



CIRANO

Allier savoir et décision

LE QUÉBEC DES BÂTISSEURS



LE PARCOURS DES
BARONS
QUÉBÉCOIS DES
MÉDIAS

PIERRE LORTIE

PR

2024PR-07
POUR RÉFLEXION

Les documents Pour Réflexion... visent à proposer, par l'entremise de résultats de recherche appliquée ou de documents de réflexion, des actions à privilégier pour accélérer la reprise, assurer une croissance économique durable, dynamiser les régions du Québec et résorber le déficit budgétaire à venir tout en maintenant un financement adéquat pour la santé et l'éducation. Ces documents sont sous la seule responsabilité des auteurs.

The papers For Reflection... aim to propose, through applied research results or discussion documents, actions to be taken to accelerate recovery, ensure sustainable economic growth, energize Quebec's regions and reduce the future budget deficit while maintaining adequate funding for health and education. These documents are the sole responsibility of the authors.

Le CIRANO est un organisme sans but lucratif constitué en vertu de la Loi des compagnies du Québec. Le financement de son infrastructure et de ses activités de recherche provient des cotisations de ses organisations-membres, d'une subvention d'infrastructure du gouvernement du Québec, de même que des subventions et mandats obtenus par ses équipes de recherche.

CIRANO is a private non-profit organization incorporated under the Quebec Companies Act. Its infrastructure and research activities are funded through fees paid by member organizations, an infrastructure grant from the government of Quebec, and grants and research mandates obtained by its research teams.

Les partenaires du CIRANO – CIRANO Partners

Partenaires corporatifs – Corporate Partners

Autorité des marchés financiers
Banque de développement du Canada
Banque du Canada
Banque nationale du Canada
Bell Canada
BMO Groupe financier
Caisse de dépôt et placement du Québec
Énergir
Hydro-Québec
Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Intact Corporation Financière
Investissements PSP
Manuvie Canada
Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
Ministère des finances du Québec
Mouvement Desjardins
Power Corporation du Canada
Ville de Montréal

Partenaires universitaires – Academic Partners

École de technologie supérieure
École nationale d'administration publique
HEC Montréal
Institut national de la recherche scientifique
Polytechnique Montréal
Université Concordia
Université de Montréal
Université de Sherbrooke
Université du Québec
Université du Québec à Montréal
Université Laval
Université McGill

Le CIRANO collabore avec de nombreux centres et chaires de recherche universitaires dont on peut consulter la liste sur son site web. *CIRANO collaborates with many centers and university research chairs; list available on its website.*

© Décembre 2024. Pierre Lortie. Tous droits réservés. *All rights reserved.* Reproduction partielle permise avec citation du document source, incluant la notice ©. *Short sections may be quoted without explicit permission, if full credit, including © notice, is given to the source.*

Les idées et les opinions émises dans cette publication sont sous l'unique responsabilité des auteurs et ne représentent pas les positions du CIRANO ou de ses partenaires. *The observations and viewpoints expressed in this publication are the sole responsibility of the authors; they do not represent the positions of CIRANO or its partners.*

LE QUÉBEC DES BÂTISSEURS

Le parcours des barons québécois des médias

Pierre Lortie ¹

Octobre 2024

Résumé / abstract

Ce chapitre retrace le rôle de premier plan joué par les entrepreneurs québécois dans le développement d'une industrie des médias et d'un riche écosystème, depuis les débuts de la radiodiffusion dans les années 1920 jusqu'à aujourd'hui. La chronologie des étapes est déterminée par l'évolution des technologies - radio, télévision hertzienne, câblodistribution, Internet - et par les changements apportés au cadre réglementaire pour refléter les changements dans la structure de l'industrie médiatique et la nature de l'environnement concurrentiel. Le récit met l'accent sur la contribution des universités à la formation des professionnels et des artisans de l'audiovisuel, et sur l'accès au capital en tant que condition nécessaire pour assurer la compétitivité et soutenir la croissance des entreprises. Les principales étapes du développement de Cogeco, Québecor et TC Transcontinental, les trois principales entreprises du secteur aujourd'hui milliardaires, sont ensuite décrites. Le chapitre se termine par un résumé des défis auxquels sont confrontées toutes les catégories de médias et des initiatives prises par les gouvernements du Canada et du Québec pour contrer les effets délétères de la mainmise des géants du web sur l'industrie des médias.

This chapter recounts the leading role played by Quebec entrepreneurs in the development of a media industry and a rich ecosystem, from the very beginnings of broadcasting in the 1920s to the present day. The chronology of milestones is determined by the evolution of technologies - radio, terrestrial television, cable television, the Internet - and changes in the regulatory framework to reflect changes in the media industry structure and the nature of the competitive environment. The contribution of universities to the training of audiovisual professionals and craftsmen is emphasized as well as access to capital as a necessary condition for ensuring competitiveness and supporting business growth. The main stages in the development of Cogeco, Québecor and TC Transcontinental, the three main companies in the sector that are now billionaires, are then described. The chapter concludes with a summary of the challenges facing all media categories, and the initiatives taken by the governments of Canada and Quebec to counter the deleterious effects of the web giants' stranglehold on the media industry.

Mots clés/keywords: agence de publicité, audiovisuel, câblodistribution, Conseil de la radiodiffusion et de la télévision canadienne (CRTC), dépenses publicitaires, presse écrite, production cinématographique, quotidiens, radio, radiodiffusion, télécommunications, télévision / Advertising agency, Audiovisual, Cable distribution, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), Advertising expenditures, Print media, Film production, Daily newspapers, Radio, Broadcasting, Telecommunications, Television

Remerciements : L'auteur tient à remercier Jean-Louis Dufresne, Raquel Fonseca, Guy Fournier, Rémi Marcoux, Jacques Parisien, André Pratte, François Vaillancourt et Caroline Méthot, pour leurs commentaires et observations.

Pour citer ce document : Lortie, P. (2024). Le parcours des barons québécois des médias (2024PR-07, Pour réflexion, CIRANO.) <https://doi.org/10.54932/KARV7257>

¹ Conseiller principal, Affaires, Dentons Canada S.E.N.C.R.L.

Les opinions exprimées dans ce texte sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement les vues du cabinet Dentons Canada ou de ses associés.

TABLE DES MATIÈRES

| | | |
|-----|---|----|
| 1. | Introduction..... | 5 |
| 2. | Un environnement porteur | 6 |
| 2.1 | Des politiques publiques d'un caractère structurant..... | 9 |
| 2.2 | Pour favoriser le développement d'une industrie audiovisuelle | 11 |
| 3. | Un siècle de stations radiophoniques privées..... | 13 |
| 3.1 | Restructuration en réseau pour répondre à l'impératif de rentabilité..... | 16 |
| 4. | La télévision privée prend son essor | 19 |
| 4.1 | La restructuration du secteur s'amorce | 20 |
| 4.2 | Un écosystème commercial dynamique | 21 |
| 4.3 | De nouveaux acteurs s'imposent | 24 |
| 5. | De grandes réussites entrepreneuriales qui se poursuivent..... | 25 |
| 5.1 | Québecor..... | 25 |
| 5.2 | Cogeco..... | 28 |
| 5.3 | TC Transcontinental | 30 |
| 6. | Le tocsin de la presse papier a sonné..... | 32 |
| 7. | De nouveaux entrepreneurs entrent en action..... | 33 |
| 8. | Les télécommunications..... | 35 |
| 9. | De Gutenberg à McLuhan et Zuckerberg | 36 |
| 10. | Conclusion | 40 |
| | BIBLIOGRAPHIE | 41 |

TABLEAUX

| | | |
|-----------|---|----|
| Tableau 1 | Valeur des principales entreprises médiatiques..... | 5 |
| Tableau 2 | Évolution des dépenses publicitaires par secteur médiatique au Québec..... | 8 |
| Tableau 3 | Évolution des marges bénéficiaires des médias privés au Québec..... | 8 |
| Tableau 4 | Part du marché publicitaires..... | 28 |
| Tableau 5 | Portrait de l'acquisition des hebdomadaires de TC Transcontinental au Québec..... | 31 |
| Tableau 6 | Portrait de la radio privée commerciale..... | 35 |
| Tableau 7 | Profitabilité de la radio commerciale au Canada..... | 35 |
| Tableau 8 | Restructuration des médias au Québec (2023)..... | 40 |

1. Introduction

« Il existe à notre avis une autre question dont la portée est immense sur le développement économique de la province de Québec [...]. C'est le rôle mineur que les Canadiens français ont joué dans le développement en ce qui concerne particulièrement l'exercice de la fonction essentielle d'entrepreneur. [...] En effet, il s'agit de savoir pourquoi la communauté canadienne-française ne produit pas davantage d'entrepreneurs. »

André Raynauld

Le Québec du 20^{ème} siècle n'était pas un « désert entrepreneurial ». Les données sur la création d'entreprises montrent qu'entre 1905 et 1980, le nombre de nouvelles entreprises créées au Québec a triplé à tous les dix ans. En 1983, le taux de création de nouvelles entreprises par 1 000 habitants au Québec était comparable à celui observé aux États-Unis (Toulouse, 1986).

Au-delà du nombre, c'est l'impact des nouvelles entreprises sur l'économie et la création de richesse qui importe. Il est maintenant bien établi que la très grande majorité des nouvelles entreprises sont des entreprises « banales » qui dépendent de l'évolution démographique, de la demande locale et du dynamisme économique ambiant (Hurst et Pugsley, 2011). Il s'ensuit que la performance économique d'une région dépend d'une minorité d'entreprises à forte croissance qui sont généralement exportatrices (Acs et al., 2008). Bien que ces entreprises motrices ne comptent que pour environ 6 % du nombre total d'entreprises, elles sont responsables de la création de la majorité des emplois nets (Parsley et Halabisky, 2008).

Le diagnostic d'André Raynauld (Raynauld, 1961) soulève en filigrane une question fondamentale, à savoir pourquoi, dans les décennies d'après-guerre, les entrepreneurs francophones du Québec ont développé très peu de grandes entreprises capables de rivaliser à l'échelle canadienne et internationale et d'exercer un leadership dans leurs industries respectives alors que le Québec connaissait un rythme rapide de croissance économique et d'urbanisation. Cette anémie entrepreneuriale découle dans une certaine mesure de l'attitude des membres de la Bourse de Montréal qui voyait leur rôle au niveau du financement comme étant limité à celui de distribuer aux institutions financières locales des obligations émises par le gouvernement du Québec et ses sociétés d'État, les municipalités, les commissions scolaires, les hôpitaux et les institutions religieuses. Ce n'est qu'en 1960 avec la nomination d'Eric Kierans à la présidence de la Bourse de Montréal qu'un effort concerté et conséquent a été déployé visant à promouvoir les bénéfiques associés au financement public auprès d'entrepreneurs francophones québécois.² Cela explique en partie cette dichotomie dans la structure industrielle et commerciale du Québec où les entreprises fondées par des anglophones étaient concentrées dans des secteurs à forte intensité de capital, tandis que celles fondées par des francophones étaient surtout dans des secteurs où la proximité avec les clients était un atout nécessaire (Toulouse, 1986).

Ainsi, on observe que l'esprit d'entreprise au Québec s'est manifesté de façon remarquable dans l'industrie des médias, des télécommunications et des secteurs connexes, notamment grâce au dynamisme d'entrepreneurs québécois francophones qui, au fil des ans, ont structuré l'industrie médiatique et construit des entreprises d'envergure dont les activités dépassent largement les frontières du Québec. C'est le cas, par exemple, de Québecor, de Cogeco et de TC Transcontinental, dont la valeur d'entreprise se chiffre en milliards de dollars, ou de Stingray, une jeune entreprise qui s'est taillé une solide réputation internationale et dont la valeur excède déjà plus de 900 millions de dollars. Ce faisant, ils ont également contribué à l'émergence et au développement d'un écosystème riche et dynamique d'entreprises de l'audiovisuel dans les secteurs culturel et commercial qui a peu d'équivalents ailleurs au Canada.

² Eric Kierans a dirigé la Faculté de commerce de l'Université McGill de 1953 jusqu'à sa nomination en 1960. Élu en 1963, il a occupé successivement les postes de ministre du Revenu (1963-1965) et de la Santé (1965-1966) au gouvernement du Québec.

| Tableau 1 : Valeur des principales entreprises médiatiques (en milliards de dollars)* | |
|--|--------------|
| | 2024 (\$) |
| Québecor | 15,01 |
| Cogeco Communications | 7,68 |
| Cogeco Inc. | 5,60 |
| TC Transcontinental | 1,45 |
| Stingray | 0,966 |
| Groupe TVA | 0,685 |

Source: Yahoo Finance, mai 2024

2. Un environnement porteur

L'intérêt précoce des universités québécoises et de leurs collèges affiliés pour la recherche et l'enseignement de la télégraphie sans fil (TSF) n'est pas étranger à cette réussite entrepreneuriale. Dès 1899, des travaux de recherche appliquée en TSF sont menés au département de physique de l'Université Laval. En 1900, le professeur Henri Simard perfectionne ses connaissances scientifiques à la Sorbonne et à l'Institut catholique de Paris, où enseigne Édouard Branly, l'inventeur du radio-conducteur qui est un élément essentiel pour le fonctionnement du système TSF.

À cette époque, les travaux de recherche et de développement scientifiques et industriels en matière de technologie sans fil se poursuivaient dans plusieurs pays européens où les scientifiques étaient généralement en contact entre eux. Paris est un carrefour important de ce réseau. À son retour, et soucieux de diffuser les connaissances sur la technologie émergente, le professeur Simard inclut dans son *Traité élémentaire de physique* publié en 1903 à l'usage de tous les collèges affiliés à l'Université Laval et des académies scientifiques et commerciales, un chapitre sur « les ondes hertziennes et les systèmes de télégraphie sans fil ».

En 1909, Guglielmo Marconi, l'inventeur du radiotélégraphe, établit une usine de fabrication à Montréal.³ La forte demande de l'industrie et du gouvernement canadien, notamment dans les secteurs de la navigation maritime et du transport ferroviaire pour du personnel bien formé en télégraphie sans fil et la maîtrise du code Morse, amène le gouvernement fédéral à émettre des licences pour des stations expérimentales. En 1913-1914, 18 des 47 stations expérimentales (38 %) se trouvent au Québec,⁴ ce qui témoigne du grand intérêt que suscite cette technologie naissante. Cet intérêt pour la TSF est fortement moussé par son utilisation à des fins militaires durant la Première Grande Guerre. En 1915, Marconi Wireless Company of Canada, ouvre un centre de formation en radiotélégraphie adossé à la station radio expérimentale, XWA (Montréal)⁵, afin de compléter la formation des étudiants techniciens par une expérience pratique en communications (Pagé, 2007). L'insertion de chercheurs et d'ingénieurs québécois dans les réseaux européens et américains d'échange et de coopération portant sur la télégraphie sans fil fait en sorte que dès cette époque la connaissance de la TSF était bien maîtrisée dans les collèges et universités québécoises (Boucher, 1920). L'accent sur la formation de techniciens en radiophonie s'intensifie. En 1922, 7 des 13 licences d'écoles de formation au Canada sont attribuées à des institutions d'enseignement québécoises.

³ Marconi n'était pas seulement un remarquable entrepreneur, mais aussi un scientifique. Il a reçu, conjointement avec Ferdinand Braum, le prix Nobel de physique de 1909 « en reconnaissance de ses contributions à la télégraphie sans fil ».

⁴ En 1911, la population du Québec comptait pour 28 % de celle du Canada.

⁵ L'indicatif fut changé pour CFCF en 1922.

Ainsi, l'entrée en ondes de stations radiophoniques québécoises se développe de façon contemporaine avec le déploiement de la radiodiffusion en Europe et aux États-Unis.⁶

Le rôle majeur joué par des ingénieurs québécois francophones au développement de la radiodiffusion au Canada témoigne de la profondeur de l'expertise qui existait à l'époque. Parmi ces figures de proue, on retrouve Augustin Frigon et Joseph-Alphonse Ouimet. En 1923, Frigon, alors directeur de l'École Polytechnique de Montréal, est chargé de trouver le moyen d'éliminer les interférences hertziennes entre les stations radiophoniques canadienne⁷; dans les années qui suivent, il joue un rôle déterminant dans le développement de la radio au Canada (Canuel, 1995). Ouimet qui a débuté sa carrière à Montréal chez Canadian Television Limited où il met au point en 1932 le premier téléviseur au Canada joint la Commission canadienne de radiodiffusion en 1934. En 1948, à titre d'ingénieur principal, il est chargé de créer un réseau de télédiffusion au Canada.⁸

L'industrie médiatique présente donc un terreau fertile pour identifier la constellation de facteurs qui ont favorisé l'émergence au Québec d'entreprises médiatiques motrices et l'éclosion d'un riche écosystème autour de ce secteur. Pour bien comprendre son état actuel, il faut connaître sa trajectoire historique et ses perspectives d'avenir. Notre rétrospective est centrée sur l'action des entrepreneurs qui ont façonné l'industrie québécoise des médias et des télécommunications, depuis les débuts de la radiodiffusion dans les années 1920 jusqu'à aujourd'hui. Le récit met également l'accent sur les facteurs habilitants qui ont influencé la trajectoire du développement des entreprises québécoises du secteur médiatique et de son écosystème, notamment ceux relatifs à la disponibilité d'un personnel bien formé, l'accès à des capitaux permanents, ainsi qu'aux politiques publiques concernant la radiodiffusion, l'audiovisuel et les télécommunications et au cadre réglementaire qui a balisé l'évolution et les pratiques de la presse électronique au Canada.

L'histoire se poursuit avec une rétrospective de l'industrie radiophonique, maintenant centenaire. À l'origine, le déploiement des stations de radio dans toutes les régions du Québec était principalement le fait d'entrepreneurs. Alors que l'industrie atteint sa maturité et fait face à des pressions qui minent la rentabilité des stations indépendantes, quelques entrepreneurs prennent l'initiative de restructurer l'industrie en réseaux privés en concurrence avec le réseau français de Radio-Canada.

