



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

LA PROPRIÉTÉ DES MÉDIAS AU CANADA

RAPPORT

REMIS AU

COMITÉ DU PATRIMOINE CANADIEN

5 FÉVRIER 2003

1. CONCENTRATION, PLURALISME ET DIVERSITÉ : DÉFINITION DES CONCEPTS ET LEUR APPLICATION	4
LA CONCENTRATION HORIZONTALE	4
LA CONCENTRATION VERTICALE.....	4
LA PROPRIÉTÉ CROISÉE OU PROPRIÉTÉ MIXTE.....	5
L'INTÉGRATION MULTISECTORIELLE OU CONGLOMÉRAT.....	5
LA CONVERGENCE « MÉDIATIQUE »	6
PLURALISME ET DIVERSITÉ.....	7
2. PORTRAITS DES DIX PLUS GRANDS GROUPES CANADIENS DE COMMUNICATION	9
2.1. CORUS ENTERTAINMENT ET SHAW COMMUNICATIONS.....	10
2.2. ROGERS COMMUNICATIONS	12
2.3. CANWEST GLOBAL COMMUNICATIONS	14
2.4. QUEBECOR	16
2.5. BCE.....	18
2.6. TORSTAR.....	20
2.7. COGECO.....	21
2.8. CHUM LIMITED	22
2.9. ASTRAL MÉDIA.....	23
2.10. POWER CORPORATION.....	24
3. PROPRIÉTÉ DES MÉDIAS CANADIENS PAR SECTEUR	25
3.1. LA TÉLÉVISION	25
3.1.1. <i>Canada à l'exception du Québec</i>	29
3.1.2. <i>Québec</i>	31
3.2. LA RADIO	33
3.2.1. <i>Canada anglais</i>	38
3.2.2. <i>Canada français</i>	40
3.3. LA PRESSE QUOTIDIENNE	42
3.3.1. <i>Canada anglais</i>	45
3.3.2. <i>Canada français</i>	48
3.3.3. <i>Selon les provinces</i>	50
3.4. LA PRESSE HEBDOMADAIRE D'INFORMATION GÉNÉRALE	54
3.4.1. <i>Canada anglais</i>	55

3.4.2.	<i>Québec</i>	58
3.5.	ENSEMBLE DE LA PRESSE ÉCRITE	62
3.6.	PROPRIÉTÉ CROISÉE	66
3.6.1.	<i>En ce qui concerne la radio et un autre média</i>	66
3.6.2.	<i>En ce qui concerne la télévision et les journaux</i>	66
4.	SITUATION DANS QUELQUES PAYS	73
4.1.	FRANCE	73
	<i>Les normes juridiques applicables</i>	74
	<i>Les débats actuels</i>	76
4.2.	ROYAUME-UNI	78
	<i>Les normes juridiques applicables</i>	79
	<i>Les débats actuels</i>	80
4.3.	ÉTATS-UNIS	83
	<i>Les normes juridiques applicables</i>	86
	<i>Les débats actuels</i>	88
4.4.	AUSTRALIE.....	90
	<i>Les normes juridiques applicables</i>	91
	<i>Les débats actuels</i>	93
4.5.	MEXIQUE.....	95
	<i>Les normes juridiques applicables</i>	96
5.	CONSTATS ET PISTES DE RÉFLEXION	97
5.1.	PRINCIPAUX CONSTATS.....	97
5.1.1.	<i>La propriété selon les médias</i>	98
5.1.2.	<i>La propriété selon les régions et les marchés</i>	100
5.1.3.	<i>La propriété dans quelques pays</i>	102
5.2.	PISTES DE RÉFLEXION	107

1. CONCENTRATION, PLURALISME ET DIVERSITÉ : DÉFINITION DES CONCEPTS ET LEUR APPLICATION¹

Dans le secteur des médias, le concept de concentration renvoie à deux dimensions : la concentration de la propriété des entreprises et la concentration du contenu rédactionnel, la seconde pouvant découler de la première. Nous nous attarderons d'abord à décrire rapidement les divers types de concentration de la propriété (concentration horizontale, concentration verticale, propriété croisée, conglomérat). Nous verrons plus loin en quoi cette concentration de la propriété soulève des inquiétudes quant à la diversité d'information et d'opinion (concentration du contenu rédactionnel).

LA CONCENTRATION HORIZONTALE

On utilise le terme concentration ou intégration horizontale pour définir une situation dans laquelle une entreprise contrôle, sur un territoire donné, plusieurs unités de production de même nature qui fabriquent des produits identiques ou similaires. Dans le cas des médias, cela signifie qu'une entreprise de presse contrôle soit plusieurs titres de journaux, soit plusieurs stations de télévision, ou encore plusieurs agences de publicité.

