le 9-1-1, le service de relais téléphonique pour les malentendants et des fonctions de protection de la vie privée;
- l'accès aux services de téléphonistes et d'assistance-annuaire
- l'accès au réseau interurbain; et
- un exemplaire du plus récent annuaire téléphonique local.

### **Le CRTC répond aux besoins des consommateurs**

Résultat  
2 c

- Le CRTC a ordonné à NewTel de s'assurer que ses abonnés ont accès à des services d'urgence sans problème de congestion.
- Les fournisseurs de services de téléphones payants doivent respecter les normes du CRTC et les garanties pour les consommateurs, notamment la fourniture du service 9-1-1 sans monnaie/carte d'appel et l'accessibilité des téléphones pour les personnes handicapées.
- Les compagnies de téléphone doivent présenter au CRTC des rapports trimestriels portant sur 16 indicateurs de la qualité du service. Ces normes permettent au CRTC de mieux travailler avec les compagnies de téléphone pour que celles-ci apportent des correctifs, le cas échéant. Le CRTC a établi trois nouveaux indicateurs de la qualité du service, notamment la vitesse et l'exactitude de l'assistance-annuaire et le nombre de plaintes non résolues dans un délai de 10 jours ouvrables.
- Les abonnés qui annulent leurs services sont protégés contre des mesures de marketing agressives, car le Conseil a imposé aux câblodistributeurs titulaires des restrictions les empêchant pour 90 jours de faire du marketing direct auprès des abonnés.
- Enfin, les abonnés du câble des gros câblodistributeurs (comptant plus de 6 000 abonnés) disposent désormais de 30 jours pour présenter au CRTC des observations sur des projets de majorations du tarif mensuel du service de câble de base avant que le CRTC ne rende une décision à cet égard.

« Pour que les Canadiens profitent d'un environnement de la radiodiffusion vraiment concurrentiel, le Conseil doit imposer des règles qui encouragent et soutiennent la concurrence. »

*Françoise Bertrand,  
présidente du CRTC,  
1<sup>er</sup> avril 1999*

## Le service aux Canadiens: la saine gouvernance

Résultat 3 a	<p>Le CRTC :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ s'est engagé à satisfaire les exigences et les désirs souvent divergents du public et à atteindre les objectifs de l'intérêt public avec efficacité et efficience;</li><li>▪ accorde une attention particulière à l'amélioration du processus public, de manière à assurer l'engagement réel des citoyens et un dialogue productif avec de nombreux partenaires;</li><li>▪ fait en sorte que ses pratiques et ses méthodes soient transparentes, exhaustives, axées sur les résultats, efficaces, rapides et conformes aux procédures établies.</li></ul> <p>Une liste des décisions, avis publics et ordonnances d'importance publiés au cours des 18 derniers mois se trouve à l'annexe A.</p>	En 1999-2000, aucune décision n'a été renversée par les tribunaux pour des motifs d'équité.
-----------------	---	---

## L'IAPC reconnaît le caractère innovateur et proactif du CDIC

Résultats 3 b, d	L'Institut d'administration publique du Canada (IAPC) a reconnu le caractère innovateur et proactif de la réglementation du CRTC en lui décernant le prix d'or pour gestion innovatrice dans le cadre du Comité directeur sur l'interconnexion du CRTC (CDIC).
---------------------	--

Afin de créer un environnement propice à la mise en œuvre de la concurrence dans la téléphonie locale au Canada, le CRTC a mis sur pied le CDIC, qui est une alternative aux processus publics très structurés et parfois lourds. Le CDIC est reconnu mondialement pour avoir mis le Canada à la fine pointe de la mise en œuvre de la concurrence téléphonique locale. Le Comité regroupe des entreprises de télécommunications concurrentes, des spécialistes de l'industrie et des groupes d'intérêt public en vue de trouver, par la collaboration, des solutions à des questions techniques difficiles et parfois litigieuses relatives à la concurrence dans la téléphonie locale au Canada.

Le CDIC s'est révélé efficient, efficace et mieux axé sur notre environnement concurrentiel. En fin de compte, les consommateurs profitent de l'accès plus rapide des services téléphoniques locaux dans le marché.

Compte tenu du succès que le CDIC a connu avec les questions de télécommunications, le CRTC a aussi commencé à s'en servir pour les questions de distribution de radiodiffusion.

## Autres méthodes de règlement des différends

Résultats  
3 b, d

En 1999-2000, le Conseil a utilisé d'autres méthodes de règlement des différends pour mieux régler les litiges soulevés par diverses parties dans un marché concurrentiel. Ces méthodes visent à offrir un moyen souple et efficace de cerner rapidement les questions, préciser les faits pertinents requis pour les régler et trouver des solutions adéquates.

Le Conseil a élaboré un cadre de procédures de règlement des différends en vue d'accélérer davantage le processus. Il existe trois modèles de base qu'il est possible d'adapter ou de combiner en fonction d'une situation donnée.

Le premier modèle, le *règlement de différends assisté par le personnel du CRTC*, permet au personnel, habituellement en accord avec les parties, de choisir parmi les procédures offertes. Dans ce modèle, le personnel du CRTC peut jouer un rôle de facilitateur, de médiateur ou d'arbitre dont la décision est non exécutoire, pour aider les parties à éviter les impasses dans des cas de litiges qui ne requièrent pas une décision du CRTC.

Le deuxième modèle, le *règlement des différends par consensus*, fait appel à la participation de représentants de l'ensemble de l'industrie et d'autres parties intéressées au sein d'un groupe de travail. Ce modèle a pour principal objectif d'examiner une question, d'établir les faits et de proposer une solution dans un rapport unanime qui serait ensuite soumis au Conseil pour fins d'approbation.

La troisième option, une *décision accélérée du CRTC*, est considérée comme le modèle du dernier recours. On s'en servira uniquement une fois que toutes les autres solutions auraient été épuisées sans succès. Pour que le CRTC agisse selon ce modèle, le différend devrait être bilatéral ou viser seulement un nombre restreint de parties et des questions d'interprétation ou d'application d'une décision, d'une politique ou d'un règlement existant du Conseil.

## Le traitement des demandes sera accéléré

Résultat  
3 d

Le caractère opportun des décisions du CRTC influe directement sur les décisions des entreprises et le public. Dans un environnement fortement concurrentiel, la capacité du CRTC de réagir rapidement et efficacement aux demandes et requêtes constitue un élément clé d'un secteur canadien des communications solide et florissant. Comme la complexité des demandes varie énormément, il est en est de même du temps qu'il faut consacrer à rendre des décisions à leur égard.