Le développement de la télévision commerciale fait l'objet de la section suivante. Comme dans le cas de la radio, l'histoire du déploiement de la télévision au Québec est d'abord l'œuvre d'entrepreneurs. On y retrace la naissance de ce média de masse au Québec dans les années 50, la couverture rapide des régions par la création de nouvelles stations par des entrepreneurs locaux et l'évolution de cette industrie à la suite de l'arrivée de la câblodistribution. La section fait également état du développement de grandes entreprises médiatiques capables de rivaliser au Québec et ailleurs, ainsi que celui d'importantes agences de publicité et de communication.

Les principales étapes du développement et de la croissance de Québecor, de Cogeco et de TC Transcontinental sont décrites dans la section suivante. L'histoire se poursuit avec le récit des tribulations de la presse écrite et celui des succès des entrepreneurs québécois dans l'industrie des télécommunications.

⁶ L'entrée en ondes de la première station radio en Angleterre date d'avril 1920 (créée par Marconi); de décembre 1921 en France (Radio Tour Eiffel); de 1927 au Luxembourg (Radio Luxembourg). Aux États-Unis, la première station commerciale entre en ondes en 1919 (RCA de General Electric). Les stations privées s'y multiplient à partir de mars 1920 alors qu'en Europe les stations sont généralement de propriété publique. Au Canada, la première station commerciale, XWA Montréal de Marconi, entre en ondes en 1919 (renommée CFCF en 1920), suivie de CKAC Montréal de La Presse en mai 1922 et de CJBC de Dupuis Frères, cinq mois seulement après Radio Tour Eiffel.

⁷ Diplômé de l'École Polytechnique de Montréal et du Massachusetts Institute of Technology (MIT), de l'École supérieure d'électricité de Paris et de la Faculté des sciences de l'Université de Paris, Frigon a servi à titre de membre de la Commission Royale de la Radiodiffusion (Commission Aird) et chef négociateur du Canada à la Conférence de La Havane sur les fréquences radio. En 1912, il s'associe avec Arthur Surveyer pour former la firme d'ingénierie Surveyer & Frigon, l'ancêtre de SNC-Lavalin devenu AtkinsRéalis en 2023. Il devient directeur général de la Société Radio-Canada en 1944 où il a joué un rôle prépondérant dans l'établissement du réseau français de Radio-Canada à travers le Canada. Son état de santé le force à démissionner en 1951..

⁸ J. A-Ouimet a été nommé directeur général de la Société Radio-Canada en 1953. Il occupe la présidence de la Société de 1958 à 1967. Entre 1969 et 1980, il assume la présidence du conseil d'administration de TéléSAT Canada.

Les observations qui ressortent de cette rétrospective du rôle joué par les entrepreneurs québécois majoritairement francophones depuis les débuts des industries des médias et des communications sont résumées dans la dernière section.

La période de 1940 à 1980 fut incontestablement un âge d'or pour les propriétaires de médias, nourrissant de ce fait un climat favorable à l'entrepreneuriat (Tworek et Hamilton, 2016). Depuis, l'évolution rapide des comportements, accentuée par la transformation constante des habitudes et des rituels de consommation de l'information, et les développements technologiques à une échelle sans précédent, conduisant à la prolifération des contenus et à la fragmentation de l'audience, entraînent l'industrie des médias dans une grave crise structurelle. Le modèle d'affaires est rendu caduque car ces changements donnent lieu à un déplacement conséquent des médiums utilisés pour la publicité. Alors qu'en 2010, les dépenses publicitaires annuelles hors médias ne représentaient que 17 % du total, cette proportion a atteint 59 % en 2020 (ISQ, 2021). Les sommes en jeu sont considérables. Entre 2003 et 2020, les dépenses publicitaires hors médias au Québec ont augmenté de 557 millions de dollars, alors que le secteur médiatique connaissait une baisse de 602 millions de dollars.

| Tableau 2 : Évolution des dépenses publicitaires par secteur médiatique au Québec (en millions de dollars)* | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|
| | 2003 (\$) | 2013 (\$) | 2020 (\$) |
| Télévision | 589 | 722 | 525 |
| Quotidiens | 507 | 456 | 165 |
| Radio | 230 | 302 | 233 |
| Hebdos | 169 | 162 | 93 |
| Magazines | 145 | 130 | 22 |
| Total : | 1640 | 1772 | 1038 |

Source: Daniel Giroux (2022)

Ce déplacement des placements publicitaires a pour effet direct de comprimer les marges bénéficiaires et rendre obsolètes les modèles économiques existants. La viabilité à long terme de secteurs entiers de l'industrie est ainsi remise en question, non seulement au Canada mais à travers le monde (Attali, 2021 ; Minow, 2021).

| Tableau 3 : Évolution des marges bénéficiaires des médias privés au Québec (2000 – 2020 en pourcentage des revenus)* | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|
| | 2000 (%) | 2010 (%) | 2020 (%) |
| Télévisions généralistes privées | 13 | 10 | -23,1 |
| Télévisions spécialisées de langue française | 20 | 25 | 11 |
| Radio | 15 | 19 | 12 |
| Journaux quotidiens et hebdomadaires | 17,6 | 14,4 | 11,7 |
| Magazines | 12,7 | 11,2 | 3 |

*Avant intérêts et impôts
Source: Daniel Giroux (2022)

2.1 Des politiques publiques d'un caractère structurant

Le cadre réglementaire régissant la radio et la télévision canadiennes trouve son origine dans la réponse du gouvernement canadien aux conclusions du rapport de la Commission Aird (Gouvernement du Canada, 1929). Chargée d'enquêter sur l'état de la radiodiffusion, cette commission royale répondait aux préoccupations de nombreux Canadiens qui, en raison du fait que la puissance des antennes des stations américaines dépassait largement celle des stations canadiennes et de la popularité des programmes radiophoniques américains, insistaient sur la nécessité de contrer la menace d'une « annexion culturelle » par les États-Unis, l'urgence d'agir bien saisie dans la formule lapidaire « c'est l'État ou les États-Unis ». S'inspirant de l'exemple de la British Broadcasting Corporation (BBC), la Commission recommande la création d'une société publique de radiodiffusion « qui posséderait et exploiterait toutes les stations de radio situées au Canada ».

À la suite du dépôt du rapport de la Commission, le gouvernement conservateur de Richard Bennett intervient dans le domaine de la radiodiffusion avec l'adoption de la Loi sur la radiodiffusion canadienne de 1932. Face aux profondes difficultés financières et sociales causées par la crise économique de 1929, le climat n'est pas propice à l'idée de financer un système public de radiodiffusion, comme le recommandait la Commission Aird. Dans ces conditions, l'option d'un système hybride « public-privé » soumis à l'autorité d'une agence de réglementation autonome est jugée préférable. Cette option a non seulement l'avantage de limiter l'utilisation des fonds publics, mais elle offre de meilleures garanties que le système canadien de radiodiffusion sera libre d'ingérence politique et reflètera mieux la diversité des idées et la pluralité des voix qui s'expriment au sein de la population canadienne. À cette fin, la Loi crée le Conseil canadien de la radiodiffusion (CCR) et lui transfère la propriété du réseau radiophonique pancanadien du CN composé de onze stations que cette société d'État basée à Montréal avait mis en place en 1923. L'initiative fédérale a donné lieu à un débat constitutionnel sur la question de savoir qui du gouvernement fédéral ou des provinces a le pouvoir de légiférer en matière de radiocommunications. Ce débat a été tranché par la décision de 1932 du Comité judiciaire du Conseil privé britannique qui a accordé au Parlement canadien la compétence exclusive pour légiférer sur les communications radio, y compris la télévision (Rémillard, 1973).

En 1936, à l'instigation du gouvernement libéral de Mackenzie King, le Parlement adopte une nouvelle Loi canadienne de la radiodiffusion qui crée la Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada, une société d'État à laquelle sont transférés le patrimoine et les principales fonctions du CCR, y compris la responsabilité de réglementer et de superviser la programmation des stations privées et communautaires. Dans son rapport publié en 1951, la Commission Massey conclut que le système hybride de radiodiffusion qui s'est développé au Canada « est admirablement bien adapté à nos besoins propres » et, sachant que la télévision avait été introduite aux États-Unis en 1948, recommande que le modèle soit étendu à la télévision à l'arrivée de ce nouveau média de masse (Gouvernement du Canada, 1951).

L'amalgame de responsabilités confiées au Bureau des gouverneurs de la Société Radio-Canada place le Bureau dans une situation de juge et partie ce qui soulève des critiques et des récriminations de la part des radiodiffuseurs privés qui s'objectent à être réglementés par leur principal concurrent. À la suite des recommandations de la Commission Fowler (Gouvernement du Canada, 1957), qui suggère notamment d'établir une séparation effective des pouvoirs entre la diffusion et la réglementation,⁹ le gouvernement conservateur de John Diefenbaker donne suite à cette recommandation en faisant adopter la Loi sur la radiodiffusion de 1958 qui crée deux organismes distincts : un conseil d'administration pour la Société Radio-Canada et un organisme de réglementation indépendant, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR), qui a compétence sur l'ensemble du système canadien de radiodiffusion. Ce faisant, le principe d'un « système unique » comprenant les secteurs privé, public et communautaire réglementés par un seul organisme autonome est établi dans la législation. Cet organisme fut remplacé par le Conseil de la radiodiffusion et de la télévision canadiennes (CRTC) avec l'adoption de la Loi sur la radiodiffusion de 1968. Cette nouvelle loi consacrait l'importance d'établir et de

⁹ À cet égard, il faut souligner que le Rapport Fowler reprend la position défendue dans le rapport minoritaire d'un membre de la Commission Aird, Arthur Surveyer, l'un des fondateurs de la firme d'ingénierie SNC, qui recommandait la création d'un organisme de réglementation indépendant pour la radiodiffusion et la télévision.

maintenir un système de radiodiffusion pancanadien offrant un service en anglais et en français. De plus, cette loi a assujettie la câblodistribution à l'autorisation et au contrôle du CRTC, resserré les restrictions sur la propriété étrangère des entreprises de radio et de télévision introduites en 1958¹⁰ et a imposé aux stations l'obligation de consacrer une part importante de leur temps d'antenne au contenu canadien¹¹, ce qui a grandement favorisé le développement au Québec d'une industrie audiovisuelle dynamique de calibre international.

Le CRTC a donné corps à cette exigence législative en adoptant des règlements imposant des minima de contenu canadien aux stations de radio et de télévision qui sont tenues de lui consacrer une part spécifique de leur temps de diffusion, dont des minima hebdomadaires de musique canadienne pour la radio anglophone et les diffuseurs francophones. Ces exigences se sont avérées particulièrement structurantes au Québec car elles ont favorisé la création d'émissions originales par des auteurs et artistes québécois – notamment les romans radiophoniques et télé-feuilletons auxquels la population francophone s'identifie – l'émergence de sociétés de production audiovisuelle indépendantes (cinéma et télévision) et la présence de la musique québécoise sur les ondes qui a favorisé la création d'un véritable système de vedettariat local d'artistes populaires. Les données sur les heures d'écoute sont éloquentes à cet égard. Ainsi, en 1984, les émissions canadiennes de langue française occupaient 56 % du temps d'antenne et 65 % de l'écoute aux heures de pointe (19h – 23h) à la télévision francophone, alors que celles de langue anglaise n'occupaient que 26 % et 24 % respectivement à la télévision anglophone.

L'avènement de la câblodistribution au début des années 1970 a soulevé à nouveau la question juridictionnelle. Celle-ci a été résolue en 1978 par un jugement de la Cour suprême du Canada confirmant la compétence fédérale sur les entreprises de réception de radiodiffusion.

Afin de préserver la diversité éditoriale et des sources de nouvelles, de favoriser le pluralisme et assurer l'indépendance et l'intégrité de l'information, le CRTC a adopté des règles concernant la propriété commune des médias qui édictent des limites quant au nombre de médias qu'une société ou une personne physique peut détenir le contrôle dans le même marché. De plus, les règles concernant la propriété de stations radio et de télévision sont calibrées selon la taille du marché et du niveau de concurrence qui y prévaut. Ces dispositions concernant la concentration s'ajoutent à la réglementation en vigueur entre 1920 et 1997, qui veillait à ce que les entreprises de télécommunications ne puissent pas offrir des services de radiodiffusion, et plus tard de câblodistribution, évitant ainsi une trop grande concentration du pouvoir économique. En juillet 1982, les règles concernant la propriété commune de médias sont resserrées par une directive du gouvernement interdisant au CRTC d'émettre ou de renouveler une licence à un requérant dont les activités sont dirigées par le propriétaire d'un quotidien (Gouvernement du Canada, 1982). Cette directive a été abrogée par le gouvernement conservateur de Brian Mulroney en mai 1985 (Gouvernement du Canada, 1985).

Le refus du CRTC d'autoriser l'acquisition de Télé-Métropole par Power Corporation en 1986 malgré l'ouverture du gouvernement (CRTC, 1986)¹² et, en 2003, celui concernant l'achat des stations de Radio-Média détenues par Astral par une coentreprise formée de Groupe TVA inc. et Radio-Nord Communications inc. avec 60 % et 40 % des droits de vote respectivement en raison de la trop grande concentration des médias sous le contrôle de Québecor qui en résulterait, ont été marquantes (CRTC, 2003).

À terme, le cadre réglementaire canadien a favorisé la formation de grands groupes médiatiques en empêchant la monopolisation des ondes dans les marchés locaux et régionaux et l'érection de barrières interprovinciales, en encourageant la concurrence entre des entreprises disposant de ressources, en empêchant les sociétés de

¹⁰ Suite à l'adoption de la loi, le gouvernement du Canada a émis une directive au CRTC lui interdisant d'émettre une licence de radiodiffusion à une entreprise détenue à plus de 20 % par une entreprise étrangère.

¹¹ La Loi de 1968 fut remplacée en 1991 par la *Loi sur la radiodiffusion*. Le mandat du CRTC a été étendu au secteur des télécommunications par la *Loi sur les télécommunications* de 1993.

¹² Le CRTC a justifié sa décision par des considérations d'intérêt public. À l'époque, Power Corporation était propriétaire de La Presse Ltée, du Nouvelliste (Trois-Rivières), de la Tribune (Sherbrooke) et la Voix de l'Est (Granby). À titre personnel, Paul Desmarais était l'un des actionnaires majoritaires de Prades Inc. qui contrôlait CHAU-TV (Carleton) et les stations radiophoniques CKSM (Shawinigan) et CFLP (Rimouski).

télécommunications de phagocyter le marché des câblodistributeurs, en protégeant la propriété canadienne des médias électroniques basée au Canada et en favorisant le développement d'une industrie de l'audiovisuel de classe mondiale.

Ce cadre réglementaire structurant s'est révélé déterminant eu égard au développement et à l'évolution de la propriété des entreprises médiatiques au Canada. Tout comme Québecor, Cogeco et Astral Média, les principales entreprises médiatiques ailleurs au Canada ont été fondées – et sont longtemps demeurées ou sont encore – sous le contrôle de familles d'entrepreneurs: Rogers Communications par Ted Rogers, Joel Aldred et les familles Bosset et Eaton de Toronto en 1960 ; Shaw Communications par J.R. Shaw de 1966 à 2023 ; Canwest Global Communications Corporation par Izzy Asper en 1974 et Postmedia Network par Paul Godfrey en 2010, alors qu'aux États-Unis, la majorité des grandes entreprises médiatiques sont détenues par de grands conglomérats.¹³

2.2 Pour favoriser le développement d'une industrie audiovisuelle

En mars 1967, le parlement du Canada a adopté la loi créant la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC). Organisme de financement, la SDICC a pour mission de promouvoir le développement d'une industrie du long métrage au Canada. L'action de la société est soutenue par une mesure fiscale accordant un taux élevé de déduction pour amortissement aux longs métrages destinés aux salles de cinéma.¹⁴

Ces mesures fiscales n'ont pas eu pour effet de stimuler l'activité commerciale de l'industrie cinématographique québécoise. Contrairement au Canada anglais, le marché limité des films de langue française en Amérique du Nord a laissé les investisseurs indifférents, malgré le succès international de réalisateurs tels que Claude Jutra, Gilles Carle, Michel Brault et Denys Arcand. Résultat : entre 1978 et 1981, seulement 3 % des longs métrages produits au Canada sont en français.

Constatant les résultats mitigés de ce programme, le ministre fédéral des Communication, Francis Fox, a donné suite à la recommandation du rapport Applebaum-Hébert (Gouvernement du Canada, 1982) d'élargir le champ d'action de la SDICC pour y inclure la production d'émissions de télévision par des producteurs indépendants des réseaux de télévision. À cette fin, le Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision destiné à financer la production de tels programmes a été créé en juillet 1983. Les producteurs indépendants bénéficient également de crédits d'impôt auxquels les diffuseurs n'ont pas droit lorsqu'ils produisent des émissions à l'interne. À la suite de la création du Fonds, le nom de SDICC a été changé en 1984 pour Téléfilm Canada pour mieux refléter l'ensemble de ses activités.

L'impact de ces initiatives du gouvernement fédéral est accentué par l'adoption à Québec de la Loi sur le cinéma en juin 1983 qui donnait suite aux recommandations de la commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel présidé par Guy Fournier (Gouvernement du Québec, 1982). Cette loi a pour objet de favoriser, financement à l'appui, (i) l'implantation et le développement d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes dans le domaine du cinéma, et (ii) la participation des entreprises de télévision à la production et à la diffusion de films québécois. Cette loi a été complétée en 1995 par la création de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), qui a notamment pour mandat de soutenir et de promouvoir la production cinématographique au Québec. De plus, la société gère conjointement avec Revenu Québec le programme de crédit d'impôt pour les entreprises de production cinématographique et télévisuelle québécoise, qui peut couvrir jusqu'à 20 % du coût total d'une émission ou d'une série télévisée.