L'une des meilleures illustrations de la concentration horizontale est sans doute la croissance du groupe Hollinger dans la presse quotidienne au cours des années 1990 à l'échelle canadienne. En 1999, après de multiples transactions, le groupe de Conrad Black détenait directement ou par l'entremise de ses filiales Southam, Sterling ou Unimédia 58 des 105 quotidiens au Canada, soit plus de 42 % du tirage global. CanWest a acheté la majorité des journaux de Hollinger en 2000 puis a revendu presque tous ceux dont le tirage était moins important.

LA CONCENTRATION VERTICALE

On utilise le terme concentration ou intégration verticale pour définir une situation dans laquelle une entreprise contrôle les différentes phases d'un processus de production. Par exemple,

1. Nous nous inspirons dans cette section d'écrits précédents dans lesquels nous nous sommes attardés plus longuement sur ces questions : *La propriété croisée des médias au Canada*, rapport remis en février 2001 au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et à Patrimoine canadien ; *La concentration de la presse à l'ère de la convergence*, rapport remis en février 2001 à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec.

Quebecor, qui publie des quotidiens, des hebdomadaires, des magazines, est également présente dans le secteur de l'imprimerie et dans celui de la distribution (Messageries Dynamiques).

L'acquisition du réseau de télévision CTV par le géant des télécommunications BCE offre un autre exemple de concentration verticale. Voilà en effet un groupe actif dans la distribution de signaux télévisuels (avec le service de télévision par satellite Bell ExpressVu) qui est devenu propriétaire du plus important réseau privé de télévision au Canada.

LA PROPRIÉTÉ CROISÉE OU PROPRIÉTÉ MIXTE

Cette forme de concentration désigne une situation où une société possède des actifs dans deux ou plusieurs types de médias (par exemple, journaux/télévision, radio/journaux, radio/télévision). L'actualité des deux dernières années fournit les meilleurs exemples de ce type de concentration.

Au Canada anglais, avec l'acquisition des journaux métropolitains du groupe Hollinger, le groupe CanWest, qui opère le réseau de télévision Global, possède maintenant un quotidien important et une station de télévision dans une dizaine de villes importantes du pays. Dans la grande région de Vancouver et Victoria, Global possède les trois quotidiens et deux stations de télévision dont l'une, BCTV, domine largement le marché de la télévision.

Au Québec, Quebecor est devenu propriétaire de TVA, le numéro un de la télévision. Le groupe possède aussi les quotidiens ayant les plus forts tirages à Montréal et à Québec ainsi que le quart des titres de la presse hebdomadaire québécoise, et souhaite faire son entrée dans la radio.

L'INTÉGRATION MULTISECTORIELLE OU CONGLOMÉRAT

Une intégration est dite multisectorielle lorsqu'une entreprise contrôle un ou plusieurs types de médias différents et, dans le même temps, se trouve impliquée dans d'autres activités connexes. Les AOL-Time Warner, Vivendi Universal, Bertelsmann et autres énormes conglomérats qui dominent, à l'échelle internationale, les divers secteurs de l'information et du divertissement, constituent la meilleure illustration de ce type d'intégration. Ces conglomérats sont présents tout autant dans la production que dans la distribution de produits culturels, dans les domaines du disque, du cinéma, du livre comme du journalisme.

Plus rarement, des entreprises du secteur de l'information et du divertissement sont aussi intégrées dans des conglomérats plus vastes oeuvrant dans d'autres secteurs de la vie industrielle

ou commerciale. C'est notamment le cas de General Electric qui possède, aux États-Unis, le réseau de télévision NBC, ou de l'entreprise de travaux publics Bouygues, en France, propriétaire de la principale chaîne de télévision privée, TF1.

Au Québec, Power Corporation est un exemple de ce type d'intégration. Par sa filiale Gesca (presse écrite), le groupe est un acteur important des médias. Par ailleurs, il possède des intérêts dans le secteur des services financiers (assurance-vie et fonds de placement). À l'échelle internationale, sa participation dans Pargesa Holding lui accorde une présence importante dans Bertelsmann, un géant européen du domaine des communications, mais également dans la production industrielle, l'énergie et les services financiers.

LA CONVERGENCE « MÉDIATIQUE »

Nous sentons le besoin ici de dire quelques mots d'un concept, celui de la convergence, qui est apparu il y a quelques années et qui visait, au départ, à traduire un important changement lié à la numérisation des textes, des sons et des images. Le vocable a ensuite été utilisé pour qualifier des transactions qui n'étaient rien d'autre que de la concentration verticale ou de la propriété croisée.