Une modification aux Règles de procédure du CRTC visant à raccourcir le délai de traitement des demandes est actuellement à l'étude. Il est proposé



de ramener de 50 à 30 jours le préavis minimum avant qu'une demande fasse l'objet d'une audience publique. Cette proposition donnerait encore plus de souplesse et permettrait au Conseil de réduire le temps de traitement de certaines demandes, en particulier celles qu'il n'est pas nécessaire de traiter par voie de comparution à une audience publique et de nombreuses demandes relatives à la propriété.

### **Des effectifs diversifiés**

Résultat 3 c Le CRTC est le premier organisme fédéral à satisfaire les exigences de la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, comme en fait foi une vérification menée par la Commission canadienne des droits de la personne.

## Présentation de l'information financière

---

### La pluralité des voix canadiennes (millions de dollars)

Dépenses prévues	18,7
<b>Autorisations totales</b>	<b>20,1</b>
Dépenses réelles 1999-2000	20,1

### Des choix variés pour les Canadiens (millions de dollars)

Dépenses prévues	16,6
<b>Autorisations totales</b>	<b>17,6</b>
Dépenses réelles 1999-2000	17,5

Note :

Les dépenses prévues identifiées dans le RPP sont de 35,5 millions de dollars (la pluralité des voix canadiennes, 18,3 millions de dollars, et des choix pour les Canadiens, 17 millions de dollars). Bien que le montant total dans ce tableau reste le même, la distribution entre voix et choix a été révisée (la pluralité des voix canadiennes, 18,7 millions de dollars, et des choix pour les Canadiens, 16,6 millions de dollars) afin d'assurer la cohérence du rapport des «autorisations» et «réelles» (des Comptes publics).



# **Partie III:**

# **Rendement financier**



## Aperçu du rendement financier

---

Au cours de la période de transition vers un environnement des communications plus intégré et un marché plus concurrentiel, la charge de travail du CRTC a fortement augmenté. Cela est attribuable à plusieurs facteurs, notamment l'élaboration et la mise en œuvre de cadres de concurrence, de vastes consultations publiques et de nouvelles responsabilités législatives. C'est pourquoi le Conseil du Trésor a approuvé des crédits non recouvrables<sup>4</sup> de 1,5 million de dollars pour un an, l'exercice 1999-2000, afin de tenir compte de hausses exceptionnelles de la charge de travail. Le Conseil du Trésor a approuvé<sup>5</sup> des crédits temporaires supplémentaires<sup>6</sup> pour la période de trois ans de 2000-2001 à 2002-2003. Par la suite, une fois que toutes les incidences de la concurrence se seront concrétisées, le CRTC prévoit que ses niveaux de ressources devraient commencer à baisser.

Dans un environnement des communications fortement concurrentiel, la capacité du CRTC de réagir rapidement et efficacement aux demandes et requêtes constitue un élément clé d'un secteur canadien des communications solide et florissant. Le CRTC s'est engagé à fournir des services en temps opportun et à utiliser ses ressources de manière efficiente. Il continuera d'examiner les cas où il serait possible de repenser les méthodes et de réaffecter les ressources afin d'améliorer la prestation de ses services. Cela se fera de manière ouverte et transparente et en collaboration avec le public et les payeurs de droits.

Par exemple, en août 1999, le CRTC a tenu deux tables rondes de consultation avec des membres des industries de la radiodiffusion et des télécommunications. Cette tribune a donné au CRTC l'occasion de prouver à ses payeurs de droits qu'il utilise ses ressources de manière efficiente. Il a également pu cerner des secteurs de sa prestation de services susceptibles d'amélioration. Plusieurs suggestions formulées à ces tables rondes ont déjà été mises en œuvre, notamment une révision des exigences du CRTC en matière de rapports en télécommunications, que le CRTC a faite en collaboration avec l'industrie, afin d'alléger la réglementation.

---

<sup>4</sup> Non recouvrables de l'industrie de la radiodiffusion ou des télécommunications. En 1999-2000, le CRTC a perçu un total de 96,7 millions de dollars en droits de licence de radiodiffusion et de 17,6 millions de dollars en droits de télécommunication.

<sup>5</sup> Sous réserve de l'approbation par le Parlement du Budget supplémentaire des dépenses pour 2000-2001.

<sup>6</sup> Les hausses approuvées s'établissent au total à 3,385 millions de dollars pour l'exercice 2000-2001, à 4,08 millions de dollars pour l'exercice 2001-2002 et à 2,975 millions de dollars pour l'exercice 2002-2003. Ces augmentations de ressources temporaires ne seront pas recouvrées de l'industrie de la radiodiffusion (droits de licence de radiodiffusion du CRTC – partie I) ou de l'industrie des télécommunications (droits de télécommunication du CRTC).

## Tableaux financiers

Table 1	Sommaire des crédits approuvés 1999-2000 (en millions de dollars)
Table 2	Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles par secteur d'activité
Table 3	Comparaison historique des dépenses prévues et des dépenses réelles par secteur d'activité
Table 4	Comparaison des dépenses prévues de 1999-2000 et des autorisations totales aux dépenses réelles par organisation et secteur d'activité
Table 5	Recettes disponibles par secteur d'activité
Table 6	Recettes non disponibles par secteur d'activité
Table 7	Passif éventuel

**Tableau 1 Sommaire des crédits approuvés 1999-2000  
(en millions de dollars)**

Crédit		1999-2000		
		Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
	<b>Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes</b>			
70	Dépenses du Programme	1,5	3,3	3,2
(S)	Contributions aux régimes d'avantages sociaux des employés	4,4	5,1	5,1
	<b>Total pour le CRTC</b>	<b>5,9</b>	<b>8,4</b>	<b>8,3</b>