¹³ Les six grands conglomérats médiatiques et leurs revenus en 2022 sont Comcast (121,4 b\$); AT&T (120,7 b\$); The Walt Disney Company (ABC) (82,7 b\$); Paramount Global – CBS (30,15 b\$); Warner Bros. – Discovery Inc. (33,8 b\$); Fox News (13,6 b\$).

¹⁴ Le nom commercial de la SDICC a été changé pour Téléfilm Canada en février 1984. En 2024, le tiers (7/21) des longs métrages documentaires canadiens recevant une aide financière directe de Téléfilm ont été réalisés au Québec.

Reconnaissant les profonds développements sociaux, technologiques et commerciaux qui ont marqué l'évolution de la télévision canadienne au cours des années 1970 et 1980, la Loi sur la radiodiffusion de 1991 a apporté une révision importante à la législation de 1968, notamment en élargissant considérablement la définition d'une entreprise de radiodiffusion et les pouvoirs du CRTC. De plus, la loi précise que la programmation offerte par les radiodiffuseurs doit « faire appel de façon significative à des producteurs canadiens indépendants ». Cette exigence fut réaffirmée dans le décret du 22 novembre 2023 donnant des instructions au CRTC (Gouvernement du Canada, 2023).

À l'époque, les entreprises québécoises actives dans la production indépendante télévisuelle avaient, entre autres, pour nom : Conscient, les Production SDA, Communications Claude Héroux, les Production Prisma, Rose Films, Spectel Vidéo, Téléfiction, Sogestalt 2000, les Productions du Verseau, les Films Rozon, Productions PRAM, Cité Amérique et les Productions Guy Cloutier, auxquelles il faut ajouter aujourd'hui Zone 3. Cette société fondée en 2000 par André Larin, Michel Bissonnette, Vincent Leduc et Paul Dupont-Hébert, compte depuis 2006 Telesystem (25 %) et la CDPQ (25 %) parmi ses principaux actionnaires. En 2014, Zone 3 acquiert Cinémaginaire que Denise Robert et Daniel Louis avaient fondé en 1988. Cette société a produit plus de 55 films qui lui ont rapporté plus d'une centaine de prix dans le monde entier dont un Oscar, trois César (Académie des Arts et Technique du Cinéma-France) et un David di Donatello (Académie du cinéma italien).

Ces résultats ne sont pas étrangers au rôle qu'a joué l'Office national du film (ONF) dans le développement d'une industrie de classe mondiale à Montréal. Créé en 1939 à Ottawa, avec mandat de produire et de distribuer des films de langues française et anglaise, le siège social de l'entreprise est relocalisé à Montréal en 1956. À la suite de ce déménagement, l'ONF devient une importante pépinière de talents dans toutes les disciplines de la production cinématographique.¹⁵ La qualité de cette grande école est illustrée par le fait que l'ONF a été mis 78 fois en nomination aux Oscars et en a remporté 12.

Parmi les « gradués » de l'ONF, Daniel Langlois occupe une place particulière. Formé à l'animation par ordinateur à l'ONF, Langlois a fondé Softimage en 1986 dans le but de créer un logiciel d'animation 3D plus convivial. La qualité de cet outil a été reconnue par Steven Spielberg qui a utilisé le logiciel de Softimage pour créer le film à succès Jurassic Park en 1993. Leader mondial de l'animation 3D, la société est rachetée par Microsoft en 1994 en échange de 130 millions de dollars US en actions. Langlois est demeuré à la tête de Softimage jusqu'en 1998.

Le Fonds des médias du Canada (FMC) a été créé en 2009 à l'instigation de James Moore, ministre du Patrimoine dans le cabinet de Stephen Harper. Le Fonds est un partenariat public-privé financé par des contributions du gouvernement du Canada et des distributeurs canadiens de services de télévision par câble, par satellite et par IP. Avec un budget de programme annuel de 365,8 millions de dollars, FMC a financé 1 334 projets au cours de l'exercice 2022-2023. Parmi ceux-ci, 31 productions ont attiré plus d'un million de téléspectateurs (29 en français, 2 en anglais).

À la contribution des institutions fédérales (CBC/Radio-Canada, ONF) qui ont exercées une influence considérable sur la formation d'artisans et de cadres pour les industries du cinéma et de la télévision, il faut également donner crédit à celles du Québec. Parmi celles-ci, Radio-Québec, dont les équipes de production sont reconnues au sein de l'industrie médiatique pour leur professionnalisme et la qualité de leur programmation. Il importe également de souligner la contribution des universités québécoises à la formation d'un bassin de main-d'œuvre hautement qualifié. Ici, il faut notamment mentionner (i) le département d'histoire de l'art, du cinéma et des médias audiovisuels de l'Université de Montréal; (ii) l'École de cinéma Mel-Hoppenheim de l'Université Concordia, qui est reconnue comme le plus grand centre universitaire canadien voué au cinéma et, (iii) l'École des arts numériques, de l'animation 3D, du design et des effets visuels (NAD), fondée en 1992 à Montréal par l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)¹⁶. Par conséquent, le Québec jouit non

¹⁵ Parmi les jeunes cinéastes québécois qui ont commencé leur carrière à l'ONF, mentionnons, entre autres, Gilles Carle, Michel Brault, Gilles Proulx, Claude Fournier, Claude Jutra et Denys Arcand.

¹⁶ En juin 2024, l'Animation Career Review a classé l'École NAD-UQAC au 35^e rang des meilleures écoles d'animation dans le monde parmi plus de 200 institutions en lice.

seulement d'une réputation internationale enviable en tant que centre de production cinématographique et télévisuelle, mais il est également considéré comme un chef de file mondial dans les domaines de la production cinématographique et télévisuelle ainsi que du secteur des effets visuels et de l'animation : au Canada, Québec est le premier pôle en effets visuels et le 2^e pôle en importance en animation.

Il ne fait aucun doute que les prescriptions de la loi fédérale de 1991, appuyées par le soutien institutionnel et financier des deux paliers de gouvernement, ont donné aux sociétés de production cinématographique et télévisuelle montréalaises les moyens de se renforcer et d'accroître leur compétitivité et leur influence sur les marchés locaux et internationaux. De fait, en 2022, le total des emplois attribuables à la production cinématographique et télévisuelle s'élevait à 56,820 et les dépenses directes de l'industrie de la production locale, des tournages étrangers, des effets visuels et de l'animation s'élevaient à 2,591 milliards de dollars, une hausse de 75 % par rapport à 2017 (BCTQ, 2023).

3. Un siècle de stations radiophoniques privées

L'histoire de la radiodiffusion commerciale au Canada commence en 1919 lorsque la station radio expérimentale XWA créée par Canadian Marconi à Montréal commence la diffusion de la première programmation selon un horaire régulier.¹⁷ La station devient CFCF l'année suivante. Le secteur prend son essor en 1922 lorsque le gouvernement canadien autorise l'utilisation de la téléphonie sans fil pour la radiodiffusion au grand public en octroyant 61 licences de radiodiffusion dont 9 au Québec.¹⁸

Cette étape marque le début de la première phase de convergence des médias, les grands journaux s'empressant d'acquiescer une licence de radiodiffusion.¹⁹ C'est le cas du journal La Presse. Sous l'impulsion de la famille Berthiaume dont les membres à la direction du quotidien portent un vif intérêt pour la nouvelle technologie TSF, La Presse lance la station CKAC à Montréal en mai 1922, une station bilingue sous la direction de Jacques Narcisse Cartier, un jeune québécois reconnu internationalement comme un expert de la radiodiffusion²⁰, qui demeurera à la direction de la station jusqu'en 1927. Joseph-Arthur Dupont, son principal collaborateur, prend la relève jusqu'en septembre 1945, date à laquelle il lance la station anglophone CJAD à Montréal. L'arrivée de cette nouvelle station permet à CKAC de devenir entièrement francophone dans sa programmation (Pagé, 2007). À Québec, la première licence de radiodiffuseur est attribuée la même année que celle de CKAC au quotidien l'Événement Journal pour la station CDCJ.²¹ Cette initiative est imitée par Le Soleil qui inaugure la station de radio CKCI en mars 1924²² (Du Berger et al., 1997).

Média d'information, de culture, d'éducation et de divertissement destiné au grand public, la radio répond à la fonction de détente, mais aussi à celles d'information et de compréhension de la société. La multiplication des stations radio dans l'ensemble du territoire québécois a aussi eu pour effet de combler le fossé qui perdurait

¹⁷ Canadian Marconi a été fondée en 1903 par Guglielmo Marconi sous le nom de Marconi's Wireless Telegraph Company of Canada, une filiale de Marconi's Wireless Telegraph Company Limited de Londres. La société canadienne a été renommée Canadian Marconi Company en 1925. La société est toujours basée à Montréal. Acteur mondial majeur dans le secteur de l'avionique, elle opère aujourd'hui sous le nom de CMC Electronics Inc.

¹⁸ Les licences attribuées au Québec en 1922 sont : CKAC (La Presse), CFCF (Marconi), CJBC (Dupuis Frères), CHYC (Northern Electric), CFZC (Canadian Westinghouse), CHCX (B. L. Silver), CKCS (Bell Telephone), CFUC (Université de Montréal), CFCJ (L'Événement Journal, Québec).

¹⁹ Parmi les grands journaux canadiens qui ont acquis une licence de radiodiffusion en 1922, outre La Presse, il y avait le Evening Telegram, l'Edmonton Journal, le Manitoba Free Press, le Toronto Star et le Vancouver Sun.

²⁰ Formé comme technicien en télégraphie sans fil (TSF) à l'Académie Girouard de Saint-Hyacinthe, Jacques Narcisse Cartier joint Marconi Wireless Telegraph Co. of Canada comme opérateur de TSF à bord des navires à contrat avec la société. En 1913, il entre au service de la société Telefunken à New York à titre de directeur de la liaison télégraphique Berlin-New York. Il collabore avec David Sarnoff (futur président-directeur général de la société RCA) à la création du "broadcasting", une programmation radio destinée au grand public, et il contribue à la création de deux stations de radio à New York. Sarnoff fut l'artisan de la création en 1926 du réseau NBC aux États-Unis qui, à l'époque, regroupait 24 stations.

²¹ L'Événement-Journal est né en 1938 de la fusion des quotidiens du matin Le Journal et L'Événement. Le premier est la propriété conjointe de Maurice Dupré, alors solliciteur général du Canada dans le cabinet Bennet, et du sénateur Lucien Morand, et le second du sénateur Jacob Nicol. La direction du nouveau quotidien a été confiée à Bona Arsenault, qui avait fait un succès du quotidien Le Journal (Arsenault, 1953).

²² L'indicatif de cette station est remplacé par CHRC peu de temps après.

entre les populations rurales et urbaines. C'est pourquoi elle occupe rapidement une place essentielle dans la culture populaire au Québec, notamment avec l'introduction en 1925 de reportages en temps réel et la diffusion d'événements comme les résultats électoraux ou des matchs de hockey qui sont radiodiffusés en direct du Forum de Montréal à partir de 1928 (Pagé, 2007). L'engouement pour ce nouveau média se répercute en une abondance de revenus publicitaires, ce qui incite plusieurs gens d'affaires établis à créer une station de radio. Parmi eux, on compte G.-A. Vandry, représentant de Canadian Marconi à Québec, qui fonde la station de radio CKCV en 1924. Deux années plus tard, Émile Fontaine s'associe à Narcisse Thivierge, instigateur de la station CKCI créée par Le Soleil, pour fonder CHRC-AM (Québec) qui entre en ondes en 1926 et qui étend son rayonnement en 1949 par la mise en ondes de la station CHRC-FM. Parmi les actionnaires de CHRC Ltée, on retrouve les entrepreneurs chevronnés Hervé Baribeau, Gaston Pratte et les frères Paul et Henri Lepage.²³

L'attrait de la radio au Canada est indiscutable. Entre 1923 et 1932, le nombre de postes récepteurs passe d'environ 10 000 à 600 000 (Filion, 1994), un développement qui profite largement à Montréal. Déjà en 1929, les trois grands fabricants canadiens - Marconi Wireless Telegraph Co., RCA-Victor et Northern Electric - produisent annuellement un total d'environ 100 000 récepteurs radio dans leurs usines de Montréal.

La presse écrite n'est pas insensible aux succès de ce nouveau concurrent. En 1932, le journal La Patrie fonde la station CHLP (Montréal). L'année suivante, Josaphat Pharand crée CKCH (Hull) qui s'associe au quotidien Le Droit d'Ottawa. En 1937, les quotidiens La Tribune (Sherbrooke) et Le Nouvelliste (Trois-Rivières) lancent les stations CHLT-AM et CHLN-AM dans leur région. Les deux quotidiens appartenaient à Jacob Nicol, un homme d'affaires et politicien de Sherbrooke, propriétaire d'autres quotidiens à Québec.²⁴ La même année, Jules A. Brillant, propriétaire depuis 1923 de l'unique journal de Rimouski, Le Progrès du Golfe, fonde la station de radio CJBR (Rimouski). Prenant exemple sur Jules Brillant, l'agronome Georges Bouchard réalise en 1938 son projet de mettre en ondes la station CHGB (La Pocatière).²⁵

L'intérêt pour le développement des stations de radio ne se dément pas; soutenu par la politique de la Société Radio-Canada qui favorise l'affiliation des stations privées à ses réseaux, la création de stations de radio à travers le Québec est encouragée, car elle permet de réduire considérablement les coûts d'exploitation tout en améliorant grandement la portée et la qualité de la programmation des stations privées.

Déjà en 1939, sept stations de radio québécoises sont affiliées au réseau français de Radio-Canada alors que la société d'état ne possède encore que deux stations en région; CBV (Québec) et CBJ (Chicoutimi) qui étaient entrées en ondes vers la fin de l'année précédente. Au cours des années 1940 et 1950, 28 nouvelles licences de stations de radio sont accordées au Québec. Parmi celles-ci on note la création en 1946 par Telegram Printing & Publishing Co. Ltd (TPPC), propriétaire de l'hebdomadaire Sherbrooke Telegram-Observer, de la station CKTS-AM affiliée au réseau CBC afin de desservir la population anglophone des Cantons de l'Est.²⁶ Plus tard dans l'année, Jack Tietolman et Corey Thompson lancent CKVL (Verdun) en ondes. Ailleurs au Québec, les gens d'affaires Roger Boulanger et André Mercier fonde la station CKBM (Montmagny) en 1954.

Cette effervescence entrepreneuriale est soutenue par la pénétration des appareils radio dans les foyers canadiens français qui passe de 37,5 % en 1931 à 88 % en 1947, elle-même alimentée par les grands succès de trois émissions de divertissement « phares »: Quelles nouvelles (1939 à 1959); Les Joyeux Troubadours (1941 à 1957) et Chez Miville (1956 à 1970), et l'immense popularité de radioromans québécois qui trouvent un grand

²³ L'entreprise Baribeau et Fils Inc. est considérée à l'époque comme le plus important fabricant de produits en bois au Canada et Gaston Pratte est un des fondateurs du courtier en assurances Pratte et Morissette. Les frères Lepage ont également fondé la station de télévision CKRS-TV de Jonquière en 1955.

²⁴ Avocat de formation, Nicol est propriétaire des journaux Le Soleil (1927-1948), l'Événement (1936) et l'Événement Journal (1938-1948). Il est administrateur de plusieurs institutions financières, dont la Banque Canadienne Nationale et le Trust général du Canada. Il est ministre dans le cabinet Taschereau de novembre 1921 à septembre 1929, avant d'être nommé conseiller législatif à Québec en 1929 et sénateur à Ottawa en juillet 1944.

²⁵ Georges Bouchard a servi comme député libéral fédéral de Kamouraska de 1922 à 1940.

²⁶ Les actionnaires de TPPC sont le Sénateur C.B. Howard (60,9 %), Alphée Gauthier (2,5 %), Jean-Louis Gauthier (12,2 %), Colin C. Campbell (12,2 %) et John Jacob Dunn (12,2 %).

écho auprès de la population francophone.²⁷ Le momentum ne s'essouffle pas. Au cours des années 1960 et 1970, 68 nouvelles licences radio sont attribuées au Québec. La grande majorité des stations de radio au Québec diffusant en français, un vaste marché s'ouvre aux artistes et auteurs canadiens-français. Les Québécois francophones parlent de plus en plus d'eux-mêmes, dans un voyeurisme rassurant.

Parmi les pionniers de la radio, il faut aussi retenir les noms d'Henri Lepage qui, outre son investissement dans la station CHRC, fonde CKRS Radio en 1946 pour desservir la région de Chicoutimi-Jonquière, et les frères David-A. et Jean-J. Gourd et Roger Charbonneau en Abitibi qui, en 1948, acquièrent par l'entremise de la compagnie Radio-Nord qu'ils ont formée à cette fin les stations de radio appartenant à Hector Authier, qu'il avait acquises d'investisseurs ontariens en 1944.²⁸ Radio-Nord devient alors titulaire des licences de radiodiffusion des stations CKRM (Rouyn), CHAD (Amos) et CKVD (Val d'Or). L'entreprise étend son rayonnement avec l'achat de la station de radio CKLS (La Sarre) en 1952 et de CJLA-FM (Lachute) en 1986 qu'elle poursuit avec la création de la station radio CHOA-FM (Rouyn-Noranda) en 1990 et l'acquisition de CHOI-FM (Québec) en octobre 2006. Raymond Crépault fait également partie de ce panthéon. En 1960, il prend le contrôle de la station CJMS-AM (Montréal), entrée en ondes en 1953 sous l'impulsion de La Bonne Chanson inc. Les activités de la compagnie propriétaire de la station, renommée CJMS Radio Montréal Ltée, s'étendent avec l'entrée en ondes de CJMS-FM en 1964. Crépault poursuit son expansion avec l'acquisition de la station CJMS 1290 Montréal en 1969.