La convergence technologique a d'abord traduit la disparition des différences qui existaient entre l'industrie des télécommunications et celle de la câblodistribution. Chacune allait pouvoir offrir la même gamme de services aux consommateurs. L'arrivée d'Internet et sa rapide implantation ont ajouté un volet « contenu » à l'ensemble. Pour diverses raisons, nombre d'entreprises ont voulu contrôler des réseaux de distribution et des contenus, des contenus produits par des médias de types différents, surtout des quotidiens et des réseaux de télévision.

Grisés sans doute par l'ampleur du phénomène Internet, plusieurs ont prétendu que ce nouveau média, non seulement obligerait tous les autres à se redéfinir, mais à terme les éliminerait. Plus de quotidiens, de magazines, ni de stations de radio ou de télévision. Que des fournisseurs d'information et de divertissement dans le nouvel univers multimédia et interactif d'Internet. La convergence des infrastructures de distribution était devenu la convergence « médiatique ».

Il est clair maintenant qu'on a présenté aux actionnaires et aux gouvernements des transactions de concentration verticale et de propriété croisée en les revêtant d'un manteau au goût du jour, celui de la convergence. Or, non seulement les médias traditionnels sont-ils là pour rester encore longtemps, mais nombre d'entreprises qui hier clamaient prendre avec enthousiasme le virage de

la convergence médiatique n'osent même plus aujourd'hui utiliser une expression devenue taboue.

PLURALISME ET DIVERSITÉ

La diversité est considérée comme une composante essentielle du pluralisme démocratique dans nos sociétés modernes ; ce sont les diverses composantes de la constellation médiatique qui permettent d'établir *in concreto* le lien entre la diversité et le pluralisme en reflétant les divers points de vue et courants d'opinion présents dans la société et en donnant accès à l'information pertinente. Cela permet, en retour, la participation éclairée des citoyens aux affaires de la Cité.

Le concept de diversité se déconstruit généralement en deux principaux segments : celui des contenus et celui des sources. Les contenus réfèrent à la large palette d'opinions, d'information, de divertissements capables de satisfaire les besoins multiples des diverses composantes de nos sociétés complexes. La diversité des sources a trait, quant à elle, tant aux producteurs, personnels et artisans, qui produisent les contenus qu'aux médias qui les diffusent.

En ce qui a trait aux liens établis entre la pluralité des sources et la diversité des contenus, des débats traversent le champ théorique, en particulier en ce qui concerne la relation entre la propriété des médias et les contenus. Pour les uns, un lien étroit peut être établi entre ces deux éléments, et la diminution du nombre de propriétaires se traduit par une restriction des espaces d'expression et une atteinte à la diversité. Un autre courant, minoritaire, postule qu'aucun lien causal ne peut être établi entre la structure de la propriété des médias et la diversité, et que la concentration de la propriété des médias est sans conséquence négative sur la diversité. Les autres enfin, et bien qu'on ne puisse établir avec certitude un lien causal entre les deux phénomènes et que la structure de la propriété ne soit qu'un des facteurs à intervenir dans la détermination des contenus, préfèrent adopter un principe de précaution et agir sur plusieurs terrains pour assurer la diversité.

De nombreux auteurs insistent sur la nécessité que le contrôle des médias ne se limite pas à un nombre restreint de personnes ou d'entreprises qui, ainsi, pourraient transformer leur mainmise économique en influence politique indue. Il existe des seuils intolérables de concentration de la propriété des médias qui font courir des risques importants au pluralisme et à la diversité.

La définition des seuils d'alerte constitue un problème complexe. Les variations dans les seuils proposés par les uns et les autres en montrent le caractère souvent arbitraire. Il est essentiel d'élaborer de nouveaux outils d'analyse afin d'établir la part d'influence de chaque firme en tenant compte des tirages et des parts d'audience des divers médias sous le contrôle du groupe dans un marché donné². De tels outils seraient d'ailleurs tout à fait pertinents pour évaluer les phénomènes de propriété croisée.

Bien qu'on reconnaisse généralement à l'État la légitimité nécessaire pour une intervention visant à réglementer le secteur des médias et les formes de propriété des divers organes qui le composent, des divergences apparaissent quant aux formes que doit prendre cette intervention. Certains affirment que les seules règles antimonopolistiques applicables à l'ensemble des secteurs de l'économie suffisent. D'autres, plus nombreux, plaident pour des mesures propres au domaine des médias. Un troisième groupe propose d'ajouter aux interventions de l'État des mécanismes pour renforcer la déontologie des médias et suggère que toute solution passe par un ensemble de mesures auxquelles participent les divers acteurs intéressés, y compris l'État.