**Tableau 2 Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles par secteur d'activité (en millions de dollars)**

Secteurs d'activité	ETP	Fonctionnement	Capital	Subventions et contributions votées	Total des dépenses brutes	Moins : Recettes disponibles	Total des dépenses nettes
<b>La pluralité des voix canadiennes</b>	<b>215</b>	<b>18,7</b>	-	-	<b>18,7</b>	<b>15,3</b>	<b>3,4</b>
(autorisations totales)	230	20,1	-	-	20,1	16,3	3,8
(réelles)	230	20,1	-	-	20,1	16,3	3,8
<b>Des choix variés pour les Canadiens</b>	<b>189</b>	<b>16,6</b>	-	-	<b>16,6</b>	<b>14,1</b>	<b>2,5</b>
(autorisations totales)	181	17,6	-	-	17,6	13,0	4,6
(réelles)	181	17,5	-	-	17,5	13,0	4,5
<b>Total</b>	<b>404</b>	<b>35,3</b>	-	-	<b>35,3</b>	<b>29,4</b>	<b>5,9</b>
(autorisations totales)	411	37,7	-	-	37,7	29,3	8,4
(réelles)	411	37,6	-	-	37,6	29,3	8,3
<b>Autres recettes et dépenses</b>							
<b>Recettes non disponibles</b>			-	-			<b>(80,8)</b>
(autorisations totales)			-	-			(85,0)
(réelles)			-	-			(85,0)
<b>Coût des services offerts par d'autres ministères</b>							<b>16,5</b>
(autorisations totales)							16,5
(réelles)							13,7
<b>Coût net du programme</b>							<b>(58,4)</b>
(autorisations totales)							(60,1)
(réelles)							(63,0)

Nota :

\* Les dépenses prévues identifiées dans le RPP sont de 35,5 millions de dollars (la pluralité des voix canadiennes, 18,3 millions de dollars, et des choix pour les Canadiens, 17 millions de dollars). Bien que le montant total dans ce tableau reste le même, la distribution entre voix et choix a été révisée (la pluralité des voix canadiennes, 18,7 millions de dollars, et des choix pour les Canadiens, 16,6 millions de dollars) afin d'assurer la cohérence du rapport des «autorisations» et «réelles» (des Comptes publics).



**Tableau 3 Comparaison historique des dépenses prévues et des dépenses réelles par secteur d'activité (en millions de dollars)**

Secteur d'activité	Dépenses réelles 1997-1998	Dépenses réelles 1998-1999	1999-2000		
			Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
La pluralité des voix canadiennes	17,4	19,1	18,7	20,1	20,1
Des choix variés pour les Canadiens	16,5	17,8	16,6	17,6	17,5
<b>Total</b>	<b>33,9</b>	<b>36,9</b>	<b>35,3</b>	<b>37,7</b>	<b>37,6</b>

**Tableau 4 Comparaison des dépenses prévues de 1999-2000 et des autorisations totales par rapport aux dépenses réelles par organisation et secteur d'activité (en millions de dollars)**

Organisation	Secteur d'activité		Totaux
	La pluralité des voix canadiennes	Des choix variés pour les Canadiens	
<b>Direction</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>	<b>2,8</b>
(autorisations totales)	1,5	1,5	3,0
(réelles)	1,5	1,5	3,0
<b>Directeur exécutif, télécommunications</b>	<b>0,1</b>	<b>6,2</b>	<b>6,3</b>
(autorisations totales)	0,2	6,6	6,8
(réelles)	0,2	6,5	6,7
<b>Directeur exécutif, radiodiffusion</b>	<b>8,2</b>	-	<b>8,2</b>
(autorisations totales)	8,9	-	8,9
(réelles)	8,9	-	8,9
<b>Contentieux</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>
(autorisations totales)	0,9	0,9	1,8
(réelles)	0,9	0,9	1,8
<b>Secrétariat et service à la clientèle</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>6,9</b>
(autorisations totales)	3,7	3,7	7,4
(réelles)	3,7	3,7	7,4
<b>Finance et services intégrés</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>5,8</b>
(autorisations totales)	3,0	3,0	6,0
(réelles)	3,0	3,0	6,0
<b>Ressources humaines</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>1,6</b>
(autorisations totales)	0,8	0,9	1,7
(réelles)	0,9	0,9	1,7
<b>Communications</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>2,0</b>
(autorisations totales)	1,1	1,0	2,1
(réelles)	1,1	1,0	2,1
<b>Total</b>	<b>18,7</b>	<b>16,6</b>	<b>35,3</b>
(autorisations totales)	20,1	17,6	37,7
(réelles)	20,1	17,5	37,6
<b>% du total</b>	<b>53,5</b>	<b>46,5</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 5 Recettes disponibles par secteur d'activité  
(en millions de dollars)**

Secteur d'activité	Recettes réelles 1997- 1998	Recettes réelles 1998- 1999	1999-2000		
			Recettes prévues	Autorisations totales	Recettes réelles
La pluralité des voix canadiennes*	14,9	15,5	15,3	16,3	16,3
Des choix variés pour les Canadiens**	14,3	13,8	14,1	13,0	13,0
<b>Total des recettes disponibles</b>	<b>29,2</b>	<b>29,3</b>	<b>29,4</b>	<b>29,3</b>	<b>29,3</b>

\* Droits de licence de radiodiffusion.  
\*\* Droits de télécommunication.

**Tableau 6 Recettes non disponible par secteur d'activité  
(en millions de dollars)**

Secteur d'activité	Recettes réelles 1997-98	Recettes réelles 1998-99	1999-2000		
			Recettes prévues	Autorisations totales	Recettes réelles
La pluralité des voix canadiennes*	70,1	75,0	76,9	80,4	80,4
Des choix variés pour les Canadiens**	3,8	4,3	3,9	4,6	4,6
<b>Total des recettes non disponibles</b>	<b>73,9</b>	<b>79,3</b>	<b>80,8</b>	<b>85,0</b>	<b>85,0</b>

\* Droits de licence de radiodiffusion.  
\*\* Droits de télécommunication.

**Tableau 7 Passif éventuel (en millions de dollars)**

	Au 31 mars 1998	Au 31 mars 1999	Courant au 31 mars 2000
Litiges	3,6	0	0
<b>Total</b>	<b>3,6</b>	<b>0</b>	<b>0*</b>

\* Nota : Un montant de 2 500 \$ a été identifié dans les comptes publics pour la période terminant le 31 mars 2000.

## Note d'explication

### Radiodiffusion

L'article 11 de la *Loi sur la radiodiffusion* habilite le Conseil à élaborer des règlements concernant les droits de licence. Conformément à cet article de la Loi, le Conseil a mis en œuvre le nouveau *Règlement sur les*

*droits de licence de radiodiffusion*, à partir du 1<sup>er</sup> avril 1997. Cette mesure faisait suite à une décision du Conseil du Trésor d'autoriser le CRTC à appliquer la méthode du crédit net à ses activités de réglementation de l'industrie de la radiodiffusion. Des fonds, sous la forme de recettes de droits de licence, sont désormais exigés le 1<sup>er</sup> avril de chaque année pour financer les dépenses de fonctionnement du CRTC liées à la réglementation de l'industrie de la radiodiffusion.