En Estrie, Paul Desruisseaux et Alphée Gauthier font l'acquisition en 1955 de La Tribune et de ses stations de radio CHLT et CKTS. L'année suivante, par l'intermédiaire de La Tribune, ils fondent CHLT-TV (Canal 7), une station affiliée à Radio-Canada. La propriété de l'ensemble du groupe médiatique passe à Paul Desruisseaux en 1960.²⁹ Suite à sa nomination au Sénat du Canada en 1966, Desruisseaux vend les stations de radio et de télévision à Télémédia et le quotidien La Tribune à Paul Desmarais et Jacques Francoeur qu'ils acquièrent dans des proportions respectives de 2/3 – 1/3. La même année, Paul Desmarais et Jacques Francoeur formalise leur association avec la création de la société Journaux Trans-Canada Limitée³⁰ qui achète Le Nouvelliste (Trois-Rivières) de la famille Dansereau et La Voix de l'Est (Granby).³¹ Francoeur vend à la nouvelle société l'hebdomadaire Dimanche-Matin qu'il avait fondé en 1954 et ses filiales.

En 1967, Paul Desmarais acquiert par l'entremise de La Corporation de Valeurs Trans-Canada la totalité des actions de La Presse.³² Le quotidien est également propriétaire de l'hebdomadaire La Patrie.³³ Les acquisitions de quotidiens entraînent Paul Desmarais dans le domaine de la radiodiffusion, La Presse étant propriétaire de la station de radio CKAC et Le Nouvelliste de CHLN-AM. Tous les journaux et les actifs connexes sont ensuite regroupés dans GESCA, une société de portefeuille qui devient une filiale à part entière de Power Corporation en 1970 (Parisien, 1969).

²⁷ Phénomène culturel caractéristique du Québec, cette forme de création littéraire et théâtrale a permis à de nombreux artistes et écrivains d'en faire carrière et d'en vivre pendant des décennies. Parmi ces auteurs, les noms de Claude-Henri Grignon (*Un homme et son péché*), Roger Lemelin (*La famille Plouffe et En haut de la pente douce*), Germaine Guèvremont (*Le Survenant*) et Robert Choquette (*Métropole et Le curé du village*), sont emblématiques de la radio des années 1940 aux années 1960 au Québec)

²⁸ Hector Authier a exercé une influence considérable sur le développement de l'Abitibi. Nommé en 1912 agent des terres de la Couronne et des mines par le premier ministre du Québec, Sir Lomer Gouin, il se met à l'œuvre pour promouvoir et mettre en valeur les ressources forestières, agricoles et minières de la région. Il a joué un rôle déterminant dans la mise en production des mines Lamarque et Sigma à Val d'Or et de la mine Normétal qui ont marqué le début du développement minier de l'Abitibi-Témiscamingue. Il a servi comme député du comté d'Abitibi à l'Assemblée législative du Québec de 1923 à 1935, ministre de la Colonisation en 1936. Il fut par la suite député à la Chambre des communes à Ottawa de 1940 à 1945.

²⁹ Suite à la vente de ses intérêts dans le secteur médiatique, Gauthier s'associe avec Jacques Bouchard en 1963 pour fonder l'agence de publicité BCP pour laquelle il a servi au titre de président du conseil.

³⁰ Jacques Francoeur avait une bonne feuille de route dans le secteur. Propriétaire de l'hebdomadaire de quartier Le Guide du Nord qu'il acquiert en 1950, il fonde avec Robert Allard en 1954 le journal Dimanche-Matin et acquiert par la suite les hebdomadaires Le Petit Journal, Photo Journal et La Patrie, ainsi qu'une douzaine d'autres hebdomadaires régionaux, Les Distributions Éclair et Imprimerie Montréal Granby Inc

³¹ Fondée en 1935, La Voix de l'Est, un hebdomadaire à l'origine, fut lancé par un groupe d'hommes d'affaires francophones de Granby parmi lesquels figurent Horace Boivin, Joseph-Hermas Leclerc et l'industriel Aimé Laurion.

³² Cette acquisition ne pouvait être complétée sans l'autorisation de l'Assemblée Nationale du Québec, ce qui fut fait par l'adoption du « bill privé » no. 282 en août 1967.

³³ La Patrie cesse sa publication en 1978 en raison de difficultés financières.

En 1969, Power Corporation s'engage comme actionnaire principal dans Télémedia (Québec) Ltd., une société fondée par Philippe de Gaspé Beaubien qui exploite depuis 1966 deux stations de télévision (anglaise et française) à Sherbrooke. Power Corporation procède ensuite à l'acquisition des journaux et des stations de radio et de télévision appartenant à Jules Brillant. L'année suivante, Power Corporation cède à Télémedia une participation majoritaire dans ses stations de radio CKAC-AM (Montréal), CKCH-AM-FM (Hull), CHLN-AM (Trois-Rivières), CJBR (Rimouski) et la station de télévision CJBR-TV (Rimouski). Dans les années qui suivent, Télémedia continue d'étendre son réseau de stations de radio par des acquisitions au Québec, en Ontario et ailleurs au Canada.

Dans la région métropolitaine, Jean-Pierre Coallier s'associe à Roland Saucier en 1968 pour fonder Stéréo Laval Inc. et lancer CFGL-FM (Laval), la première station de radio FM commerciale indépendante au Canada.³⁴ L'entreprise acquiert CIEL-FM (Longueuil) en 1978, une station fondée par Stéphane Venne et Marcel Lefebvre l'année précédente, et la station CKLM-AM en 1981. La même année, Stéréo Laval transfère la propriété de CIEL-FM à Radio MF CIEL (1981) Inc. contrôlée par Jean-Pierre Coallier. CKLM-AM a été vendue à Diffusion Métromédia (CMR) en 1999. Cette transaction avait été précédée en 1998 par la création par Coallier de Radio-Classique Montréal, suivie en 2007 par celle de Radio-Classique Québec. Ces stations furent acquises en décembre 2014 au coût de 10,5 millions de dollars par Groupe Musique Greg, une société contrôlée par Gregory Charles.

En 1973, Paul Desmarais soumet une offre pour acquérir le quotidien Le Soleil (Québec). Préoccupé par la réaction à l'encontre de la concentration de la presse qui résulterait de cette acquisition, le premier ministre Robert Bourassa informe les frères Gabriel et Guy Gilbert, propriétaires du quotidien, que cette transaction n'était pas acceptable pour le gouvernement (Fraser, 1987). Profitant de cette situation, Jacques Francoeur fonde Unimédia et procède à l'acquisition des quotidiens Le Soleil (Québec), Le Progrès-Dimanche (Chicoutimi) – renommé Le Quotidien – et de l'hebdomadaire Le Droit (Ottawa).

Paul Desmarais accroît son implication dans le secteur de la radio et de la télédiffusion en 1977 avec l'acquisition par une société constituée à cette fin avec Claude Pratte et J.G. Porteous de Frontenac Broadcasting Co. Ltd., suivie par l'acquisition de Kawartha Broadcasting Co. Ltd., de Four Seasons Radio Ltd. et de plusieurs autres stations au Québec et en Ontario. En 1987, Power Corporation reçoit l'autorisation d'acquérir la propriété exclusive des sociétés Frontenac Broadcasting Co. Ltd., et Kawartha Broadcasting Limited. Ces actifs (4 stations de télévision et 17 stations de radio) sont regroupés en 1988 au sein de Diffusion Power, une filiale en propriété exclusive de Power Corporation.³⁵ Corus Entertainment les a acquises en septembre 1999, mettant fin à la participation de Power Corporation dans cette industrie. Corus accroît ensuite sa présence au Québec avec l'acquisition de la station CHRC (Québec) en 2005. La station a été revendue au club de hockey Les Remparts de Québec en juin 2008 (CRTC, 2008). CHRC a cessé ses opérations en septembre 2012.

L'attrait du marché ontarien pour les stations de radio ne se dément pas. En 1989, Pierre L. Morissette fonde Pelmorex Corp. pour acquérir des stations de radio dans le nord de l'Ontario.³⁶ Quinze stations sont acquises et regroupées dans un réseau alimenté par satellite.

3.1 Restructuration en réseau pour répondre à l'impératif de rentabilité

Le nouvel environnement créé par l'avènement de la télévision dans les années 1950 entraîne à partir du milieu des années 1960 une baisse de l'audience et, conséquemment, des recettes publicitaires que l'arrivée du radio transistor et la généralisation du récepteur radio dans les automobiles ne suffisent pas à combler. Les exigences de rentabilité obligent les radiodiffuseurs privés à rationaliser leurs dépenses, notamment celles liées à la

³⁴ Saucier avait fondé Radio Laval inc., titulaire de la station CKLM-AM (Laval/Montréal), en 1962. CFGL-FM est mieux connu sous le nom de Rythme FM 105,7; elle est la station de tête du réseau Rythme FM qui regroupe cinq stations au Québec.

³⁵ André Desmarais a joué un rôle de premier plan dans les activités médiatiques de Power Corporation d'abord au titre de président et chef de la direction de Gesca à partir de 1984, puis de président du conseil et chef de la direction de Diffusion Power en 1988.

³⁶ Auparavant, Pierre Morissette avait été chef de la direction financière de Télémedia Communications de 1977 à 1983 et président et chef de la direction de Canadian Satellite Communications Inc (Cancom) de 1983 à 1989.

programmation et à l'information. Ces facteurs conduisent à une restructuration du secteur en réseaux radiophoniques privés et à une centralisation de la production des programmes qui ne sont pas à caractère local. L'intérêt de cette forme d'organisation est qu'elle permet aux stations affiliées de réduire les frais de production et d'augmenter les ventes publicitaires, notamment les commandes d'émissions par des détaillants, fabricants et entreprises de services désirant transmettre des messages publicitaires identiques à l'échelle régionale ou provinciale (Lenden, 1988). Dans la foulée des recommandations des Commissions Aird et Massey et soucieux de préserver la vigueur du système de radiodiffusion canadien et sa capacité à assumer sa mission d'information, d'éducation et de soutien aux auteurs et artistes d'ici, c'est le modèle soutenu par le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR) (Gouvernement du Canada, 1951).

Dans les années subséquentes, on assiste à la formation au Québec de réseaux privés en concurrence avec le réseau français de Radio-Canada. Un premier réseau privé, Radiodiffusion Mutuelle Ltée (Radiomutuel), est fondé en 1969 par Raymond Crépault, l'actionnaire majoritaire des stations radio sous l'indicatif CJMS. Les deux sociétés, CJMS Radio Montréal et Radiodiffusion Mutuelle, sont vendues en 1970 à Corporation Civitas Ltée dirigée par Ed Prévost et Alain Gourd. En 1982, Civitas acquiert CKMF-FM de Supervox Corp. Ltd. et regroupe ensuite toutes ses filiales de radiodiffusion au sein d'une nouvelle société, Radiodiffusion Mutuelle Canada Ltée. L'année suivante, la société procède à la vente de ses stations radio en Ontario pour ne conserver que ses stations de langue française au Québec.

Le modèle qui s'impose progressivement - production, distribution et prise de décision de programmation par la station « de tête » et relayée par les stations affiliées - n'est pas remis en cause par le régulateur de l'industrie. Au contraire, le CRTC y voit un moyen puissant de fournir aux régions une programmation de meilleure qualité que celle qui peut être produite localement, un meilleur service de nouvelles provinciales, nationales et internationales, et un meilleur accès à la diffusion d'événements non locaux de grande envergure (CRTC, 1985). De fait, 31 nouvelles stations de radio (dont 14 stations FM) sont entrées en ondes au cours des années 1970, auxquelles se sont ajoutées 30 stations FM au cours des années 1980.

La structure de l'industrie est aussi fortement influencée par les politiques du CRTC en matière de propriété, à l'effet qu'un titulaire de licence ne peut détenir une licence pour une autre station de la même catégorie dans le même marché, et de favoriser la quantité au détriment de la qualité en multipliant le nombre de licences de stations de radio et de télévision, ce qui a irrémédiablement accentué la concurrence pour l'auditoire et provoqué le fractionnement des revenus publicitaires. À l'automne 1981, par exemple, les 20 stations de radio de Montréal et les 10 de Québec représentaient respectivement 60 % et 12 % des heures d'écoute au Québec. Les 89 autres stations du Québec ne représentaient que 28% des heures d'écoute (Malo, 1982).

En août 1985, Normand Beauchamp et Paul-Émile Beaulne acquièrent Radiomutuel Inc. de Corporation Civitas Ltée, la société-mère de Radiodiffusion Mutuelle Canada Ltée.³⁷ Cette transaction donne à Communications Radiomutuel Inc., la société qu'ils ont créée à cette fin, le contrôle effectif du réseau Radiomutuel et des stations radio CJMS, CKMF-FM (Montréal), CHIK-FM et CJRP (Québec), CJTR (Trois-Rivières), CJRC (Gatineau) qui sont largement endettés. Une recapitalisation de l'entreprise s'impose, ce que les nouveaux propriétaires ont fait en procédant dans les mois suivant l'acquisition à une émission publique d'actions subalternes admissibles au REAQ pour un montant de 12 millions de dollars, représentant 36,6 % du capital de l'entreprise.

En 1988, c'est au tour de Pierre Béland et de Pierre Arcand de s'associer pour former Mont Royal Broadcasting Inc. (MRBI) et acquérir de CFCF Inc. les stations de radio anglophones montréalaises CFCF-AM,³⁸ CFQR-FM et CFCX qui étaient déficitaires.³⁹ La société prend de l'expansion en procédant à l'acquisition des stations CKVL-AM et CKOI-FM en 1992 suite au refus du CRTC d'autoriser l'acquisition de ces stations francophones par Selkirk

³⁷ Normand Beauchamp et Paul-Émile Beaulne étaient respectivement président et vice-président exécutif de Radiomutuel.

³⁸ Les indicatifs d'appel de CFCF et de CFQR ont été changés pour CIWN et 92.5 The Beat..

³⁹ Pierre Béland était président et chef de la direction de Télémedia Québec et Pierre Arcand était vice-président principal et directeur général de CKAC-AM. La transaction a été financée en partie par le Trust Royal du Canada et la Banque Toronto-Dominion qui ont pris une participation dans le capital de MRBI.

Communications de Vancouver et, en 1998, de CIME-FM et CIEL-FM. L'entreprise poursuit son expansion par l'acquisition en 1992 de Métromédia Plus, une société spécialisée dans le domaine de l'affichage publicitaire dans les transports collectifs au Québec et ailleurs au Canada par l'intermédiaire de la société Métromédia CMR Montréal Inc. qu'ils ont constitué à cette fin. Toutes les stations de radio sont ensuite regroupées au sein de sa filiale Diffusion Métromédia CMR Inc. (CRTC, 1999) et les activités d'affichage publicitaire dans une autre filiale, Métromédia CMR Plus inc. La filiale de radiodiffusion est cédée à Corus Entertainment en 2001 pour un montant total de 185 millions de dollars et Pierre Arcand nommé président de Corus Québec Radio. Métromédia CMR Plus est acquise par Cogeco en décembre 2011 pour 41 millions de dollars. La division Cogeco Métromédia est vendue à Bell Média, propriétaire d'Astral Affichage, en janvier 2016.

En septembre 1994, Télémedia Communications et Radiomutuel annoncent le transfert de la majorité de leurs stations de radio AM au Québec à Radiomédia, un nouveau réseau qu'ils détiennent à parts égales et la fermeture de six stations AM en concurrence sur le même marché. Les deux sociétés ont conservé la propriété de leurs stations FM.

En 1997, Astral Média Inc. acquiert 24,5 % du réseau Radiomutuel pour la somme de 17,4 millions de dollars; l'acquisition est complétée en juin 1999 avec l'achat de toutes les actions de Radiomutuel que la société ne possédait pas (75,6 %). Le plein contrôle de Radiomédia est obtenu en achetant la part de Télémedia dans la société en 2001.

Astral Média a déjà une longue feuille de route dans le domaine des médias au moment de ces acquisitions. Fondée à Montréal en 1961 par les frères Harold, Harvey, Sidney et Ian Greenberg, Astral Communications a débuté dans les domaines de la photographie, des services techniques cinématographiques, de la distribution de films et d'émissions de télévision, et de la reproduction de cassettes vidéo. Dans les années 1980, sous la direction d'André Bureau, Astral a joué un rôle de premier plan dans la commercialisation de la télévision payante en acquérant le contrôle des chaînes First Choice, Premier Choix, Family et Canal Famille.⁴⁰ L'acquisition de Premier Choix a été finalisée en 1997, à la suite d'un accord avec les actionnaires minoritaires, dont la CDPQ. En 2000, Astral réalise un premier appel public à l'épargne qui lui rapporte 100 millions de dollars canadiens. Ainsi capitalisée, l'entreprise poursuit son expansion sous la direction de Jacques Parisien avec l'acquisition des actifs de radiodiffusion de Télémedia au Québec, au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse (17 stations de radio) en 2002 (CRTC-2002-90) pour 255 millions de dollars. Le mois suivant, les 60 stations radio de Télémedia en Alberta, en Colombie-Britannique et en Ontario sont cédées à Standard Broadcasting Inc. Astral a acquis la quasi-totalité de ces stations en 2007.⁴¹

Astral Média devient alors le plus important radiodiffuseur au Canada avec 84 stations de radio dans huit provinces en plus d'être un leader dans la télévision payante et spécialisée au Canada et détenteur de près de 10 000 panneaux publicitaires. En juillet 2013, l'entreprise est acquise par BCE pour environ 3,4 milliards de dollars canadiens. Cette transaction mettait fin à une longue saga amorcée en mars 2012 lorsque BCE a proposé d'acquérir Astral Media; une proposition que le CRTC a rejetée en octobre 2012.