2 Au Canada, les marchés seraient définis selon des critères géographiques et linguistiques. Les nouveaux outils d'analyse à mettre en place reposeraient essentiellement sur les mêmes bases pour les deux communautés linguistiques. L'organisation des médias au Québec ressemble, en effet, beaucoup à celle présente au Canada anglais.

2. PORTRAITS DES DIX PLUS GRANDS GROUPES CANADIENS DE COMMUNICATION

Les cinq entreprises les plus importantes dans le monde canadien des communications³, l'ensemble Corus-Shaw⁴, Rogers, CanWest Global, Quebecor et BCE, ont chacune des revenus qui dépassent le milliard de dollars.

Pour relativiser ces données, mentionnons qu'aucun de ces acteurs canadiens ne figure au palmarès mondial des 50 premières entreprises audiovisuelles pour l'année 2001 tel qu'établi par l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Ce classement est dominé par trois sociétés américaines : Time Warner dont les revenus en audiovisuel (cinéma, radio et télévision) ont atteint les 19,7 milliards de dollars US, Viacom avec des revenus de 19 milliards US et Walt Disney avec des revenus de 18,3 milliards de dollars US.

Tableau 1
Classement des groupes selon leurs revenus dans le secteur des communications⁵

Groupes	Revenus (\$)
Corus Entertainment et Shaw Communications	2,6 milliards
Rogers Communications	2,2 milliards
CanWest Global Communications	2,1 milliards
Quebecor	1,9 milliard
BCE	1,2 milliard
Torstar	816 millions
Cogeco	532 millions
CHUM Limited	480 millions
Astral Media	400 millions
Power Corporation	330 millions

Nous allons maintenant décrire, sommairement, les activités des dix groupes canadiens les plus importants, en suivant l'ordre de leurs revenus dans le secteur des communications.

3. Comprend, pour les fins de la présente section, la presse écrite, la télévision, la radio, les systèmes de distribution, et les nouveaux médias (Internet). Les télécommunications sont exclues.

4. Corus Entertainment et Shaw Communications sont juridiquement deux entités distinctes depuis août 1999, mais, dans les faits, toutes deux sont contrôlées (droits de vote) par JR. Shaw. En conséquence, nous avons choisi de les considérer comme un ensemble.

5. Source : Rapports annuels les plus récents des entreprises, 2001 ou 2002 selon le cas.

2.1. CORUS ENTERTAINMENT ET SHAW COMMUNICATIONS⁶

Corus oeuvre principalement en radio et en télévision et se spécialise dans la production et la distribution de programmes pour enfants, alors que Shaw est un important distributeur de télévision par câble et par satellite.

Télévision

Corus est propriétaire de trois stations généralistes en Ontario. Il détient un service de télévision payante et a des intérêts dans onze canaux de télévision spécialisée (sept analogiques⁷ et quatre numériques). Par ailleurs, Shaw opère deux services de télévision à la carte et est actionnaire minoritaire dans trois canaux numériques.

Parts de marché⁸ : 4 % au Canada (excluant le Québec) et 0,6 % au Québec.

Radio

Corus est le plus grand exploitant de stations de radio au Canada en termes de revenus et de cotes d'écoute. Ses 50 stations en Colombie-Britannique, en Alberta, au Manitoba, en Ontario et au Québec obtiennent 19 % de l'ensemble des revenus de l'industrie.

Parts de marché : 20 % de l'écoute en langue anglaise et 11 % de l'écoute en langue française.

Distribution

Shaw Communications est le deuxième câblodistributeur en importance au Canada. L'entreprise dessert quelque 2,1 millions d'abonnés, dont 80 % vivent en Alberta et en Colombie-Britannique. Quelque 450 000 de ces abonnés au câble ont opté pour le service numérique.

Parts de marché : 27 %

6. Voir note 4.

7. On utilise l'adjectif « analogique » pour désigner tous les canaux qui sont distribués par les services traditionnels des câblodistributeurs, par opposition aux nouveaux canaux dits « numériques » lancés à partir de septembre 2001 et disponibles uniquement aux abonnés de services numériques de distribution.

8. Dans cette section, les parts de marché en radio et en télévision concernent l'ensemble des services détenus (50 % et plus des droits de vote) par un groupe, à l'automne 2001. En télévision, il s'agit tant des stations traditionnelles que des canaux spécialisés analogiques et numériques et des services payants et à la carte. Le CRTC ne ventile pas ces données de parts de marché de la même manière en télévision qu'en radio. En télévision, il distingue le Québec du reste du Canada sans tenir compte de la langue, alors qu'en radio, il n'utilise que le critère de la langue. Source : CRTC, *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion, 2002*.