Le *Règlement sur les droits de licence de radiodiffusion* s'applique à tous les titulaires, à l'exception des catégories d'entreprises qui en sont expressément exemptées en vertu de l'article 2. Chaque titulaire visé doit verser chaque année au CRTC des droits de licence de la Partie I, échus le 1<sup>er</sup> avril, et des droits de licence de la Partie II, échus au plus tard le 30 novembre. Les droits de la Partie I sont fonction des frais de réglementation de la radiodiffusion que le CRTC et les autres ministères ou organismes engagent chaque année, à l'exclusion des frais de gestion du spectre, et ils sont égaux à la somme de ce qui suit :

- a) les frais de l'activité Radiodiffusion du CRTC;
- b) la part qui est attribuable à l'activité Radiodiffusion :
  - i. des frais des activités administratives du CRTC et
  - ii. des autres frais pris en compte pour en arriver au coût net du programme du CRTC, à l'exclusion des frais de réglementation du spectre de la radiodiffusion.

Un rajustement annuel aux droits de la Partie I est apporté pour faire correspondre les frais estimatifs aux dépenses réelles. Tous les droits excédentaires sont crédités aux titulaires dans la facture de l'année suivante, tandis que les déficits leur sont facturés. Les droits de la Partie II correspondent à 1,365 % des recettes brutes du titulaire en sus de la franchise applicable. Une partie des droits de la Partie II perçus par le CRTC est affectée aux dépenses d'Industrie Canada pour les services fournis dans le cadre de son activité Gestion du spectre et opérations régionales, notamment l'accréditation des entreprises de radiodiffusion, le programme d'inspection des entreprises de radiodiffusion et les enquêtes sur des plaintes de brouillage de signaux de radiodiffusion.

En 1999-2000, les entreprises de radiodiffusion ont payé 96,7 millions de dollars de droits (21,6 millions de dollars pour la Partie I et 75, 1 millions de dollars pour la Partie II).

### **Télécommunications**

Le *Règlement de 1995 sur les droits de télécommunication*, adopté en vertu de l'article 68 de la *Loi sur les télécommunications*, énonce la formule de perception des droits de télécommunication auprès des entreprises que le Conseil réglemente. Chaque compagnie est tenue de

verser des droits en fonction de ses recettes d'exploitation exprimées en pourcentage des recettes de toutes les entreprises réglementées. Les droits annuels que le CRTC perçoit correspondent à la somme des montants ci-après :

- le coût de l'activité Télécommunications du CRTC;
- la part des frais des activités administratives qui est attribuable à son activité Télécommunications;
- les autres frais, dont il est tenu compte dans le calcul du coût net du Programme du CRTC qui est attribuable à son activité Télécommunications.

Ces frais sont exposés dans le Plan de dépenses publié dans le Budget des dépenses du Gouvernement du Canada. À partir de 1995-1996, le CRTC a obtenu les pouvoirs voulus pour que les recettes soient fondées sur le budget de l'année en cours et pour ajuster les droits annuels de télécommunication imputés aux dépenses actuelles du CRTC pour ses activités de télécommunications de l'année en cours. Les frais excédentaires seront crédités aux entreprises alors que le manque à gagner sera assujéti à une facturation additionnelle.

En 1999-2000, le montant des droits payés par les compagnies de télécommunications s'est élevé à 17,6 millions de dollars.

# **Partie IV :**

# **Aperçu du CRTC**

---



## Mandat, vision et mission

---

### Mandat

Établi par le Parlement en 1968, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est un organisme public autonome constitué en vertu de la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* (L.R.C. 1985, chap. C-22, modifiée). Le CRTC rend compte au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien.

Le CRTC possède le pouvoir de réglementer et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion de même que les fournisseurs de services et les entreprises de télécommunications qui sont du ressort fédéral. Les pouvoirs du CRTC en matière de réglementation de la radiodiffusion découlent de la *Loi sur la radiodiffusion* (L.C. 1991, chap.11, modifiée). Ses pouvoirs de réglementation des télécommunications lui viennent de la *Loi sur les télécommunications* (L.C. 1993, chap. 38, modifiée) et de diverses « lois spéciales » du Parlement, créées pour des compagnies de télécommunications spécifiques.

### Vision et mission

Dans sa Vision de 1997, le CRTC a articulé sa mission qui découle directement des objectifs établis dans la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les télécommunications*. La Vision tient également compte de l'environnement changeant des

communications, caractérisé par l'évolution rapide de la technologie et l'accroissement de la concurrence nationale et internationale. Le cadre de la Vision aide le CRTC à mettre l'accent sur la manière dont il remplit son mandat, atteint ses objectifs, améliore ses activités et mesure ses résultats dans cet environnement de plus en plus concurrentiel.

De plus, la Vision prévoit l'évolution d'un environnement des communications intégrées, qui s'applique à la fois à la radiodiffusion et aux télécommunications. La Vision appuie le choix maximum et l'accès

#### VISION

Des communications de calibre mondial, avec une présence canadienne distinctive, dans l'intérêt public.

#### MISSION

Veiller à ce que le secteur des communications canadiennes contribue de façon équitable à la prospérité économique, sociale et culturelle du pays, en ayant recours à la réglementation, à la supervision et à un dialogue ouvert avec le public.



maximum au contenu et aux services canadiens.

La Vision comporte trois composantes : La pluralité des voix canadiennes, Des choix variés pour les Canadiens et Une saine gouvernance. La pluralité des voix canadiennes et Des choix variés pour les Canadiens sont les deux secteurs d'activité, tandis que la saine gouvernance est une stratégie de gestion qui s'applique aux deux secteurs d'activité et à l'organisation dans son ensemble. Ces composantes font partie intégrante de la mission du CRTC.

Les mesures du CRTC ont des répercussions importantes sur diverses facettes de la vie canadienne. Les décisions du CRTC permettent aux Canadiens d'avoir une plus grande variété d'émissions qui reflètent la société canadienne (la pluralité des voix canadiennes). Elles sont également avantageuses pour les Canadiens en favorisant l'accès, à prix raisonnable, à une vaste gamme de services de communications grâce à des industries solides, compétitives, qui peuvent prospérer dans un marché mondial des communications (des choix variés pour les Canadiens).

## Cadre de fonctionnement

---

### La pluralité des voix canadiennes

Le CRTC est aux prises avec le défi de garantir, d'une part, que des services canadiens intéressants soient offerts dans un système canadien de radiodiffusion qui met en œuvre les objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, et de donner aux Canadiens, d'autre part, accès à de plus en plus d'émissions d'information et de divertissement étrangères. Les résultats clés doivent être envisagés dans le contexte de la nécessité, pour le CRTC, d'établir l'équilibre entre les exigences légitimes relatives à un choix accru et les objectifs culturels et économiques.