L'intérêt pour la radio ne s'épuise pas. Fondé en août 2011 par Jacques Leclerc et ses deux fils Nicolas et Jean-François,⁴² Leclerc Communications inc. acquiert de Cogeco en novembre de la même année les stations CFEL-FM et CJEC-FM à Québec que la société est tenue de vendre pour se conformer à la décision du CRTC de 2010 relative à l'acquisition des stations radio de Corus.⁴³ L'entreprise étend ensuite son rayon d'action avec

⁴⁰ André Bureau qui avait exercé la fonction de président du CRTC de 1983 à 1989 a joint Astral en 1989 au titre de président et chef de la direction du Groupe de radiodiffusion Astral (1989 à 2008) et de président du conseil d'administration d'Astral Média (1996 à 2013).

⁴¹ Jacques Parisien a occupé les fonctions de vice-président principal et chef de l'exploitation d'Astral Radio Inc. et d'Astral Média Affichage Inc. de 1996 à 2013.

⁴² La famille Leclerc a une longue histoire entrepreneuriale dans le secteur alimentaire. Suite à la vente de leurs participations dans l'entreprise familiale Biscuits Leclerc, les frères Jean et Jacques Leclerc prennent la relève de la chocolaterie Nutriat en 1977 et acquièrent Laura Secord en 2010.

⁴³ L'indicatif de la station CJEC-FM a été changé pour WKND 91,9 en juin 2012 et celui de CKOI (Québec) pour BLVD 102,1 en septembre 2015.

l'acquisition en avril 2020 de Radio-Classique 99,5 FM à Montréal appartenant à Grégory Charles (CRTC (b), 2020). En juin 2020, la station cesse de diffuser de la musique classique et devient WKND 99,5 FM. En août 2024, la société acquiert de Groupe TVA une partie de la programmation de QUB Radio pour diffusion entre 06h00 et 18h00 en semaine par sa station montréalaise. Ce faisant, la vocation initiale de la station 99,5 FM centrée sur la diffusion de la musique d'artistes francophones du Québec est édulcorée car la diffusion de la programmation musicale sera limitée aux soirées et aux journées de fin de semaine, au grand dam de l'ADISQ.

4. La télévision privée prend son essor⁴⁴

L'ère de la télévision privée au Québec s'amorce en juillet 1954 avec la création de la station CFCM-TV (Télé-4) à Québec par un consortium – Télévision de Québec (Canada) Ltée. - formé de Famous Players et des deux stations de radio locales, CHRC et CKCV sous la direction de Jean Pouliot⁴⁵. Première station privée affiliée à Radio-Canada, la programmation de Télé-4 au cours des deux premières années d'opération

« La télévision est un instrument dangereux; elle pénètre non seulement dans les endroits publics, mais dans les foyers. Elle dérange d'abord les enfants qui négligent leurs devoirs et n'étudient pas leurs leçons qui, de plus, risquent de voir des chose qui ne leur conviennent pas, et éloignent les femmes de leurs cuisines à l'heure du souper. »

Maurice Duplessis (20 janvier 1955)

était bilingue. L'affiliation de CFCM-TV au réseau français de Radio-Canada oblige la station à ne diffuser qu'en français à partir de mars 1957. Confrontée à cette limitation, Télévision de Québec débute son expansion en lançant une deuxième station de télévision privée, CKMI-TV (Canal 5), qui diffuse une programmation en anglais; en 1964, CFCM-TV se détache de Radio-Canada pour devenir une station indépendante.

Le développement de la télévision privée en région se poursuit à un rythme soutenu. Fondée à Rimouski par Jules A. Brillant, la station CJBR-TV entre en ondes en 1954. En 1957, Henri Audet quitte son poste à Radio-Canada pour fonder la station CKTM-TV (Trois-Rivières), qui se joint au réseau français de Radio-Canada. En Abitibi-Témiscamingue, Radio-Nord s'engage dans la télédiffusion en créant CKRN-TV, la première station de télévision privée de la région. La famille Lapointe de Matane emboîte le pas et crée la station CKBL-TV (Matane) en 1958.⁴⁶ Ces initiatives d'entrepreneurs régionaux sont imitées par le dentiste Charles Houde, qui lance la station CHAU-TV (Carleton) en 1959, et par Marc Simard, actionnaire majoritaire de Télé Inter-Rives, qui fonde la station CKRT-TV (Rivière-du-Loup) en 1962 et la station CIMT-DT affiliée au réseau TVA en septembre 1978 (Harvey, 2002).⁴⁷

Le contrôle effectif de CHAU-TV est acquis par la société Prades Inc., en 1967. Au bord de la faillite, Gérard D. Lévesque, député de Bonaventure, convainc Claude Pratte de « sauver » la principale station de télévision locale en Gaspésie. Ce dernier s'associe à Paul Desmarais pour former la compagnie Prades et entreprend la restructuration de CHAU-TV. Power Corporation devient l'unique actionnaire de Prades en 1986 et propriétaire de la société Télévision de la Baie-des-Chaleurs, société mère de CHAU-TV en 1988 (Harvey, 2012).

⁴⁴ CBFT, la première station de télévision de Radio-Canada/CBC au Canada, est entrée en ondes à Montréal en septembre 1952. Présent à l'inauguration, Louis St-Laurent, alors premier ministre du Canada, y affirme que « la télévision deviendra une grande force sociale. » D'abord bilingue, la programmation de CBFT (Canal 2) deviendra entièrement française à compter de janvier 1954 date de l'entrée en ondes de sa station CBMT (Canal 6) dont la programmation est en langue anglaise. L'insertion de la Soirée du hockey dans la grille horaire à partir d'octobre 1952 contribuera à mousser les ventes de téléviseurs. Dès 1960, la télévision atteint 90 % des foyers montréalais (Linteau, 2022).

⁴⁵ Jean Pouliot a débuté sa carrière en recherche électronique en 1945 au sein des établissements de recherche de la Défense Canadienne. En 1952, il joint la compagnie Famous Players, une filiale de Paramount International Films Inc. comme ingénieur exécutif du département de télévision. En 1954, il est chargé de la mise sur pied de CFCM-TV (Québec) et de CKCO-TV (Kitchener). Il est nommé gérant de Télévision de Québec (Canada) Ltée. en 1957 et directeur général de la société en 1962..

⁴⁶ La station est acquise par Radio-Canada en juin 1971 et son indicatif est changé pour CBGAT. Cette transaction avait été précédée par la vente de CJBR-TV (Rimouski) à Télé média en 1970, qui a revendu la station à Radio-Canada en août 1977. L'achat de CKBL-TV (Matane) par Radio-Canada entraîne la désaffiliation de CHAU-TV et son affiliation au réseau TVA en 1983.

⁴⁷ Les actionnaires de Télé Inter-Rives Ltée sont Marc Simard (56,34 %) et Groupe TVA inc. (44,66 %). CKRT-TV a cessé ses opérations le 31 août 2021.

En Abitibi-Témiscamingue, Radio-Nord étend ses activités dans le domaine de la télévision avec l'achat des stations CHOT-TV (Gatineau) et CFEM-TV (Rouyn-Noranda) en 1978, et les stations CFVS-TV (Val-d'Or) et CFGS-TV (Hull) en 1986. La société change son nom pour RNC Média en 2008 afin de refléter le fait que ses activités débordent largement la région d'origine.

Ce n'est qu'en 1961 que les deux premières stations de télévision privée entrent en ondes à Montréal. La première, CFCF-12, propriété de Canadian Marconi, entre en ondes le 20 janvier. La station se joint au réseau CTV quelques mois plus tard. La même année, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion accorde à la corporation Télé-Métropole Inc, une société fondée en 1960 par Alexandre De Sève et Paul L'Anglais, l'autorisation d'exploiter CFTM-TV, une station de télévision de langue française à Montréal.^{48, 49} En 1963, Télé-Métropole commence à partager sa programmation avec CJPM-TV (Chicoutimi) qui a été fondée par l'industriel saguenayen John Murdock et avec CFCM-TV (Québec) en 1964 après que la station se soit désaffiliée du réseau de Radio-Canada.

En 1965, Jean-Paul Ladouceur fonde JPL Vidéo Inc. Acquisée par Télé-Métropole en 1996, la société a d'abord pour mission de produire des messages publicitaires pour les entreprises locales, auxquels s'ajoutent plus tard des émissions, films et autres productions audiovisuelles, assistée en cela par sa filiale Sonolab Inc. qui œuvre dans le secteur de la post-production et du doublage.

Sous la direction avisée de Roland Giguère, Télé-Métropole et sa filiale CJPM-TV (Chicoutimi) s'allient avec CFCM-TV Québec en 1971 pour former TVA, le premier réseau privé de télévision de langue française au Canada. En 1974, Télé-Métropole/Groupe TVA effectue une émission d'actions subalternes admissibles au REAQ qui sont inscrites en bourse. La très grande popularité de la programmation de Télé-Métropole à la tête du réseau TVA du fait qu'une vaste partie de la population francophone s'y reconnaît, donne au groupe les arguments pour convaincre cinq autres stations de se joindre au réseau entre 1973 et 1983. Initialement constituée sous la forme d'une coopérative, la structure organisationnelle du réseau est changée en 1982 en une corporation où les propriétaires des stations affiliées sont actionnaires. La consolidation est complétée en 1992 lorsque Télé-Métropole inc. obtient l'autorisation d'acquérir les actions détenues par Radio-Nord Inc., Télé-Inter Rives Ltée et Télévision de la Baie des Chaleurs inc. dans le réseau de télévision TVA inc.

4.1 La restructuration du secteur s'amorce

En 1964, André Chagnon entreprend la construction du premier réseau de câblodistribution dans le nord de Montréal et dans certains secteurs de Laval, en association avec cinq autres partenaires locaux. Télécablé Vidéotron Ltée s'étend ensuite à travers le Québec en acquérant plusieurs petits réseaux de câblodistribution.

Contrainte par les dispositions de la Loi sur la radiodiffusion de 1968 concernant la propriété étrangère des stations de radio et de télévision, Canadian Marconi Co., une filiale de la société britannique Marconi Wireless Telegraph Company, met CFCF Ltée en vente en 1970. La compagnie est titulaire des stations de radio CFCF-AM-FM et CFQR-FM et de CFCF-TV affiliée au réseau CTV depuis octobre 1961. Ces stations sont acquises en 1972 par Multiple Access Ltd, une société sous le contrôle de la famille Bronfman.

À Québec, Famous Players Canadian Corp. Ltd, l'actionnaire majoritaire de Télévision de Québec (Canada) Ltée étant une filiale d'une société américaine, doit également réduire sa participation à moins de 20 % pour se conformer à la Loi. Cette réduction a été complétée en mars 1971 par la vente de ses actions à CHRC Ltée (20 %), CKCV (Québec) Ltée (20 %), Jevlan Inc. (Jean Pouliot, 20 %) et l'annulation de 30 % des actions en circulation. Jean Pouliot, est nommé président et chef de l'exploitation de Télé-Capitale Ltée, la nouvelle raison sociale du

⁴⁸ La direction de CFTM-TV est confiée à Roland Giguère qui œuvrait comme dirigeant à la radio et à la télévision de Radio-Canada.

⁴⁹ Les deux partenaires n'étaient pas étrangers au monde de l'audiovisuel. J.-A. DeSève est distributeur de films et propriétaire d'un réseau de salles de cinéma, de salles de concert et de studios de production de films québécois. Après une carrière à la radio comme producteur et réalisateur de radioromans, de radiothéâtres et d'émissions de variétés, Paul L'Anglais fonde les studios de production de films Québec Productions. L'avènement de la télévision l'incite à fonder une maison de production télévisuelle. En 1959, les deux entrepreneurs le plus importants du cinéma québécois d'alors s'associent pour fonder Télé-Métropole, qui entre en ondes en 1961.

consortium. La même année, la société acquiert les stations de radio CHRC et CKLM Montréal et Ciné-Capitale Limitée.

La nouvelle loi s'appliquant aux câblodistributeurs, les compagnies américaines Columbia Broadcasting System (CBS) et Famous Players, qui détenaient respectivement une participation majoritaire dans National Cablevision et Cable TV, sont contraintes de vendre la majorité de leurs actions. Profitant de cette situation, la CDPQ, en partenariat avec six compagnies d'assurance, prend le contrôle de National Cablevision en juillet 1971, ainsi que du réseau de câblodistribution de la compagnie britannique Rediffusion dans la région de Sherbrooke. National Cablevision est cédé à Vidéotron en 1980. Pour faciliter la transaction, la CDPQ s'était engagée à acheter 30 % des actions de Vidéotron au prix de 8 millions de dollars. Vidéotron devient alors le plus important câblodistributeur au Québec.

En 1972, Henri Audet étend ses activités médiatiques avec l'acquisition de La Belle Vision, un câblodistributeur qui dessert Trois-Rivières et Shawinigan.⁵⁰

En 1973, Télé-Capitale Ltée effectue un premier appel public à l'épargne (PAPE) devenant ainsi la première entreprise de radiodiffusion du Québec à s'inscrire en bourse. En 1979, les principaux actionnaires des Entreprises Télé-Capitale Ltée cèdent le contrôle de la société à la Corporation de Gestion La Vérendrye (CGLV), une société d'investissements formée par Michel Perron, l'un des fondateurs de Normick Perron.⁵¹ L'acquisition est complétée par une offre publique d'achat des actions subalternes aux actionnaires minoritaires.

À la suite à cette transaction, Jean A. Pouliot fonde CFCF Inc afin d'acquérir Multiple Access Ltd. de Cemp Investments, une société d'investissement contrôlée par la famille Bronfman, en partenariat avec quatre dirigeants de CFCF et le Fonds de retraite des employés de Dofasco, qui détiendra 12,5 % des actions de la société. Les stations ainsi acquises en 1979 sont CFCF-TV, CFCF-AM, CFQR-FM, CFCX et Champlain Productions, auxquelles s'ajoute CF Cable TV de la famille McConnell en 1982. Ces entreprises sont regroupées au sein de CFCF Inc. qui devient publique en mai 1985 avec une émission d'actions de 44 millions de dollars admissibles au REAQ.

En 1978, Paul Vien laisse ses fonctions exécutives chez le courtier en valeurs mobilières Nesbitt Thomson pour fonder Pathonic Communications Inc. Dès l'année suivante, la société fait l'acquisition de CFCM-TV ainsi que quatre autres stations de télévision (CKMI, CHLT, CHEM et CFER) détenues par Télémedia. Pathonic effectue un PAPE admissible au REAQ en 1984. Bien capitalisé, Pathonic procède à l'acquisition de Télé-Capitale Ltée en décembre de la même année par l'intermédiaire de sa filiale à part entière CHEM-TV Inc., qui est titulaire de la licence des stations de télévision CHEM-TV (Trois-Rivières), CHLT-TV (Sherbrooke) et CIMT-TV (Rivière-du-Loup), affiliées au réseau TVA. L'autorisation du CRTC est conditionnelle à ce que Pathonic souscrive 400,000 actions de classe B octroyant 20 votes par action (63,5 %) de Télé-Capitale Inc., l'entreprise issue de la fusion, et que celle-ci effectue une émission publique d'actions correspondant à un minimum de 36,5 % du capital-actions de la société (CRTC, 1984). L'année suivante, les stations CHRC et CHOI-FM sont revendues à Capital Radiodiffusion Opérations Inc., qui est elle-même achetée par Télémedia Communications Inc en 1995.⁵²

4.2 Un écosystème commercial dynamique

Déjà en 1957, 600,000 foyers québécois sont équipés d'un téléviseur, ce qui permet à quelque 80 % de la population de syntoniser la programmation (Imbeault, 2020). Cette forte pénétration du médium implique que

⁵⁰ Diplômé en génie électrique de l'École Polytechnique de Montréal et du Massachusetts Institute of Technology (MIT), Henri Audet avait joint la Société Radio-Canada en 1945 et participé à l'établissement du réseau français de la Société.

⁵¹ Cette acquisition impliquait le transfert du contrôle indirect des stations CKLM, CDCM-TV, CKMI-TV, CFER-TV, CFER-TV-1 et de CHRC Ltée (CHRC-AM et CHOI-FM).

⁵² CHOI-FM est vendue par Télémedia en 1997 à Genex Communications, une société de Québec contrôlée par Patrice Demers, un ancien dirigeant de Télémedia. Suite à de nombreuses plaintes concernant des propos offensants et insultants tenus sur les ondes par l'animateur vedette de la station et le défaut des dirigeants de corriger la situation, le CRTC décide en 2004 de ne pas renouveler la licence de la station. La station sera acquise par RNC Média en mai 2006.

pour atteindre et convaincre le Québec francophone, les campagnes publicitaires doivent être diffusées en français.

Dans un premier temps, le rôle des quelques agences de publicité présentes au Québec et des publicitaires de langue française se limitait à la traduction des messages publicitaires destinés au marché canadien anglophone. Cette approche est en contradiction avec l'aggiornamento politique en cours au Québec au tournant des années 60. Insatisfait de ce pis-aller, Jacques Bouchard quitte son poste de directeur de la publicité et des relations publiques à la Brasserie Labatt en 1963 pour fonder, avec Jean-Paul Champagne et Pierre Pelletier, l'agence de publicité BCP avec pour mission de produire des campagnes publicitaires originales destinées au public francophone, ce qui incite à faire appel aux vedettes québécoises du petit écran.⁵³

Sous la direction de Bouchard, BCP devient en 1974 la plus importante agence de publicité au Canada.⁵⁴

En 1984, Yves Gougoux quitte ses fonctions de président de l'agence Vickers & Benson et acquiert une participation de 50 % du capital de BCP. Il finalise l'acquisition de la société en 1989. En 1996, Gougoux s'associe à l'agence multinationale française Publicis Worldwide pour créer Publicis Canada, à laquelle BCP transfère ses comptes non gouvernementaux et dans laquelle elle prend une participation de 30 %. BCP reste en activité pour servir les comptes gouvernementaux. La société a été intégrée à Publicis Canada en 2005.