L'entreprise compte également 770 000 abonnés à l'Internet haute vitesse, se classant au second rang à cet égard au Canada.

L'entreprise est propriétaire de Star Choice Communications, qui est le deuxième plus important fournisseur canadien de services de diffusion directe par satellite avec plus de 760 000 foyers abonnés.

Autres activités

Corus est propriétaire de Nelvana, un important producteur et distributeur d'émissions et autres produits – notamment des livres – destinés aux enfants. Finalement, Corus œuvre également dans le secteur des services de musique audionumériques ainsi qu'en publicité.

De son côté, Shaw est présent dans diverses autres activités par satellite et possède un réseau de fibre optique au Canada et aux États-Unis.

Revenus

2,6 milliards \$ (2002).

2.2. ROGERS COMMUNICATIONS

Rogers Communications est la première société à avoir combiné à une échelle importante des actifs de câblodistribution, de télécommunication d'audiovisuel et de presse écrite, en achetant Maclean Hunter au cours des années 1990.

Magazines

Rogers est l'un des plus importants éditeurs de magazines au Canada. Il en publie 73 dont une douzaine sont destinés au grand public. Deux d'entre eux s'intéressent à l'information générale : Maclean's et L'actualité.

Télévision

En télévision, Rogers détient une station multiculturelle et a des intérêts dans deux services de télévision payante ainsi que dans sept canaux spécialisés (dont cinq numériques). Le groupe détient aussi 7,19 % des actions d'Astral Média.

Radio

Rogers est un radiodiffuseur important avec 43 stations AM et FM dans l'Ouest du Canada et en Ontario, dont 13 ont été acquises à la suite de la décision de Télémédia de quitter ce secteur d'activités. Deux des stations de radio de Rogers font de l'information en continu. Elles sont situées à Toronto et à Vancouver.

Parts de marché : 11 % (sur la base des 29 stations détenues à l'automne 2001).

Distribution

Rogers Cable est le plus important câblodistributeur au Canada ; 2,3 millions de Canadiens de l'Ontario, du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve y sont abonnés. Un peu plus de 10 % d'entre eux ont choisi le service numérique.

Parts de marché : 29 %

L'entreprise dessert aussi quelque 541 000 abonnés à son service Internet à haute vitesse. Elle arrive au quatrième rang au Canada en ce domaine.

De plus, Rogers détient 5,2 % des droits de vote du consortium Cogeco et 2,41 % de ceux de sa filiale Cogeco Câble.

Autres activités

Rogers est l'une des plus importantes entreprises canadiennes de téléphonie cellulaire. Elle opère un important réseau de location de vidéocassettes et de DVD. L'entreprise exploite aussi de nombreux sites web.

Revenus

3,9 milliards \$ (2001), dont 2,2 milliards dans le domaine des communications.

2.3. CANWEST GLOBAL COMMUNICATIONS

D'abord active en télévision, CanWest Global est devenue un acteur important en presse écrite à la suite de l'acquisition à la fin de l'année 2000 des principaux quotidiens canadiens détenus par le groupe Hollinger.

Journaux

CanWest possède le *National Post*, ce quotidien national lancé par Hollinger en 1998 et dont le tirage est de quelque 250 000 exemplaires en semaine et de 285 000 le samedi (période de six mois se terminant en septembre 2002). Près de 1,8 million de personnes lisent au moins un exemplaire du journal chaque semaine (NADbank, rapport provisoire 2002). CanWest Global est également propriétaire de 16 quotidiens régionaux, tous de langue anglaise, dont 11 desservent de grandes villes canadiennes, telles Calgary, Edmonton, Montréal, Ottawa, Regina, Saskatoon et Vancouver. Le groupe contrôle aussi une quarantaine d'hebdomadaires locaux d'information et une quinzaine d'autres publications (insérés, *shoppers*, etc.).

Télévision

L'entreprise est propriétaire du réseau Global, le second réseau de télévision généraliste en terme de parts de marché au Canada anglais. Ce réseau comprend 11 stations à travers le Canada. Toutes sont la propriété de CanWest Global. Des stations du groupe sont présentes dans les grandes villes où il publie des quotidiens. CanWest détient, de plus, quatre stations indépendantes, dont une multilingue, et deux stations affiliées à CBC. Dans le domaine de la télévision spécialisée, le groupe possède un canal analogique et six canaux numériques.

Parts de marché : 14,8 % au Canada (exluant le Québec) et 1,9 % au Québec.

Radio

Le groupe vient d'obtenir un permis pour lancer une nouvelle station de radio à Winnipeg.