#### PLURALITÉ DES VOIX CANADIENNES

Présence et diversité des voix canadiennes, ici et à l'étranger.

#### VALEURS

- un reflet équilibré des valeurs sociales
- la dualité linguistique et la diversité culturelle.

## Objectif

La pluralité des voix canadiennes a pour objectif d'assurer que divers contenus canadiens et qu'un éventail approprié d'émissions étrangères sont offerts aux consommateurs.

Le CRTC a recours aux stratégies suivantes :

- créer et mettre en œuvre des politiques sur la diffusion des contenus et des dépenses afférentes qui tiennent compte des objectifs économiques et culturels;
- élaborer des mécanismes aptes à encourager la création et la promotion de contenu canadien dans les médias aussi bien traditionnels que nouveaux;
- assurer aux services canadiens et étrangers un accès adéquat à la distribution;
- soutenir le rôle distinctif de la radiodiffusion publique;
- là où cela est opportun, favoriser l'autoréglementation de l'industrie afin de s'adapter aux enjeux sociaux; et
- utiliser une approche internationale globale.

Ce secteur d'activité fournit une expertise particulière en matière d'évaluation et d'élaboration de politiques et de règlements. Le CRTC :

- évalue, analyse et traite les demandes;
- surveille le système canadien de radiodiffusion;
- assure la conformité avec les lois, les règlements et les conditions de licence; et
- identifie les questions de politique pour fins d'examen.

## Des choix variés pour les Canadiens

Le CRTC s'emploie à mettre en œuvre les objectifs de politique de *la Loi sur les télécommunications* et de *la Loi sur la radiodiffusion*. Dans le secteur des télécommunications, le Conseil cherche à encourager la concurrence dans tous les marchés réglementés, tout en s'assurant que les services offerts sont de qualité, abordables et accessibles.

## Objectif

L'objectif du secteur d'activité Des choix variés pour les Canadiens vise à assurer que des industries concurrentielles offrent aux Canadiens des services de communications abordables ainsi qu'un vaste éventail de services de communications.

Le CRTC a recours aux stratégies suivantes :

- se fier davantage aux forces du marché;

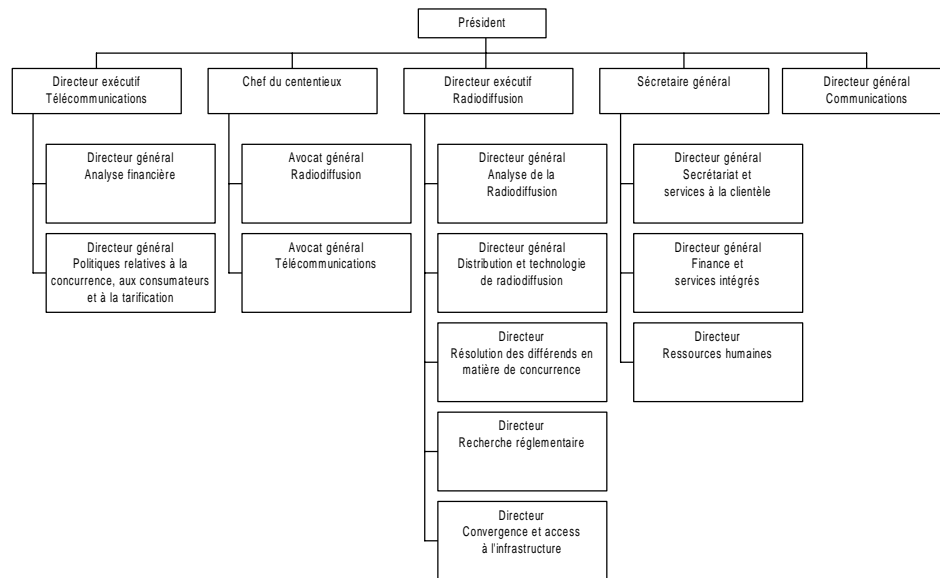
- surveiller la concurrence et réglementer là où les forces du marché n’atteignent pas les objectifs de protection de l’intérêt public;
- appuyer la convergence; et
- surveiller l’évolution de la structure de l’industrie.

Ce secteur d’activité fournit l’expertise particulière en matière d’évaluation et d’élaboration de politiques réglementaires et de règlements afférents. Le CRTC :

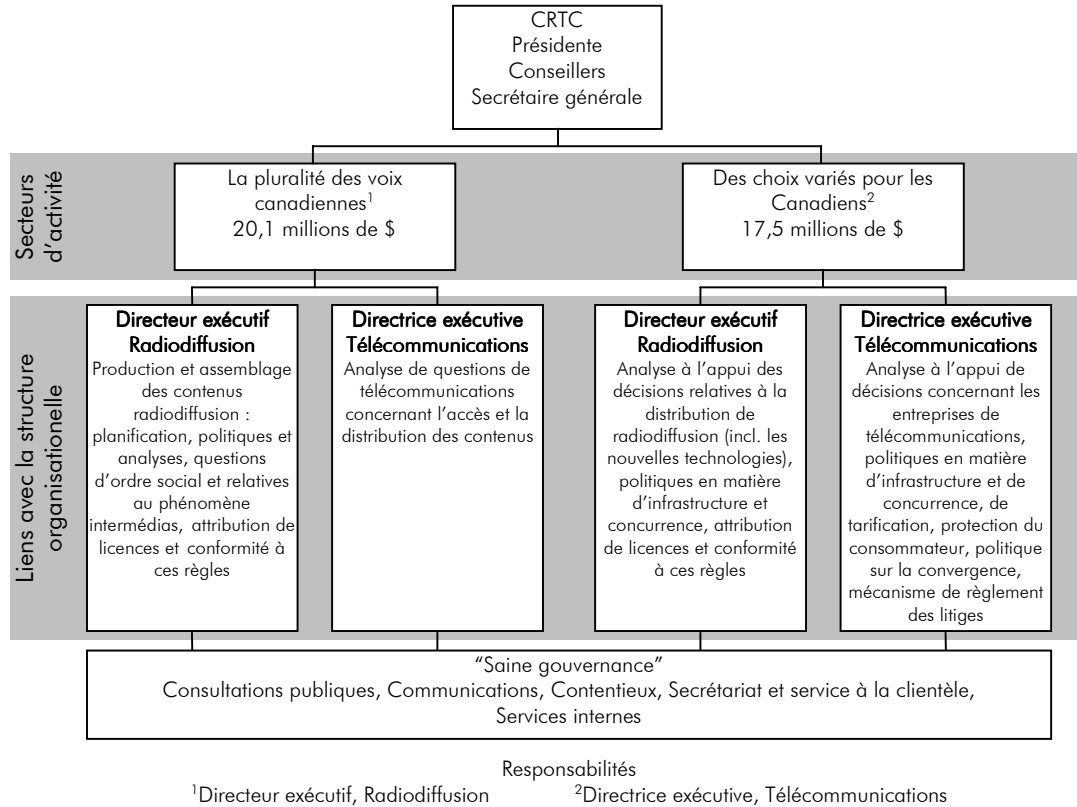
- évalue, analyse et traite les demandes;
- fournit des conseils sur toutes les questions relatives à la réglementation des télécommunications et à la distribution de radiodiffusion;
- assure la conformité avec les lois, les règlements et les conditions de licence; et
- identifie des questions de politique à examiner.