À Québec, Claude Cossette s'associe en 1972 à six de ses cadres, dont Claude Lessard, pour former Cossette et Associés. L'agence étend son rayonnement en ouvrant des bureaux à Montréal en 1974, à Toronto en 1981 et à Vancouver en 1987. Cossette devient alors la plus importante agence de publicité au Canada.

Sous la direction de Claude Lessard, le Groupe Cossette réalise un BAPE admissible au REAQ en 1999. L'objectif était de donner à l'agence une envergure internationale. Cette vision s'est concrétisée par l'acquisition de l'agence londonienne Dare Digital en juillet 2000 pour 42 millions de dollars, suivie de trois autres acquisitions d'agences de publicité londoniennes. Aux États-Unis, Cossette acquiert l'agence Post & Partners de New York en 2001.

Les résultats de cette expansion n'étant pas au rendez-vous, l'entreprise est déchirée par des dissensions internes. Cossette est privatisée en décembre 2009. L'entreprise a ensuite connu une succession de propriétaires : Mill Road Capital (2009) ; Blue Focus (2014) ; Vision 7 International (2021). La participation de la CDPQ au capital de cette dernière à la hauteur de 60 %, la nomination de Claude Lessard au titre de président du conseil et celle de Mélanie Dunn comme présidente et chef de la direction de Cossette et responsable des opérations de Vision 7 International au Québec, permet de consolider la place du siège social de Cossette au Québec.

En 1991, Sylvain Labarre et Paul Gauthier s'associent pour fonder l'agence de création, de marketing et de communication LG2. Celle-ci a été acquise par Claude Auchu avec la participation de 19 associés en 2016. Avec 50 employés à Québec, 50 à Toronto et 350 à Montréal, l'agence est actuellement la plus importante agence de publicité indépendante au Canada.

Plus récemment, en 1993, Philippe Meunier et Jean-François Bouchard s'associent pour fonder l'agence de publicité Diesel, que Bertrand Cestet rejoint en 1997. L'agence fusionne avec Stratège Média en 1999. Martin Gauthier et Daniel Fortier se joignent alors à l'équipe de direction de Diesel, qui compte parmi ses clients le Cirque du Soleil et Adidas. L'entreprise change de nom pour Sid Lee en 2007 et entame une phase d'expansion : Amsterdam (2008), Paris (2009), Toronto (2010), New York (2012) et Los Angeles (2014). La société a été

⁵³ Fait notable, le premier client de BCP a été la chaîne de supermarchés Steinberg.

⁵⁴ Le génie créatif de Bouchard se révèle dans les publicités et les slogans de campagne qui trouvent un écho important auprès des Québécois francophones : « Pop-sac-a-vie-sau-sec-fi-co-pin », avec Marie-Josée Taillefer, pour les caisses Populaires Desjardins en 1969; « Qu'est-ce qui fait donc chanter les p'tits Simard », avec René Simard, pour les poudings Laura Secord en 1970; « On est 12 012 pour assurer votre confort », avec Marie-Josée Taillefer, pour Hydro-Québec en 1971; « Mon bikini, ma brosse à dents », avec Dominique Michel, pour Air Canada en 1972 et « On est six millions, faut se parler », avec Olivier Guimond, pour Labatt en 1975.

acquise en juillet 2015 par l'agence japonaise Kuy, filiale du groupe Hakuholdo DY Holdings Inc. Le siège social de Sid Lee demeure à Montréal sous la direction de Martin Gauthier.

Dans l'ensemble de l'écosystème médiatique, les agences de marketing et de communication basées au Québec constituent la deuxième source de revenus pour la communauté artistique.

« *Le bruit des choses réveillées.* »

Georges-Émile Lapalme (1969)

Une importante phase d'expansion pour des entreprises médiatiques québécoises s'amorce au milieu des années 1980.

Dans la foulée du rapport Applebaum-Hébert, le ministre fédéral des communications, Francis Fox, invite les entrepreneurs québécois à proposer la création d'un deuxième réseau privé francophone au Québec. Le CRTC donne suite à cette volonté ministérielle en mai 1985 en invitant les parties intéressées à soumettre une offre. Malgré les réserves à l'effet que le marché publicitaire francophone n'était pas suffisamment grand, et l'opposition du ministre de la Culture et des Communications du Québec, Clément Richard, préoccupé par les effets délétères qu'aurait la création d'un troisième réseau de télévision francophone sur le réseau TVA, le CRTC se convainc qu'il existait à Montréal « un marché publicitaire adéquat pour justifier l'établissement d'une nouvelle station, et que la situation financière des entreprises de télévision et de radio en présence était suffisamment saine pour ne pas mettre en péril la qualité de leurs services. » (Armstrong, 2019). Confiant dans ses capacités, CFCF crée Télévision Quatre Saisons (TQS), une nouvelle station privée de langue française à Montréal destinée à être la tête d'un troisième réseau de télévision généraliste francophone au Québec. Actionnaire majoritaire de TQS, CFCF est accompagnée par la compagnie d'hypothèque Canada Permanent, le fonds de pension Dofasco et Guy Fournier.

À la suite de son examen des propositions, le CRTC sélectionne Réseau de Télévision Quatre-Saisons (TQS). La station TQS entre en ondes en septembre 1986. Guy Fournier, qui avait contribué à la mise en œuvre de la station et proposé que la production des émissions locales, sauf celles d'informations et d'affaires publiques, soient imparties à des producteurs indépendants, sera nommé vice-président à la programmation.⁵⁵

En novembre 1985, Groupe Vidéotron Ltée se prévaut des avantages du REAQ en effectuant une première émission d'actions d'un montant de 53,250 millions de dollars et inscrit ses actions à la Bourse de Montréal. Ce financement en capital permanent renforce sa structure financière et lui donne les moyens de poursuivre sa croissance. Vidéotron entreprend son expansion à l'extérieur du Québec en 1986 avec l'acquisition de la majorité des actions de QCTV (52 %), un câblodistributeur albertain basé à Edmonton pour un montant total de 52 millions de dollars. L'autorisation du CRTC s'accompagne d'une obligation de faire une offre publique d'achat aux actionnaires minoritaires. Le coût total de cette opération de suivi s'élève à environ 28 millions de dollars. Vidéotron se situe alors au deuxième rang des câblodistributeurs au Canada avec près d'un million d'abonnés.⁵⁶

Janvier 1987 voit un changement de cap dans la politique du CRTC. En autorisant l'acquisition de Télé-Métropole par Videotron, le CRTC rompait avec le principe de la séparation structurelle entre la diffusion et la distribution de la télévision qui avait prévalu jusque-là. Ce faisant, le CRTC basculait l'équilibre des pouvoirs au sein de l'industrie de la télévision en faveur des câblodistributeurs qui exercent depuis leur hégémonie sur l'industrie de la télévision à travers le Canada (Tremblay et Lacroix, 1991). À la suite de cette décision, Videotron acquiert

⁵⁵ Guy Fournier a été l'auteur de plusieurs séries télévisées à succès dont *Jamais deux sans toi* avec 83 épisodes à la télévision de Radio-Canada. Il a été président du conseil d'administration de la Société Radio-Canada de février 2005 à septembre 2006. Juste appréciateur de talents, il ouvre la porte de la télévision au jeune groupe Rock et Belles Oreilles, qui connaît un grand succès sur les ondes de TQS puis de TVA entre 1986 et 1995.

⁵⁶ Les succès au Canada amène Vidéotron à lorgner vers l'Europe. La société achète la majorité des actions de Southampton dans le domaine de la câblodistribution au Royaume-Uni et s'associe avec Berlusconi et Hersant en 1986 dans la cinquième chaîne de France. Ces tentatives d'internationalisation ne sont pas couronnées de succès. Ce dernier placement a été vendu en mai 1990.

40,7 % du capital-actions et de 99,6 % des droits de vote de Télé-Métropole pour la somme de 134,1 millions de dollars. Vidéotron devient alors l'un des principaux acteurs de l'industrie des communications au Québec (CRTC 87-62). Cette position est renforcée en mars 1989 lorsque Télé-Métropole acquiert 93,4 % des capitaux propres – mais seulement 41,5 % des droits de vote – du Réseau Pathonic Inc. pour 56 millions de dollars (CRTC, 1989). L'année suivante, Télé-Métropole adopte le nom corporatif Groupe TVA Inc. et complète l'acquisition de Pathonic par une offre d'achat publique des actions qu'elle ne détient pas pour 12 millions de dollars (CRTC, 1990).

En 1992, Télé-Métropole poursuit sa domination du secteur par l'acquisition de Radio-Nord, d'une participation majoritaire (75 %) dans Le Réseau de Télévision TVA Inc. ainsi que 44,7 % du capital de Télé-Inter-Rives et 25 % de Télévision de La Baie des Chaleurs. De ce fait, Télé-Métropole acquiert le plein contrôle du Réseau TVA. En 1996, Groupe TVA entame sa diversification vers les chaînes spécialisées en acquérant une participation dans Canal Indigo et, l'année suivante, la licence d'exploitation de la chaîne LCN. La même année, TVA acquiert la société canadienne de postproduction JPL Vidéo. À la suite de cette acquisition, ses activités sont redirigées vers la production de programmes de télévision et la filiale devient JPL Productions. Télé-Métropole est renommée Groupe TVA inc en février 1998 et JPL Productions à TVA Productions en mars 2008.

Vidéotron devient fournisseur d'accès Internet en janvier 1995. En 1997, la société étend sa présence dans la région de Montréal par l'acquisition de CF Cable TV qui vise principalement une clientèle anglophone. L'autorisation du CRTC à cette transaction exclut l'acquisition du réseau TQS car cela aurait fait de Vidéotron l'unique propriétaire de TVA et de TQS, les deux seuls réseaux français de télévision privés au Québec. Québecor saisit alors l'opportunité d'acquérir le réseau TQS pour la somme de 40 millions de dollars. Cette transaction est suivie en 2001 par l'acquisition de CFCF-TV par CTV pour 128 millions de dollars, incluant l'engagement d'investir 12,1 millions de dollars dans la production d'émissions par des producteurs indépendants québécois.⁵⁷

En mars 1999, Vidéotron poursuit son expansion par la mise en service de Télévision Numérique sur le territoire de Montréal.

4.3 De nouveaux acteurs s'imposent

Un nouvel acteur s'est immiscé dans le secteur de la télévision en 1988. Sous la direction de Bernard Lamarre, la firme d'ingénierie Lavalin fonde Météo-Média et The Weather Now, les deux premières chaînes de télévision par câble au Canada entièrement consacrées à la météo. À la suite de la fusion de Lavalin avec SNC, les deux chaînes sont vendues en 1993 à Pelmorex Corp. de Pierre L. Morissette.⁵⁸ Les stations de radio desservant le nord de l'Ontario acquises en 1989 sont alors regroupées dans une nouvelle filiale, Pelmorex Communications inc. sous la direction de Jacques Parisien.

Soucieux de concentrer ses ressources sur la diffusion continue des conditions météorologiques, atmosphériques et maritimes à l'échelle locale, régionale et nationale, de développer une expertise de classe mondiale dans l'analyse des données météorologiques et climatiques et d'étendre ses services à l'étranger, Pelmorex s'est départi de ses stations de radio. Douze stations ont été vendues entre 1996 et 1999 (3 autres ont été fermées). La société a acquis World Weather Watch (WWW) en 2006 afin de bonifier son offre. La société est désormais présente en Allemagne, en Angleterre, en Espagne et aux États-Unis à la suite de l'acquisition du service de navigation et de circulation "Beat The Traffic".⁵⁹

⁵⁷ CFCF-TV était la propriété de CanWest Global (70 %) et de la CDPQ (30 %).

⁵⁸ La participation au capital de Pelmorex Corp. se divise alors comme suit : Pierre L. Morissette (59,64 %), la société américaine The Weather Channel (30 %) et quelques investisseurs canadiens (10,36 %).

⁵⁹ Les radiodiffuseurs Météomédia/The Weather Network ont également la responsabilité d'opérer le système national d'alertes au public (SNAP) qui transmet aux entreprises de distribution de radiodiffusion autorisées et exemptées ainsi qu'aux fournisseurs de services sans fil de détail des avertissements et des messages d'alerte concernant tout danger imminent ou imprévu pour la vie ou la propriété causé par de graves perturbations météorologiques, des catastrophes naturelles ou d'autres situations d'urgence qui surviendraient au Canada à l'échelle locale, régionale et nationale (CRTC 2018-342).

En mai 1999, BCE poursuit la diversification de ses activités dans le secteur médiatique en prenant une participation majoritaire au capital de la nouvelle chaîne de télévision francophone Évasion. Ses partenaires à la fondation de la chaîne sont Serdy Direct (19,9 %), Groupe TVA (10 %), Media Overseas (10 %) et Pathé/Canal Voyage France (10 %).

Avec l'appui de Fondation et du Fonds de solidarité FTQ, le Groupe Serdy, fondé par Serge Arsenault en 1978, a procédé à partir de janvier 2003 à l'acquisition de la participation des autres actionnaires fondateurs (sauf le Groupe TVA qui conservera une participation de 8,3 %). En 2010, Serdy crée Zeste, la seule chaîne d'émission culinaire francophone et québécoise. L'aventure s'est terminée en janvier 2019 lorsque le CRTC a approuvé l'acquisition du Groupe Serdy par Québecor Média pour la somme de 24 millions de dollars. Cette acquisition permet à TVA d'ajouter les deux chaînes spécialisées à son offre.

L'expansion des câblodistributeurs pour offrir des services Internet à travers le Canada a donné au CRTC des motifs suffisants pour autoriser l'acquisition de la totalité des actions de CTVglobemedia par BCE en mars 2011.⁶⁰ Cette acquisition de la plus grande entreprise médiatique au Canada au coût de 1,3 milliard de dollars avait déjà reçu l'approbation du Bureau de la concurrence du Canada quelques semaines plus tôt.

5. De grandes réussites entrepreneuriales qui se poursuivent

« La vraie réussite d'une équipe, c'est d'assurer la compétitivité dans la pérennité. »

Alain Prost

5.1 Québecor

Québecor est créé en 1965 lorsque Pierre Péladeau décide de regrouper sous une seule administration ses principales propriétés commerciales, soit Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec, sept journaux de quartier ainsi que l'imprimerie qu'il a fondée en 1954 afin d'être plus autonome. Prenant exemple sur le Montréal-Matin, le principal journal du matin à Montréal, et la presse britannique, les deux quotidiens sont des tabloïds. Ce format donne à l'entreprise un avantage de coût par rapport aux autres quotidiens car il permet de réduire la consommation de papier journal par page et, mieux adapté à la vente au numéro dans les services de transports publics, il élimine le besoin d'un service de livraison à domicile. Au-delà du format, la primauté au fait divers, l'abondance de la matière sportive, la brièveté des textes, le refus du commentaire ou de l'opinion, et le rôle de la photo et de l'illustration qui caractérisent le genre tabloïd séduisent une grande partie de la population. Avec ses éditions de Montréal et de Québec, le Journal affiche un taux de pénétration supérieur à tout ce qui se fait ailleurs dans la francophonie.

Cette consolidation des activités au sein de Québecor permet à la société d'effectuer un PAPE d'actions subalternes qui sont inscrites aux bourses de Montréal et de Toronto. La société étend ses activités en Ontario en 1971 avec l'acquisition de l'imprimerie Graphic Web. Encouragé par le succès de ses tabloïds au Québec, Péladeau entreprend d'adapter et d'exporter son concept sur les marchés anglophones. La création du Philadelphia Journal en décembre 1977 et celle du Montreal Daily News en mars 1988 concrétise ses ambitions. Tous deux déficitaires, le premier est fermé en décembre 1981 et le second à la fin de 1989.

En juin 1983 la société procède à une seconde émission publique d'actions subalternes d'une valeur de 10,4 millions de dollars, suivie d'une autre de 42,75 millions de dollars en octobre 1986, qui sont admissibles au REAQ. Décidé à compléter l'intégration verticale de ses opérations, Québecor procède à l'acquisition de la papetière Donohue en 1987, une initiative qui n'était sans doute pas étrangère au fait que Power Corporation, son principal concurrent dans la presse écrite, contrôlait la papetière Consolidated Bathrust.⁶¹ L'année suivante,

⁶⁰ BCE possédait déjà 15 % du capital de CTVglobemedia au moment de l'acquisition. L'autorisation du CRTC était accompagné d'une obligation imposée à BCE d'investir 245 millions de dollars dans le système de radiodiffusion au cours des années 2011 à 2018.

⁶¹ Nesbitt, Thompson and Company avait acquis le contrôle de la papetière en 1936 par l'intermédiaire de leur société de portefeuille, Power Corporation of Canada. Power Corporation a vendu la société à Stone Container en janvier 1989 pour plus d'un milliard de dollars.

Québecor acquiert toutes les imprimeries de Bell Canada et les contrats d'impression des bottins téléphoniques, de la monnaie et des passeports canadiens qu'ils détiennent. L'acquisition des 14 imprimeries de Maxwell Communication Corp. aux États-Unis en 1990, avec un apport en capital de plus de 200 millions de dollars par la CDPQ; celles-ci sont regroupées au sein d'une nouvelle filiale, Imprimerie Québecor, qui devient une filiale à part entière en 1991. Cette filiale effectue un PAPE en 1992 afin de réduire sa dette bancaire; Québecor conserve une position majoritaire (67,57 %).