Autres activités

L'entreprise est également présente en production et en distribution d'émissions de télévision et est propriétaire de l'un des portails canadiens les plus visités, *canada.com*, en plus de gérer de nombreux sites web. De plus, CanWest est aussi active en radio et en télévision en Nouvelle-Zélande, en Australie, en Irlande et en Irlande du Nord.

Revenus

2,6 milliards \$, dont 2,1 milliards sont attribuables aux activités canadiennes (2002).

2.4. QUEBECOR

Depuis l'acquisition du groupe Vidéotron en 2001, le groupe Quebecor est maintenant actif dans de multiples secteurs des communications, soit l'édition de journaux et de magazines, la télévision, la radio et la câblodistribution.

Journaux

La filiale Corporation Sun Media de Quebecor publie 16 quotidiens au Canada, représentant 16 % du tirage total des quotidiens anglophones et 45 % du tirage des quotidiens francophones. Sun Media distribue aussi un quotidien francophone gratuit pour les usagers du transport en commun, le *Montréal Métropolitain*. La filiale est également propriétaire de 117 hebdomadaires régionaux situés dans sept provinces. Sa présence est particulièrement importante en Alberta (27 % des titres) au Manitoba (19 % des titres) et au Québec (23 % des titres). Ajoutons à cela quatre hebdomadaires régionaux québécois détenus en co-propriété avec Jean-Paul Auclair (50-50), ainsi qu'une quarantaine d'autres publications (spécialisées, *shoppers*).

Magazines

Quebecor est la plus grande éditrice de magazines au Québec avec 77 % du marché des ventes au kiosque et 48,9 % du marché en abonnements (début de l'année 2000). Tous ses titres sont spécialisés.

Télévision

En télévision, Quebecor Media contrôle le réseau TVA, le plus important réseau privé de télévision au Québec. Le réseau comprend dix stations dont six appartiennent à Quebecor. Deux autres stations affiliées au réseau sont apparentées à Quebecor puisqu'elles appartiennent à Télé Inter-Rives dont le Groupe TVA possède 45 % des actions. Télé Inter-Rives est également propriétaire d'une station affiliée à Radio-Canada et d'une autre affiliée à Télévision Quatre-Saisons. Le Groupe TVA détient également 49 % du Réseau de télévision Global Québec. De plus, l'entreprise a des intérêts dans cinq canaux spécialisés (deux numériques) dont un service d'information continue en français (100 %) et un autre en anglais (29,9 %). Enfin, 50 % de Home Shopping Service Canada (responsable de toutes les activités de télé-achat du Groupe TVA) lui appartient.

Parts de marché : 29,6 % au Québec

Radio

Un consortium formé de TVA (60 %) et de Radio-Nord (40 %) a acquis du groupe Astral, en septembre 2002, neuf stations de radio situées au Québec. Huit d'entre elles sont des stations MA, dont deux stations de format parlé à Montréal et à Québec. Le CRTC tiendra une audience publique concernant cette transaction au mois de février 2003.

Distribution

Vidéotron est le plus important câblodistributeur au Québec et le troisième au Canada avec 1,5 million d'abonnés à son service de base. Un peu plus du tiers d'entre eux (166 000) ont opté pour les services numériques

Parts de marché : 20 %.

L'entreprise propose aussi des services d'accès haute vitesse à Internet. Elle y compte 265 000 clients, ce qui place Quebecor au cinquième rang en ce domaine au Canada.

Autres activités

Quebecor possède aussi JPL Productions, principal fournisseur d'émissions du réseau TVA, ainsi qu'une entreprise de production et de distribution d'émissions de télévision (animation et jeunesse) destinées au marché international. Par le biais de sa filiale Netgraphe, Quebecor Media exploite plusieurs sites et portails Internet dont le portail généraliste CANOE (Canoë en français). Une autre filiale est active dans le domaine des télécommunications d'affaires.

Quebecor Media est également présente dans d'autres secteurs d'activités liés aux loisirs et au divertissement : l'édition de livres, la distribution d'imprimés et de disques, la location de vidéocassettes et de DVD, ainsi que la vente au détail de disques, de magazines et de livres. Une autre de ses filiales, Nurum, est spécialisée dans le support aux entreprises dans leurs activités sur le Net.

Enfin, la filiale Quebecor Word est le premier imprimeur commercial au monde.

Revenus

11,6 milliards \$ (2001), dont 1,9 pour les activités reliées au secteur des communications.

2.5. BCE

BCE était avant tout une entreprise de télécommunications, mais depuis 1999, elle est entrée en force dans le monde des médias, avec sa filiale Bell Globemedia.