Ce secteur d’activité comprend le secteur Télécommunications et, dans le secteur Radiodiffusion, certaines activités liées à la distribution de services de radiodiffusion.

## Organigrammes



## Structure organisationnelle et responsabilités de l'organisme



La saine gouvernance n'est pas un secteur d'activité, mais une stratégie de gestion qui appuie les deux secteurs d'activité.



**Partie V :**  
**Renseignements**  
**supplémentaires**

---



## Personnes ressources

---

### CRTC

Présidente	<i>Françoise Bertrand</i>	(819) 997-3430
Vice-présidente, Radiodiffusion	<i>Andrée P. Wylie</i>	(819) 997-8766
Vice-président, Télécommunications	<i>David Colville</i>	(819) 997-8766
	(Atlantique)	(902) 426-7997
Conseiller,	<i>Andrew Cardozo</i>	(819) 997-4330
Conseiller,	<i>David McKendry</i>	(819) 997-4813
Conseillère,	<i>Joan Pennefather</i>	(819) 953-7882
Conseiller,	<i>Jean-Marc Demers</i>	(819) 997-4206
Conseiller,	<i>Stuart Langford</i>	(819) 953-2935
Conseillère,	<i>Barbara Cram</i>	(819) 997-4485
	(Manitoba/Saskatchewan)	(204) 983-6306
Conseillère,	<i>Andrée Noël</i>	(819) 997-3831
	(Québec)	(514) 496-2370
Conseiller,	<i>Ronald D. Williams</i>	(819) 953-0435
	(Alberta/Territoires du Nord Ouest)	(780) 455-6390
Conseillère,	<i>Martha Wilson</i>	(819) 997-2431
	(Ontario)	
Conseillère,	<i>Cindy Grauer</i>	(819) 997-9411
	(B.-C./Yukon)	(604) 666-2914

### Services à la clientèle

<b>Numéro sans frais</b>	<b>1-877-249-2782</b>
Services à la clientèle	(819) 997-0313
Salle d'examen publique	(819) 997-2429/994-0863
Accès à l'information et protection des renseignements personnels	(819) 994-5366
Bibliothèque	(819) 997-4484
ATS	(819) 994-0423

### Télécopieur

Général	(819) 994-0218
Communications	(819) 997-4245
Finance et services intégrés	(819) 953-5107
Chef du contentieux	(819) 953-0589
Ressources humaines	(819) 997-2219

### Accès électronique

Adresse Internet : <http://www.crtc.gc.ca>  
Courriel : [info@crtc.gc.ca](mailto:info@crtc.gc.ca)



## Nos bureaux

**ADMINISTRATION CENTRALE**  
Les Terrasses de la Chaudière  
Édifice central  
1 Promenade du Portage  
Hull (Québec)  
J8X 4B1

**ADRESSE CIVIQUE**  
CRTC  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0N2

---

**EN NOUVELLE-ÉCOSSE**  
Édifice Bank of Commerce  
1809, rue Barrington  
Pièce 1007  
Halifax (Nouvelle-Écosse)  
B3J 3K8  
Téléphone : (902) 426-7997  
Télécopieur : (902) 426-2721  
ATS : (902) 426-6997

**AU QUÉBEC**  
405, de Maisonneuve  
Montréal (Québec)  
H2L 4J5  
Téléphone : (514) 283-6607  
Télécopieur : (514) 283-3689  
ATS : (514) 283-8316

**EN ONTARIO**  
55, avenue St. Clair Est  
Pièce 624  
Toronto (Ontario)  
M4T 1M4  
Téléphone : (416) 952-9096

**AU MANITOBA**  
275, avenue Portage  
Pièce 1810  
Winnipeg (Manitoba)  
R3B 2B3  
Téléphone : (204) 983-6306  
Télécopieur : (204) 983-6317  
ATS : (204) 983-8274

**EN SASKATCHEWAN**  
Cornwall Professional Bldg.  
2125 11<sup>th</sup> Avenue  
Pièce 103  
Regina (Saskatchewan)  
S4P 3X3  
Téléphone: (306) 780-3422

**EN ALBERTA**  
Scotia Place  
Tower 2 (Esso)  
10060, avenue Jasper Nord  
Ouest  
Edmonton (Alberta)  
T5J 3N4  
Téléphone : (780) 495-3224

**EN COLOMBIE-BRITANNIQUE**  
580, rue Hornby  
Pièce 530  
Vancouver (C.-B.)  
V6C 3B6  
Téléphone : (604) 666-2111  
Télécopieur : (604) 666-8322  
ATS : (604) 666-0778

## Lois appliquées et règlements connexes

---

### Lois et règlements

<i>Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes</i>	L.R.C. 1985, chap. C-22, modifiée
<i>Loi sur la radiodiffusion</i>	L.C. 1991, chap. 11, modifiée
<i>Loi sur les télécommunications</i>	L.C. 1993, chap. 38, modifiée
<i>Loi sur Bell Canada</i>	L.C. 1987, chap. 19, modifiée

### Règlements et Règles de procédure

Règles de procédure du CRTC  
Règlement de 1993 sur les renseignements relatifs à la radiodiffusion  
Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion  
Règlement sur la distribution de radiodiffusion  
Règlement de 1990 sur la télévision payante  
Règlement de 1986 sur la radio  
Règlement de 1990 sur les services spécialisés  
Règlement de 1987 sur la télédiffusion  
Règles de procédure du CRTC en matière de télécommunications  
Règlement de 1995 sur les droits de télécommunication  
Règlement sur la propriété et le contrôle des entreprises de télécommunication canadiennes