En 1995, Québecor procède à l'acquisition de Groupe Archambault, qui comptait un réseau de 14 magasins spécialisés dans la vente au détail de disques, de livres, de vidéos, de jeux vidéo, d'instruments de musique et de partitions musicales au Québec, et le portail archambault.ca.⁶² Les activités du Groupe sont élargies en 2000 avec l'acquisition de la librairie anglophone Paragraphe et l'intégration en 2002 des sept entreprises d'édition de Québecor Média. Archambault a été vendu à Renaud-Bray en mai 2015.

Québecor poursuit son expansion dans l'imprimerie commerciale avec l'achat de World Color Press en 1999 pour la somme totale de 2,7 milliards de dollars US. Les activités d'impression aux États-Unis sont alors regroupées sous Québecor World (USA) Inc. En février 2000, la société Donohue est cédée à Abitibi-Consolidated pour 317 millions de dollars et une participation de 11 % au capital de la papetière. Au cours de la même période, Québecor World (USA) Inc. qui est fortement déficitaire se place sous la protection de la Loi sur la faillite et l'insolvabilité. World Color a été rachetée par Quad/Graphics en juillet 2010 pour un montant d'environ 1 milliard de dollars américains.

En concurrence avec Torstar, Québecor acquiert les journaux Sun Media en janvier 1999 pour 938 millions de dollars, propulsant l'entreprise au deuxième rang des plus grands éditeurs de journaux au Canada. Le financement de cette transaction a été complété en juin 1999 par la vente de 30 % de Sun Media à la CDPQ, OMERS et RBC Equity Partners Ltd. pour 260 millions de dollars. L'acquisition des journaux et hebdomadaires Osprey en 2007 pour 517 millions de dollars fait de Québecor le plus grand éditeur de journaux au Canada avec ses 175 quotidiens et hebdomadaires. L'aventure hors Québec se conclut en octobre 2014 avec la vente à Postmedia Network Canada Corporation de l'ensemble des quotidiens et hebdomadaires de langue anglaise de Sun Media, dont le Toronto Sun, l'Ottawa Sun, le Winnipeg Sun, l'Edmonton Sun, le Calgary Sun et le London Free Press, pour 316 millions de dollars.

Le marché de l'imprimerie commerciale étant de moins en moins porteur, Québecor se tourne vers l'ère numérique en acquérant par l'entremise d'une nouvelle filiale, Québecor Média, le Groupe Vidéotron et ses filiales réglementées de câblodistribution, de radiodiffusion et de télécommunications en mai 2001 pour la somme de 5,4 milliards de dollars canadiens. En concurrence avec Rogers Communications, l'appui financier de la CDPQ de l'ordre de 3,2 milliards de dollars sous la forme d'une participation au capital de Québecor Média a remporté l'appel d'offres, mais la CDPQ a dû en supporter les contre-coups. Obligée de déprécier son investissement à hauteur de 1,8 million de dollars, le rendement annuel pour 2001 a été affecté de 1 %.⁶³ Cette acquisition soulève à nouveau la question de la propriété de TQS. Le CRTC exige alors que Québecor se départisse de TQS. La vente du réseau est complétée en février 2002.

Dans le cadre général de la transaction, Québecor Media achète tous les actifs de Québecor liés à la publication et à la distribution de livres, de magazines et de journaux hebdomadaires, évalués à environ 2,3 milliards de dollars. L'investissement de la CDPQ est assorti d'une disposition selon laquelle elle peut, à sa discrétion, exiger de Québecor Média d'effectuer un PAPE afin de lui permettre de vendre ses actions sur les marchés publics (SEC, 2012). Cette émission publique d'actions est réalisée en 2003. Vidéotron étend ensuite ses activités à la téléphonie, en commençant par la téléphonie résidentielle par câble en 2005, puis la téléphonie sans fil en 2006. Pour la CDPQ, le dénouement de la transaction initiale arrive en 2018 lorsque Québecor et Québecor Média

⁶² Cette entreprise emblématique de Montréal a été fondée en 1896 par Edmond Archambault et J.A. Hurteau, un important détaillant de pianos et d'instruments de musique. Archambault en devient l'unique propriétaire en 1930. L'entreprise a été gérée par des membres de la famille jusqu'en 1995.

⁶³ Cette contre-performance n'est sans doute pas étrangère au départ du président de la CDPQ, Jean-Claude Scraire, en mai 2002, trois ans avant la fin de son mandat de dix ans.

rachètent la participation résiduelle de la CDPQ dans Québec Média (18,47 %) pour la somme de 1,7 milliards de dollars en espèce et l'octroi d'une débenture de 150 millions de dollars convertible en actions de Québec; Québec Média devient alors une filiale en propriété exclusive de Québec.

Intégré à la structure corporative de Québec,⁶⁴ Groupe TVA inc. diversifie ses activités dans le secteur de la télédiffusion avec dix chaînes spécialisées, un service de télévision à la carte (Canal Indigo) et deux plateformes audio. Le Groupe TVA inc. est également l'un des principaux éditeurs de livres et de magazines au Canada. En 2015, Groupe TVA inc. accentue sa présence dans la production cinématographique et audiovisuelle avec l'acquisition des actifs de Vision Globale,⁶⁵ propriétaire de Mel's Studios, Mel's Cité du Cinéma et Melrose Studios dans la région de Montréal pour 118 millions de dollars. Fondée en 1982 par Michel Trudel et Mel Hoppenheimer, Mel's était l'une des plus importantes entreprises de services cinématographiques et télévisuels au Canada. Cette transaction amène Québec Média Inc. à augmenter sa participation dans Groupe TVA inc. en souscrivant environ 97,9 millions de dollars à une émission d'actions sans droit de vote en mars 2015.

En janvier 2019, Québec Média acquiert au nom du Groupe TVA les chaînes de télévision de langue française Évasion et Zeste détenues par le Groupe Serdy. Cette transaction est suivie le mois suivant par l'acquisition par Groupe TVA de la société Incendo Média Inc pour une somme d'environ 19,5 millions de dollars. Fondée en 2001 par Stephen Greenberg et Jean Bureau⁶⁶, la société était devenue le plus important distributeur d'émissions de télévision au Canada et un important producteur de films et de téléseries dont les droits de diffusion sont vendus aux grandes chaînes de télévision à travers le monde. Incendo était également le distributeur des Studios Paramount pour toutes les salles de cinéma au Québec.

En juillet 2022, Québec fait l'acquisition du fournisseur indépendant de télécommunication VMédia qui offre des services de télévision, d'internet, de téléphonie résidentielle et de sécurité résidentielle à travers le Canada. En janvier 2023, Québec continue d'étendre sa présence en acquérant de nouvelles licences de spectre au Manitoba et au Québec. Cette expansion est vite suivie par l'acquisition au coût de 830 millions de dollars de 295 blocs de spectre situés en Ontario, au Manitoba, en Alberta, en Colombie Britannique et au Québec. Ces transactions permettent ainsi à Vidéotron d'étendre considérablement sa capacité de desserte sans fil à travers le Canada. Déterminé à réaliser une expansion importante au Canada, Québec propose d'acquérir Freedom Mobile de Shaw Communications Inc. pour la somme de 2,07 milliards de dollars. Cette acquisition est autorisée par le gouvernement canadien en mars 2023. Ces acquisitions se sont avérées profitables en plus d'établir Québec comme l'un des plus grands conglomérats de médias et de télécommunications au Canada.

Par ailleurs, Groupe TVA, autrefois l'une des entreprises télévisuelle les plus rentables au Canada, subit depuis 1983 des pressions financières importantes, en raison notamment de l'érosion constante de l'audience de la télévision généraliste et des revenus publicitaires due principalement à la prolifération des chaînes spécialisées offertes par les câblodistributeurs (notamment par Vidéotron !), à l'arrivée de Quatre Saisons dans le marché montréalais, à la montée de Radio-Québec dans le marché publicitaire, aux efforts conséquents de Radio-Canada pour compenser la diminution du financement gouvernemental par des revenus publicitaires et à l'arrivée de puissantes plates-formes de diffusion internationales qui grugent des parts de marché.

⁶⁴ Québec détient 68,4 % du capital propre et 49,9 % des droits de vote de Groupe TVA inc.

⁶⁵ Fondée en 1989 par Mathieu Lefevre, Vision Globale couvrait l'ensemble des besoins en production, en postproduction, en effets visuels, en animation 3D, en restauration d'images, en conversion 2D à 3D, en gestion et production d'éléments pour la distribution et la diffusion sur les réseaux de cinéma, de télévision, d'internet et de téléphonie mobile. L'entreprise a acquis Studios Mel's, Location Michel Trudel et Génératrices Star pour 4 millions de dollars en décembre 2012, avec le soutien financier d'Investissement Québec (4 millions de dollars), de Capital régional et coopératif Desjardins (23 millions de dollars) et de la Banque Nationale du Canada (4 millions de dollars).

⁶⁶ Stephen Greenberg a débuté sa carrière au sein de la division de financement et de distribution de films d'Astral. Suite à la vente de cette division à Conscient, Greenberg en assume la présidence et Jean Bureau celle de vice-président des activités de distribution et de financement international. Conscient est acquise par Charles Sirois puis vendue à TVA International en 2000. Les deux dirigeants quittent alors l'entreprise.

| Tableau 4 : Part du marché publicitaire (télévision francophone à Montréal) | | |
|---|----------|----------|
| | 1982 (%) | 1988 (%) |
| Télé-Métropole | 70,1 | 42,4 |
| Radio-Canada / Radio-Québec | 29,9 | 40,3 |
| Quatre-Saisons | 0 | 17,3 |

Source: Gaétan Tremblay, Jean-Guy Lacroix, 1991.

À ces défis structurels s'ajoute l'impact d'événements conjoncturels, notamment la " diète " de revenus publicitaires associée à la fermeture d'établissements commerciaux lors de la pandémie de COVID, et la réduction importante des activités de Mel's en raison des longues grèves des scénaristes et des acteurs d'Hollywood en 2023. À plus long terme, le coût disproportionné des droits de diffusion obtenus de la Ligue nationale de hockey continuera de peser lourdement sur les résultats financiers. Confronté à un déficit important, Groupe TVA a procédé à la suppression de 140 emplois en février 2023, suivie de 547 autres mises à pied en novembre 2023.⁶⁷

5.2 Cogeco

En 1985, Henri Audet regroupe ses actifs médiatiques dans Cogeco dans le cadre d'un premier appel public à l'épargne (PAPE) admissible au REAQ. L'entreprise poursuit son développement par l'acquisition de la station de radio CFGL-FM (Laval) en 1987 et de plusieurs câblodistributeurs régionaux au Québec, dont Câblestrie et Télé-Câble BSL. 1990 marque le début de l'expansion de sa filiale Cogeco Câble ailleurs au Canada avec l'acquisition de Cablenet qui compte 200,000 abonnés en Ontario, en Saskatchewan, en Alberta et en Colombie-Britannique. Pour soutenir cette expansion, Cogeco Câble effectue un PAPE et inscrit ses actions à la cote de la Bourse de Toronto en 1993; entre 1996 et 2001, cette société fait l'acquisition de 44 câblodistributeurs au Canada.

La société poursuit sa lancée en acquérant en 2000 Cablovisao, le deuxième câblodistributeur en importance au Portugal pour la somme de 660 millions de dollars. Mal avisé des écueils inhérents à ce marché, notamment la propension de l'État portugais à soutenir les entreprises nationales, Cogeco se résigne à revendre Cablovisao en 2006 pour la somme de 60 millions de dollars à Altice Europe.

En février 2002, Cogeco (60 %) s'associe à Bell Globemédia (40 %) pour acheter le réseau de télévision TQS que Québecor est tenu de vendre pour se conformer à la décision du CRTC de 2001. Confronté à un déficit financier persistant, le réseau de télévision TQS est placé sous la protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers en décembre 2007. Le réseau a été acquis du syndic en avril 2008 par Remstar Corporation au prix de 7 millions de dollars, une entreprise spécialisée dans la production, le financement et la distribution de produits cinématographiques, fondée par Julien et Maxime Rémillard en 1997.⁶⁸

Cette mésaventure, qui leur aura coûté 80 millions de dollars, ne tempère pas la volonté de Cogeco de construire un réseau radiophonique. De fait, le réseau Rythme FM est étendu en parallèle par la création des nouvelles stations CJEC-FM (Québec) en 2003, CJEB-FM (Trois-Rivières) en 2004, CFGE-FM (Sherbrooke) en 2004. En 2010, la société achète pour 80 millions de dollars toutes les stations de radio, sauf CKRS, détenues par Corus

⁶⁷ En 2023, Groupe TVA Inc a essuyé une perte nette de 47,89 millions de dollars comparé une perte de 8,87 millions l'année précédente. Les résultats du premier trimestre de 2024 étaient toujours déficitaires (17,9 millions de dollars).

⁶⁸ Diplômé en production cinématographique de l'Université of Southern California, Maxime Rémillard a entre autre coproduit et cofinancé le film Polytechnique de Denis Villeneuve.

Entertainment au Québec, dont CKAC (CRTC, 2010-942).⁶⁹ L'autorisation du CRTC est conditionnelle à ce que Cogeco vende sa station CJEC-FM et les stations CFEL-FM et CHOY-FM de Corus à une tierce partie avant la fin de 2011. N'ayant pas trouvé preneur, CHOY-FM a cessé ses activités en décembre 2011. La même année, la station CIME-FM (Saint-Jérôme) est intégrée au réseau.

Cogeco complète un placement privé avec le Fonds de solidarité FTQ et Fondation CSN en 2011 avant de procéder à l'acquisition de l'entreprise d'affichage publicitaire Métromédia CMR Plus Inc. de MRBI, pour 41 millions de dollars, Cette entreprise est revendue à Bell Média, propriétaire d'Astral Affichage, en janvier 2016.

En février 2007, Cogeco Câble complète une émission d'actions à droits de vote subalternes d'une valeur de 173 millions de dollars. En juin 2008, Cogeco acquiert FibreWired Burlington Hydro Communications et le mois suivant, Toronto Hydro Telecom. Ces deux sociétés sont ensuite regroupées dans une filiale, Cogeco Data Services. Cogeco Câble entre aux États-Unis en 2012 avec l'acquisition du câblodistributeur Atlantic Broadband (renommé Breezeline) présent dans plusieurs états, suivi de celle de PEER 1 Network Entreprises en 2013.⁷⁰ Cogeco Câble est renommée Cogeco Communications en janvier 2016. La filiale procède ensuite à l'acquisition de MetroCast Connecticut en 2017 (pour 1,4 milliards de dollars US), de Thames Valley Communications en 2020 et des systèmes à large bande de WideOpenWest dans l'Ohio l'année suivante. Le 8^{ième} plus important câblodistributeur en Amérique du Nord en ce qui a trait à ses réseaux hybrides de fibre et câble coaxial, Cogeco Communications est la seule entreprise de câblodistribution et de service internet à large bande ayant une présence importante au Canada et aux États-Unis générant des revenus sensiblement de la même taille.

En avril 2018, Cogeco poursuit son expansion dans le domaine de la radiodiffusion avec l'acquisition de dix stations de radio régionales de RNC Média pour la somme de 18,5 millions de dollars.⁷¹ Aujourd'hui, Cogeco possède et exploite, par l'entremise de sa filiale Cogeco Média, 21 stations de radio au Québec et une station en Ontario ainsi que Cogeco Nouvelles, la plus importante agence d'information radiophonique privée au Québec.

En août 2020, Cogeco fait l'objet d'une offre d'achat non sollicitée de 10,3 milliards de dollars faite par Altice USA et Rogers qui détient déjà 38,24 % du capital de Cogeco et 24,02 % de celui de Cogeco Communications. La structure du capital de Cogeco confère à la Famille Audet 69 % des voix de Cogeco qui contrôle près de 83 % des voix de sa filiale Cogeco Communications. L'offre d'achat a été refusée par la Famille Audet et les conseils d'administration des deux sociétés québécoises. Cette saga connaît un dénouement en décembre 2023 lorsque, dans un premier temps, la CDPQ acquiert la totalité des actions de Cogeco et de Cogeco Communications détenues par Rogers pour une somme totale de 829 millions de dollars. Cette transaction est ensuite suivie par le rachat par Cogeco, aux fins d'annulation, d'actions de la société antérieurement détenues par Rogers pour 280 millions de dollars. De même, Cogeco Communications a racheté pour 116,5 millions de dollars aux fins d'annulation 38 % des actions de la société acquise de Rogers par la CDPQ.⁷²

Soucieux de renforcer sa présence au Québec, Cogeco Communications complète en décembre 2020 l'acquisition de DERYtelecom, le troisième câblodistributeur en importance au Québec pour la somme de 405 millions de dollars⁷³ et celle d'Oxio en mars 2023 pour environ 100 millions de dollars. Cette société était un

⁶⁹ CKAC, première radio francophone d'Amérique du Nord, connaît un triste sort. Cette station, qui a été pendant des décennies la plus écoutée au Québec, a été renommée Radio Circulation 730 AM en septembre 2011. Depuis, elle ne diffuse plus que l'état de la circulation et les travaux routiers dans la grande région de Montréal.

⁷⁰ Acquis pour la somme de 650 millions de dollars avec la participation de la CDPQ à la hauteur de 50 millions de dollars, l'opérateur de centre de données PEER 1 a été revendue en 2019 pour 720 millions de dollars.

⁷¹ Les stations acquises par Cogeco Média Inc. sont CHPR-FM (Hawkesbury), CFGT-FM (Alma), CKXO-FM (Chibougamau), CHVD-FM (Dolbeau), CJLA-FM (Lachute), CJGO-FM (La Sarre), CHRL-FM (Roberval), CHOA-FM (Rouyn-Noranda), CKYK-FM (Saguenay) et CHGO-FM (Val d'Or).

⁷² Dans le cadre de ces opérations, CDPQ a subséquemment acquis 1 423 692 actions sans droit de vote de Cogeco Communications pour ensuite procéder à la vente en bloc de ces actions ainsi que celles acquises de Rogers par voie d'une prise ferme.