Journaux

Bell Globemedia détient le quotidien distribué à l'échelle nationale comptant le plus de lecteurs au Canada, *The Globe and Mail*. Ce journal est publié à près de 320 000 exemplaires en semaine et à près de 400 000 le samedi (période de six mois se terminant le 30 septembre 2002). Un peu plus de 2,4 millions de Canadiens lisent au moins un exemplaire du quotidien chaque semaine (NADbank, rapport provisoire 2002).

Télévision

Bell Globemedia est propriétaire du réseau de télévision de langue anglaise le plus écouté au Canada : le réseau CTV. Vingt-et-une des 25 stations du réseau lui appartiennent en exclusivité. Au Québec, Bell Globemedia (40 %) s'est associée à Cogeco (60 %) en septembre 2001 pour acquérir Télévision Quatre-Saisons, le troisième réseau de langue française au regard de l'écoute (voir Cogeco ci-après).

Bell Globemedia possède aussi, en tout ou en partie, 16 canaux spécialisés (dont six numériques) tant de langue anglaise que de langue française ainsi que trois services de télévision à la carte. L'un de ces services, Newsnet, propose de l'information continue.

Parts de marché de Bell Globemedia : 18,4 % au Canada (excluant le Québec) et 6,1 % au Québec.

Distribution

BCE par l'intermédiaire de sa filiale Bell Canada, exploite un service de radiodiffusion directe par satellite (SRD) et concurrence ainsi les services des câblodistributeurs. Bell ExpressVU est le principal fournisseur de ce type de service au Canada. L'entreprise déclarait quelque 1,2 million d'abonnés au 30 septembre 2002. Notons que ce type de service progresse rapidement. En 2001, 16,2 % des abonnés à un système de télédistribution utilisaient un service par satellite comparativement à 2,6 % trois ans plus tôt.

Bell Canada est également le plus important fournisseur d'accès à Internet (40 % des abonnés résidentiels), comptant environ 2 millions de clients au 30 septembre 2002, dont la moitié sont des abonnés à un service haute vitesse.

Autres activités

Bell Globemedia fait aussi de la production télévisuelle et cinématographique et gère plusieurs portails et sites web, dont l'un des portails les plus visités au Canada, *sympatico.ca*.

Revenus

21,7 milliards \$ (2001), dont 1,2 milliard attribuables aux activités de Bell Globemedia.

2.6. TORSTAR

Torstar Corporation œuvre dans le domaine de l'édition de journaux et de livres.

Journaux

Torstar détient cinq quotidiens en Ontario dont le *Toronto Star*, qui domine le marché de Toronto en termes de tirage. Au total, les quotidiens du groupe publient 17 % de l'ensemble des exemplaires de langue anglaise. Sa filiale Metroland est la plus grande éditrice d'hebdomadaires en Ontario avec 68 journaux représentant 3,8 millions d'exemplaires chaque semaine. L'entreprise est également partenaire à 50 % dans l'édition d'un quotidien destiné à la communauté chinoise et dans celle d'un quotidien distribué gratuitement dans le service de transport en commun de Toronto. Elle possède aussi une dizaine d'autres publications spécialisées.

Autres activités

Torstar opère un canal d'infopublicité dans le marché de Toronto. L'entreprise gère plusieurs sites web et est propriétaire de la célèbre maison d'édition Harlequin.

Revenus

1,42 milliard \$ (2001), dont 816 millions pour ses activités médiatiques.

2.7. COGECO

Cogeco est d'abord une société de câblodistribution présente en Ontario et au Québec. Elle est aussi active dans les secteurs de la télévision et de la radio

Télévision

En septembre 2001, Cogeco devient propriétaire (60 %), avec Bell Globemedia (40 %), de Télévision Quatre-Saisons, le troisième réseau généraliste de langue française en importance au Québec. Le consortium est propriétaire de cinq des huit stations qui présentent les émissions du réseau. Les co-propriétaires sont également détenteurs de trois stations affiliées à Radio-Canada. Cogeco possède aussi 20 % du service de télévision payante à la carte Canal Indigo.

Parts de marché : 0,1% au Canada (excluant le Québec) et 9,3 % au Québec.

Radio

Cogeco est propriétaire de deux stations québécoises (Montréal et Québec) et a obtenu un permis pour en établir une troisième, dans le marché de Québec.

Distribution

L'entreprise est le quatrième câblodistributeur en importance au Canada (836 000 abonnés) et le deuxième au Québec. Cent trente mille d'entre eux sont abonnés au câble numérique.

Parts de marché : 11 %.

Elle offre aussi des services de télévision numérique ainsi que l'accès à Internet haute vitesse par câble (158 000 abonnés). Elle se classe à cet égard au septième rang des fournisseurs d'accès aux abonnés résidentiels canadiens.