# Annexe

---



## Annexe A : Avis publics, décisions et ordonnances choisis<sup>7</sup>

Titre	Référence	Date
<b>Décisions</b>		
CTV Inc., au nom de The Sports Network Inc. (TSN), Le Réseau des Sports (RDS) Inc. (RDS) et 2953285 Canada Inc., exploitant sous le nom de The Discovery Channel L'ensemble du Canada -- 199910899	<a href="#">Décision CRTC 2000-86</a>	24 mars 2000
Sportscope Television Network Ltd. L'ensemble du Canada – 199910584	<a href="#">Décision CRTC 2000-85</a>	24 mars 2000
L'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario (TVOntario) Toronto (Ontario) – 199902185	<a href="#">Décision CRTC 2000-72</a>	1 mars 2000
Normes définitives d'utilisation d'indicateurs de la qualité du service pour la réglementation des compagnies de téléphone et autres questions connexes	<a href="#">Décision CRTC 2000-24</a>	20 janvier 2000
Société Radio-Canada L'ensemble du Canada – 199813598 – 199813580 Les licences de Newsworld et de RDI sont renouvelées pour une période de sept ans	<a href="#">Décision CRTC 2000-3</a>	6 janvier 2000
Canadian Broadcasting Corporation Across Canada Licences for CBC French-language television and radio renewed for a seven-year term	<a href="#">Décision CRTC 2000-2</a>	6 janvier 2000
Société Radio-Canada L'ensemble du Canada Les licences des services de télévision et de radio de langue française de la SRC sont renouvelées pour une période de sept ans	<a href="#">Décision CRTC 2000-1</a>	6 janvier 2000
Délai de mise en oeuvre de la réglementation par plafonnement des prix et rééquilibrage des tarifs pour Québec-Téléphone et Télébec ltée	<a href="#">Décision Télécom CRTC 99-19</a>	10 décembre 1999
Le Service Téléphonique Dans Les Zones De Desserte À Coût Élevé	<a href="#">Décision Télécom CRTC 99-16</a>	19 octobre 1999
Demande concernant l'accès des fournisseurs de services Internet aux installations de télécommunications d'entreprises de câblodistribution titulaires	<a href="#">Décision Télécom CRTC 99-11</a>	14 septembre 1999
Emplacement du point de démarcation pour le câblage intérieur dans les immeubles multilocataires et questions connexes	<a href="#">Décision Télécom CRTC 99-10</a>	6 août 1999
Métromédia CMR Montréal inc. Montréal (Verdun) (Québec) - 199802195 Diffusion Métromédia CMR inc. Montréal (Québec) - 199802187 Société Radio-Canada Montréal (Québec) - 199807236 - 199807244 - 199811600 Radio Nord inc. Montréal (Québec) - 199807228 - 199807210	<a href="#">Décision CRTC 99-151</a>	21 juin 1999

<sup>7</sup> En 1999-2000, le CRTC a publié 239 avis publics, 579 décisions et 1187 ordonnances.

Titre	Référence	Date
Télsat Canada - Cadre De Réglementation Transitoire Et Abstention À L'égard Des Services Fixes Par Satellite	<a href="#">Décision Télécom CRTC 99-6</a>	25 mai 1999
Nouveaux services spécialisés de télévision de langue française - Demandes refusées	<a href="#">Décision CRTC 99-113</a>	21 mai 1999
3403688 Canada inc. - Canal Évasion L'ensemble du Canada - 199713160	<a href="#">Décision CRTC 99-112</a>	21 mai 1999
Alliance Atlantis Communications inc. et Les Réseaux Premier Choix inc., au nom d'une société devant être constituée - Canal Histoire L'ensemble du Canada - 199713136	<a href="#">Décision CRTC 99-111</a>	21 mai 1999
Radiomutuel inc. - Canal Z L'ensemble du Canada - 199713095	<a href="#">Décision CRTC 99-110</a>	21 mai 1999
Alliance Atlantis Communications inc. et Les Réseaux Premier Choix inc., au nom d'une société devant être constituée - Canal Fiction L'ensemble du Canada - 199713128	<a href="#">Décision CRTC 99-109</a>	21 mai 1999
Examen Du Régime De Contribution Des Compagnies De Téléphone Indépendantes En Ontario Et Au Québec	<a href="#">Décision Télécom CRTC 99-5</a>	21 avril 1999

## Lettres-décisions

Accès aux services d'urgence à Terre-Neuve et au Labrador.	Lettre Décision	<a href="#">17 mars 2000</a>
Réduction des tarifs du service de raccordement direct	Lettre Décision	<a href="#">09 mars 2000</a>
Litige du CDIC – Règles relatives à la communication entre le client et l'entreprise de distribution de radiodiffusion	Lettre Décision	<a href="#">1 avril 1999</a>

## Avis publics

Pratiques et procédures de règlement des différends en matière de concurrence et d'accès	<a href="#">Avis public CRTC 2000-65</a>	12 mai 2000
Accroître la disponibilité de services spécialisés dans la langue officielle de la minorité pour les abonnés du câble au Canada - Appel d'observations sur un projet de politique	<a href="#">Avis public CRTC 2000-38</a>	10 mars 2000
Appel de demandes de licences de nouvelles entreprises de programmation de télévision spécialisée et payante numériques	<a href="#">Avis public CRTC 2000-22</a>	4 février 2000
Appel de demandes de licence pour un service spécialisé de langue française axé sur les arts	<a href="#">Avis public CRTC 2000-18</a>	1 février 2000
Politique relative à la radio communautaire	<a href="#">Avis public CRTC 2000-13</a>	28 janvier 2000
Politique relative à la radio de campus	<a href="#">Avis public CRTC 2000-12</a>	28 janvier 2000
Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numériques	<a href="#">Avis public CRTC 2000-6</a>	13 janvier 2000

<u>Titre</u>	<u>Référence</u>	<u>Date</u>
Conditions d'accès aux propriétés municipales dans la ville de Vancouver	<a href="#">Avis public télécom CRTC 99-25</a>	3 décembre 1999
Rapport sur la création d'un service spécialisé national de télévision de langue française axé sur les arts	<a href="#">Avis public CRTC 1999-187</a>	19 novembre 1999
Norouestel Inc. - Mise En Oeuvre De La Concurrence Dans L'interurbain Et Examen Du Cadre De Réglementation, De La Qualité Du Service Et D'autres Questions	<a href="#">Avis public télécom CRTC 99-21</a>	1 octobre 1999
Appel d'observation concernant le décret C.P. 1999-1454	<a href="#">Avis public CRTC 1999-146</a>	8 septembre 1999
Radiomutuel Inc. (199909735) Transfert de contrôle	<a href="#">Avis public CRTC 1999-145</a>	3 septembre 1999
Télébec Itée - Projet de modifications aux tarifs d'appels locaux faits à partir de téléphones publics ou semi-publics	<a href="#">Avis public télécom CRTC 99-19</a>	23 août 1999
La définition d'une émission canadienne - précisions et révisions proposées	<a href="#">Avis public CRTC 1999-135</a>	19 août 1999
Appel d'observations - Révisions proposées aux définitions des catégories de teneur à la télévision - Définitions proposées pour les dramatiques canadiennes admissibles à des crédits de temps	<a href="#">Avis public CRTC 1999-120</a>	22 juillet 1999
Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique	<a href="#">Avis public CRTC 1999-117</a>	16 juillet 1999
Modifications au Règlement sur la distribution de radiodiffusion concernant les frais du service de base	<a href="#">Avis public CRTC 1999-108</a>	7 juillet 1999
La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès	<a href="#">Avis public CRTC 1999-97</a>	11 juin 1999
Exigences relatives à la distribution et à l'assemblage pour les titulaires de classe 1 et les titulaires de classe 2	<a href="#">Avis public CRTC 1999-90</a>	21 mai 1999
Attribution de licences à de nouvelles entreprises d'émissions spécialisées de langue française - Préambule	<a href="#">Avis public CRTC 1999-89</a>	21 mai 1999
Nouveaux médias	<a href="#">Avis public CRTC 1999-84</a>	17 mai 1999
Nouveaux médias	<a href="#">Avis public télécom CRTC 99-14</a>	17 mai 1999
Projet de politique relative à la radio communautaire	<a href="#">Avis public CRTC 1999-75</a>	5 mai 1999
Examen des règles relatives à l'accès aux services spécialisés et de télévision payante canadiens dans les marchés bilingues - Appel d'observations	<a href="#">Avis public CRTC 1999-74</a>	5 mai 1999
Appel d'observations sur un cadre de réglementation pour les nouveaux services spécialisés et de télévision payante	<a href="#">Avis public CRTC 1999-19</a>	3 février 1999
Accréditation Des Émissions canadiennes - Appel D'observations	<a href="#">Avis public CRTC 1998-59</a>	19 juin 1998



Titre	Référence	Date
<b>Ordonnances Télécom</b>		
<p>TELUS Communications (B.C.) Inc. (TCBC) (anciennement BC TEL) a déposé, le 19 octobre 1999, une demande en vue de faire approuver des révisions au Tarif général relatives à la création d'une zone d'appels locaux commune pour tous les résidents et les entreprises de la région métropolitaine de Vancouver en Colombie-Britannique.</p>	<p><a href="#">Ordonnance Télécom CRTC 99-1134</a></p>	<p>9 décembre 1999</p>
<p>MTS Communications Inc. – Révisions au service d'assistance-annuaire et introduction d'un service d'établissement automatique des communications sur demande d'assistance-annuaire</p>	<p><a href="#">Ordonnance Télécom CRTC 99-985</a></p>	<p>12 octobre 1999</p>

## Index

---

### A

Accès..... iii, 1, 3, 7, 8, 9, 20, 26, 27,  
28, 45, 46, 47, 59, 60, 61

### C

Cadre pour la télévision canadienne ..... 16  
Choix variés pour les Canadiens..... 19, 31,  
37, 38, 39, 40, 46, 47

Compétition ..... 22  
Concurrence..... iii, 1, 7, 8, 9, 15, 21,  
22, 28, 35, 45, 47, 48, 60

Contenu canadien..... 7, 11, 12, 15, 17, 47  
Contexte socio-économique..... 7  
Convergence ..... 3, 8, 48

### D

Distribution analogique..... iii  
Diversité culturelle..... 3, 7, 16  
Diversité dans la programmation ..... 17  
Droits de licence de radiodiffusion ..... 35, 41, 55  
Droits de télécommunication ..... 35, 41, 55

### E

Émissions plus diversifiées et bilingues..... 18  
Ethnique..... 18

### G

Garanties pour les consommateurs ..... 9, 27

### I

IAPC ..... 28  
Indépendants ..... iii, 16  
Information financière ..... 31  
Institut d'administration publique du Canada.. 28  
Internet..... 8, 15, 20, 24, 26, 59  
Interurbain..... iii, 27, 61  
Investissements dans investissements dans des  
émissions canadiennes ..... 11, 12

### L

L'industrie de la radiodiffusion..... 20, 35, 41  
Loi sur l'équité en matière d'emploi..... 30  
Loi sur la radiodiffusion..... 7, 9, 14, 15,  
40, 45, 46, 47, 55  
Loi sur les télécommunications..... 7, 45  
Lois et règlements ..... 55

### M

Mandat ..... 16, 45  
Message de la ministre ..... 1  
Message de la Présidente ..... 3  
Mission..... i, 45, 46

### N

Norouestel ..... 21  
Numéros de téléphone..... 25

### O

Objectifs..... 7, 9, 14, 15, 17, 28, 45, 46, 47, 48  
Organigrammes..... 48

### P

Personnes ressources..... 53  
Pluralité des voix canadiennes ..... 11, 31,  
37, 38, 39, 40, 46, 47  
Politiques ethniques ..... 18  
Principaux engagements en matière de résultats  
..... 10  
Priorités stratégiques ..... 7

### R

Régime de contribution..... 60  
Règles..... 12, 18, 22, 61  
Règles de procédure ..... 29, 55  
Rendement financier ..... 19

### S

Saine gouvernance ..... 28, 46, 49  
Secteur de la radio..... 17  
Service de téléphone accessible ..... 25  
Service téléphonique dans les zones de desserte à  
coût élevé ..... 26  
Service téléphonique local ..... 22  
Services pour les Canadiens..... 8  
SRC-CBC..... iii, 15, 16

### T

Talents canadiens ..... iii, 7, 12, 13  
Télécommunications ..... iii, 7, 8, 9, 20, 21,  
22, 28, 35, 36, 39, 41, 42, 45, 47, 48, 55, 59  
Télévision..... iii, 11, 12, 13, 14,  
15, 16, 18, 19, 55, 59, 60, 61

### V

Vision..... 45, 46