Autres activités

Cogeco œuvre aussi en production télévisuelle.

Revenus

532 millions \$ (2002).

2.8. CHUM LIMITED

CHUM est une entreprise qui œuvre dans les secteurs de la télévision et de la radio.

Télévision

CHUM est l'une des principales entreprises de télédiffusion au Canada. Elle a en quelque sorte révolutionné la télévision conventionnelle en créant le modèle Citytv qui s'adresse spécifiquement à un auditoire plus jeune. Elle gère huit stations non-affiliées à l'un ou l'autre des réseaux de télévision et situées en Ontario ainsi qu'en Colombie-Britannique. Les stations diffusent plusieurs émissions locales et bon nombre de productions réalisées par le groupe. CHUM contrôle également neuf services analogiques de télévision spécialisée (l'un d'eux est consacré à l'information régionale en continu pour la population du sud de l'Ontario et est possédé en partenariat avec Quebecor) et sept autres numériques.

Parts de marché : 7 % au Canada (excluant le Québec) et 0,8 % au Québec.

Radio

L'entreprise possède 28 stations (13 MA et 15 MF) de langue anglaise implantées surtout en Ontario (20 stations) mais aussi dans les autres parties du Canada.

Parts de marché : 7 % à l'échelle du Canada.

Autres activités

L'entreprise coordonne de nombreux sites web rattachés à ses canaux spécialisés.

Le groupe vend des émissions ainsi que des concepts d'émissions et de canaux spécialisés dans plusieurs pays.

Revenus

480 millions \$ (2002).

2.9. ASTRAL MÉDIA

Astral Média est une entreprise qui œuvre principalement dans le domaine de la télévision spécialisée et de la radio.

Télévision

Astral possède, en tout ou en partie, six services de télévision payante ou à la carte ainsi que dix canaux analogiques de télévision spécialisée, tant de langue anglaise que de langue française. Cela en fait le plus important diffuseur dans ce créneau de la télévision payante et spécialisée au Canada.

Parts de marché : 1,9 % au Canada (excluant le Québec) et 6,3 % au Québec.

Radio

Le groupe Astral est présent au Québec, au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse et comprend 24 stations⁹. Seize d'entre elles sont situées au Québec dont celles des réseaux Radio Énergie et RockDétente (au premier rang de l'écoute dans presque tous les marchés).

Parts de marché : 3 % à l'échelle du Canada dans les deux langues et 17 % en français¹⁰.

Autres activités

Astral Média possède aussi 79 % d'une importante société d'affichage (Omni) et détient 51 % de la compagnie Artech Digital Entertainment, qui développe des jeux électroniques et des logiciels tout en se consacrant à la mise au point de programmation destinée à la télévision interactive.

Revenus

400 millions \$ pour l'année 2002.

9. Après la vente de neuf stations à Quebecor-Radio Nord qui sera étudiée par le CRTC en février 2002.

10. Ces parts de marché ont été établies avant l'acquisition par Astral de stations du groupe Télémédia.

2.10. POWER CORPORATION

Power Corporation est présente au Québec dans le domaine de la presse écrite.

Journaux

Sa filiale Gesca détient sept quotidiens, dont *La Presse* à Montréal et *Le Soleil* à Québec. Gesca accapare 52 % du tirage des quotidiens de langue française. Depuis novembre 2001, Gesca détient une participation minoritaire, aux côtés de Transcontinental et de l'entreprise suédoise Metro International, dans *Métro*, un quotidien distribué gratuitement aux usagers du métro de Montréal. Gesca est également propriétaire de trois hebdomadaires.

Autres activités

Le groupe opère Cyberpresse, un portail présentant les contenus de l'ensemble de ses quotidiens.

À l'étranger, Power Corporation a des intérêts dans la société de portefeuille Groupe Bruxelles-Lambert aux côtés du groupe Frère de Belgique. Le Groupe Bruxelles-Lambert détient 25,1 % de Bertelsmann, une multinationale spécialisée dans les médias et le divertissement : stations de radio et de télévision dans de nombreux pays d'Europe (RTL Group), journaux, magazines, édition de livres, musique, impression et commerce électronique. Bertelsmann compte quelque 80 000 employés. L'Observatoire européen de l'audiovisuel place l'entreprise au sixième rang des groupes médiatiques à l'échelle mondiale.

Power Corporation est active dans divers autres domaines, tant au Canada qu'à l'étranger : services financiers, assurances, négoce, production industrielle et énergie.

Revenus

18,6 milliards \$ (2001), dont 330 millions pour les activités de Gesca.