⁷³ DERYtelecom de La Baie au Saguenay a été fondé en 1954 par Gilles Déry. Le câblodiffuseur a été acquis par quatre membres de la direction de la société en avril 2016 avec l'appui financier de la Caisse de dépôt et placement du Québec (CDPQ), Capital croissance PME (CCPME) – un fonds d'investissement capitalisé à parts égales entre CDPQ, Capital régional et coopératif Desjardins – et BDC

fournisseur indépendant québécois de services Internet et de télécommunications résidentielles fondé en 2019 par Marc-André Campagna qui avait complété un financement privé de 25 millions de dollars en juillet 2021 avec la participation de Xavier Niel, fondateur de Free Mobile en France, de la société de capital de risque WNDRCO de Californie, de Dispatch Ventures, d'Investissement Québec et de Desjardins. Sa clientèle est située au Québec, en Ontario et dans les provinces de l'Ouest. L'expansion de Cogeco Communications se poursuit en novembre 2023, lorsque la société obtient 99 licences de spectre dans les marchés urbains et ruraux de l'Ontario et du Québec pour un prix d'achat de 190,3 millions de dollars dans le cadre de la vente aux enchères menées par le gouvernement canadien du spectre de la bande de 3500 MHz essentielle pour les réseaux sans fil de cinquième génération.

Le 5 février 2024, Cogeco Connexion a acquis 67 % des droits de vote et la totalité des droits économiques de Niagara Regional Broadband Network (NRBN), un fournisseur de services Internet, de vidéo et de téléphonie filaire exerçant ses activités dans la région de Niagara, pour un prix d'achat de 75,1 millions de dollars afin de renforcer sa présence dans la région.

5.3 TC Transcontinental

En 1975, Rémi Marcoux s'associe, avec deux de ses collègues chez Québecor, Claude Dubois et André Kingsley⁷⁴, pour acquérir Imprimerie Transcontinental, une imprimerie commerciale spécialisée en impression de circulaires qui connaît des difficultés financières.⁷⁵ La relance étant bien engagée, la société innove avec la création en 1978 de Les Messageries Publi-Maison, un distributeur de porte-à-porte de circulaires. Son service Publi-Sac donne à Transcontinental un avantage compétitif considérable car cela assure ses clients que leur message publicitaire sera livré directement aux consommateurs. Transcontinental accroit sa présence dans le secteur de l'imprimerie commerciale en faisant l'acquisition d'Imprimerie Chartier en 1979 et l'établissement en 1982 d'une imprimerie de circulaires à Brampton en Ontario.

C'est en 1979 que Transcontinental investit dans le secteur de l'édition avec l'acquisition du journal Les Affaires et le magazine SIC. Fondé en 1928 par Raoul Renault, le journal est déficitaire, endetté et ses employés n'ont pas été payé depuis trois semaines. Qu'à cela ne tienne. La relance du journal Les Affaires est piloté par Claude Beauchamp qui accepte l'offre de Rémi Marcoux de s'engager dans l'aventure en tant qu'éditeur en chef, président et actionnaire minoritaire de la société de publication Les Affaires. Le secteur de l'édition prend de l'expansion en 1982 avec l'acquisition de Revue Commerce, un magazine d'affaires bien coté publié par la Chambre de commerce de Montréal.

Soucieux de poursuivre son expansion, Transcontinental effectue un premier appel public à l'épargne en 1984. L'émission d'un montant de 10 millions de dollars est admissible au REAQ. Ce financement en capital propre est suivi d'une autre émission publique de 21,9 millions de dollars en mai 1986, ce qui lui permet de prendre de l'expansion à l'extérieur du Québec. Entre 1985 et 1995, TC Transcontinental acquiert 20 imprimeries au Canada et aux États-Unis, diversifie ses activités dans l'impression de livres et de manuels scolaires et investit quelque 300 millions de dollars dans de nouveaux équipements à la fine pointe de la technologie. En 1995, la société consolide sa présence dans le secteur québécois des journaux locaux et régionaux par l'acquisition de 20 hebdomadaires de Télémedia.

Capital qui ont injecté un total de 15 millions de dollars en équité dans l'entreprise. DERYtelecom s'engage ensuite dans un programme d'acquisition de câblodistributeurs régionaux qui la mène au 3^{ième} rang avec environ 100,000 clients-services au Québec.

⁷⁴ Comptable de profession, Rémi Marcoux était vice-président à l'exploitation chez Québecor lorsqu'il achète sa première entreprise dans le domaine de la photocomposition en 1975. Il procède ensuite à l'acquisition de l'Imprimerie Transcontinental, en décembre 1975, en partenariat avec Claude Dubois, vice-président de Québecor et André Kingsley, directeur des ventes de Montréal Offset, une filiale de Québecor (Blouin, 2016).

⁷⁵ Les premiers mois de la nouvelle société ne sont pas de tout repos. La marge de crédit promise par la Banque Provinciale lors de l'acquisition est réduite de moitié. Les autres institutions financières canadiennes sollicitées, y compris la Banque fédérale de développement, refusent de leur consentir un prêt. La situation financière précaire est résolue par la Mellon National Bank de Pittsburg qui accepte de financer la jeune entreprise.

Établie sur des bases solides, l'entreprise poursuit son expansion, ajoutant 25 autres imprimeries au Canada, aux États-Unis et au Mexique au cours de la décennie suivante.⁷⁶ L'acquisition d'Interweb en 1998 pour la somme de 135 millions de dollars marque un tournant majeur pour Transcontinental. L'entreprise fondée en 1987 par René Héту effectue l'impression du Globe and Mail pour les régions de Montréal et de Toronto dans ses usines de Boucherville et de Mississauga. Cette acquisition donne à Transcontinental l'occasion d'intégrer une expertise unique et de perfectionner le modèle d'impartition de l'impression de quotidiens qui lui ont permis d'obtenir le contrat d'impression de La Presse en 2003, et le renouvellement du contrat d'impression du Globe and Mail en 2008.

En 1993, l'acquisition de Technologies BABN, au coût de 43,5 millions de dollars, a permis à Transcontinental d'établir une présence majeure dans l'impression de billets de loterie, non seulement au Canada, mais dans une vingtaine d'autres pays. L'entreprise est vendue en novembre 1994 au groupe français Oberthur avec un gain de plus de 60 millions de dollars.

En janvier 2000, TC Transcontinental acquiert les actifs de la division d'édition de magazines de Télémédia, propulsant l'entreprise au rang des plus importants éditeurs de magazines destinés aux consommateurs au Canada et le deuxième toutes catégories confondues, avec un total de 51 titres anglais et français, et un tirage annuel de quelque 100 millions d'exemplaires (Blouin, 2016). Appuyée par la SGF qui consent à la société un prêt à terme de 50 millions de dollars en juillet 2009, Transcontinental poursuit son expansion par la conclusion d'accords d'impression pluriannuels avec de grands quotidiens: San Francisco Chronicle (2009), Calgary Herald (2013), The Vancouver Sun (2013) The Gazette (2014) et Toronto Star (2016). La pénétration du marché québécois est accentuée par l'acquisition fin 2013 des 74 journaux hebdomadaires québécois de la Corporation Sun Media (Québec) pour 75 millions de dollars et l'achat de trois imprimeries détenues par GESCA. La société procède ensuite à la vente au Groupe TVA de 14 magazines et de trois sites internet pour 55 millions de dollars. Cette vente est accompagnée d'un contrat d'impression par TC Transcontinental des magazines de TVA Publications et des publicités de Vidéotron. Ces transactions font de TC Transcontinental le deuxième éditeur de journaux locaux et régionaux et le quatrième groupe de presse écrite au Canada.

Face à la forte pénétration des plateformes numériques internationales dans le domaine des médias, TC Transcontinental entreprend en 2017 de recentrer ses activités dans des secteurs moins vulnérables aux nouvelles formes de concurrence. Cette réorientation entraîne la vente de l'ensemble de son portefeuille d'hebdomadaires locaux et régionaux qui comptait pour 62 % des titres et 68 % du tirage de ce secteur au Québec.⁷⁷ Ce délestage a permis à plusieurs entreprises entrepreneuriales québécoises déjà impliquées de près ou de loin dans l'industrie des médias de renforcer leur positionnement dans leur région. Le tableau suivant est éloquent.

| Acquéreur | Nombre de journaux (2021) | Propriétaires |
|--|---------------------------|--|
| Néo Média | 16 | Claude Poulin, Michel Gendreau |
| Groupe Lexis Média (MEDIALO) | 12 | Frédéric Couture, André Normandin |
| Icimédias Inc. | 20 | Renel Bouchard, Marc-Noël Ouellette |
| Gravité Média | 4 | Julie Voyer, Francis et Louis-Jasmin Picard |
| Radio du Rocher Percé Inc. | 3 | André Méthod, Claude Dauphin |
| Trium Médias | 3 | Marlène Claveau, Stéphane Gagnon, Daniel St-Pierre ⁷⁸ |
| Transmet Logistics, Metropolitan Média | 30 | Michael Raffoul |
| Les Versants du Mont-Bruno | 1 | Philippe Clair |

Source : « Jean-Hugues Roy, À qui appartient les médias du Québec, 2021 »

⁷⁶ Les actifs mexicains serviront comme monnaie d'échange pour l'acquisition des imprimeries canadiennes de Quad/Graphics en 2011.

⁷⁷ En avril 2020, Postmedia Network Canada Corp. a annoncé fermeture de 15 hebdomadaires locaux, dont huit au Manitoba et sept dans le sud de l'Ontario. En septembre 2023, Metroland Media Group, une filiale de Torstar – un holding médiatique qui appartient à Nordstar Capital LP qui est également propriétaire du Toronto Star – annonce que la société mettrait fin aux éditions imprimées de ses 70 journaux hebdomadaires et qu'elle se retirait du secteur de la distribution de circulaires et autres documents imprimés.

⁷⁸ Tous trois étaient des employés cadres de ces journaux.

Nombre de ces entreprises ont ajouté ou, dans certains cas, remplacé avec succès, l'édition papier de leurs journaux par une édition numérique sur leur site web, avec le soutien du Programme d'aide à l'adaptation numérique des entreprises de presse d'information écrite du gouvernement du Québec. L'acquisition de Métro Média par Transmet Logistics a connu un dénouement moins heureux. Après une phase de restructuration, les hebdomadaires ont été regroupés dans Métro Média, une nouvelle société d'édition qui publiait le quotidien gratuit Métro Montréal et 16 hebdomadaires locaux desservant des arrondissements des communautés urbaines de Montréal et de Québec. En difficulté financière – un dommage collatéral découlant, en partie, de la décision de la Ville de Montréal de bannir la distribution du Publisac sur son territoire – la société a mis fin à ses activités en août 2023.

Signe des temps, en mars 2023, Québecor cesse la publication du journal 24 Heures qui était distribué gratuitement dans le métro de Montréal. L'accès au signal cellulaire sur l'ensemble du réseau du métro et l'augmentation des coûts de production sonnent le glas de la version papier.

TC Transcontinental poursuit le recentrage de ses activités par la vente en 2019 de ses publications multiplateformes dédiées à des industries ciblées, dont Les Affaires et le secteur des événements et activités médiatiques, des foires commerciales, des conférences et des activités de formation dans le monde des affaires à Groupe Context, une entreprise créée par Pierre Marcoux, qui dirigeait TC Media depuis 2018. La société continue son délestage par la vente des publications Finance et Investissement, Investment Executive et Advisor's Edge à Newcom Media de Toronto.

Contrainte par une avalanche de règlements municipaux qui, à l'instar de celui de Montréal, interdisent la distribution porte-à-porte du Publisac, TC Transcontinental a mis fin à ce mode de distribution des hebdomadaires locaux au Québec, ainsi que dans les régions de Toronto et de Hamilton en Ontario et dans la banlieue de Vancouver en Colombie-Britannique, entre février et mai 2024. Ce retrait est un coup dur pour les hebdomadaires locaux et régionaux, car il entraîne une forte augmentation des coûts de distribution couplée à une réduction de la couverture de la population. Les conséquences observées dans la région de Montréal sont sans équivoque : atrophie et fermeture de nombreux journaux locaux et de quartier. Pour TC Transcontinental, cela entraîne la fermeture de son usine d'impression de Saint-Hyacinthe et la mise à pied de 200 employés en avril 2024.

Parallèlement à la rationalisation de sa gamme d'activités, TC Transcontinental a entrepris de consolider l'industrie nord-américaine de l'impression d'emballages souples en acquérant une quinzaine d'entreprises du secteur, dont Coveris Americas en 2018 pour 1,32 milliard de dollars américains.⁷⁹ TC Transcontinental demeure néanmoins l'un des plus importants imprimeurs commerciaux au Canada et en Amérique du Nord, ainsi qu'un important éditeur de livres. Cette activité est restructurée en juin 2022 avec l'acquisition pour 57,2 millions de dollars de la maison d'édition montréalaise ERPI spécialisée dans l'édition académique et scolaire que Pearson PLC avait acquise en 1989.

6. Le tocsin de la presse papier a sonné

En 1977, Unimédia de Jacques Francoeur est l'une des trois plus importantes chaînes de journaux de langue française au Québec. Ses actifs comprennent, en plus des deux quotidiens et l'hebdomadaire acquis en 1973, une quinzaine d'autres hebdomadaires et trois imprimeries.⁸⁰ La société est vendue à Hollinger Inc, un empire de presse contrôlé par Conrad Black, en juin 1977 pour une somme totale de 91 millions de dollars.⁸¹ La transaction soulève un tollé. Afin de rendre l'acquisition des quotidiens québécois acceptable, Black convient

⁷⁹ Le financement de cette transaction comprend la prise ferme d'une émission d'actions de 287,5 millions de dollars canadiens avec la participation de la Caisse de dépôt et placement du Québec et de Foyston, Gordon & Payne Inc.

⁸⁰ À la fine pointe de la technologie, l'imprimerie Litho-Prestige de Drummondville avait le contrat d'impression du magazine *New-York*, propriété de Robert Murdock.

⁸¹ Diplômé en droit de l'Université Laval en 1970, Black poursuit ses études supérieures à l'Université McGill, qui lui décerne une maîtrise en histoire en 1973. Black est également l'auteur d'une remarquable biographie de Maurice Duplessis publiée en 1977 chez McClelland & Stewart.

avec le gouvernement de Robert Bourassa de placer Le Soleil et Le Quotidien dans Média-Québec, une société québécoise formée à cette fin et dont le conseil d'administration serait formé en majorité de québécois francophones de « grande stature »⁸² (Fraser, 1987). Le Québec n'est pas une « terre étrangère » pour Black. Déjà en 1969, avec ses partenaires Peter White et David Radler, il avait fait l'acquisition du Sherbrooke Daily Record et de l'Eastern Townships Advertiser.

Novembre 2000 marque un juste retour des choses lorsque Gesca acquiert Unimédia pour environ 150 millions de dollars. Les hebdomadaires sont revendus à TC Transcontinental en 2001. En février 2014, Gesca cède les trois imprimeries acquises d'Unimédia à TC Transcontinental. Le mois suivant, les quotidiens de Gesca, à l'exception de La Presse qui est transformée en une « fiducie d'utilité sociale » indépendante,⁸³ sont vendus à Groupe Capitales Médias de Martin Cauchon.

En décembre 2015, La Presse, qui a lancé son application numérique gratuite La Presse+ et l'application mobile La Presse Mobile en 2013, annonce qu'elle met fin à son édition papier en semaine; celle de son édition du samedi sera maintenue jusqu'à fin 2017. Cette innovation audacieuse de Power Corporation qui a investi près d'un demi-million de dollars pour développer la plateforme, s'avère un succès tant au niveau du lectorat que financier.

Avec quelque quatre millions de lecteurs par mois, le lectorat de La Presse+ dépasse largement celui du journal imprimé au sommet de sa popularité. De plus, La Presse génère des surplus financiers depuis 2020, d'une part parce que ce quotidien numérique gagne des revenus publicitaires accrus malgré la contraction du marché et, d'autre part, parce que la fiducie bénéficie d'un volume important de contributions volontaires (56,000 en 2023) de la part des lecteurs et de la philanthropie. Ces résultats financiers favorables permettent à La Presse de réinvestir une partie de son excédent annuel dans un fonds de réserve visant à assurer sa pérennité.⁸⁴

Les six quotidiens de Capitale Médias sont repris par la Coopérative nationale de l'information indépendante (CN2i) en 2020 suite à la faillite du Groupe.⁸⁵ Fin mars 2020, CN2i cesse la parution des éditions papier en semaine. Cette mesure a été étendue à l'édition du samedi depuis le 1^{er} janvier 2024, complétant ainsi le passage aux publications entièrement numériques. Cette transformation bénéficie de l'appui du gouvernement du Québec qui leur a consenti une subvention de 400 000 \$ en mars 2024 afin de soutenir l'évolution de la plateforme numérique.

7. De nouveaux entrepreneurs entrent en action

À la suite de la reprise du réseau TQS du syndic par les frères Rémillard en avril 2008, le réseau est relancé l'année suivante sous le nom de V et placée dans V Interactions Inc., une filiale à part entière de Groupe V Média Inc. (Remstar). V Interactions devient ainsi titulaire du réseau de télévision V et des stations de télévision de langue française CDAP-DT (Québec), CFJP-DT (Montréal), CDRS-DT (Saguenay), CFKS-DT (Sherbrooke) et CFKM-DT (Trois-Rivières) (CRTC (a), 2020). En 2014, les activités de V Média sont élargies avec l'acquisition des chaînes spécialisées MusicPlus et Musimax (maintenant ELLE Fiction et MAX) de Bell Média pour un montant de 15 millions de dollars. À la suite de cette transaction, la CDPQ, le Fonds de solidarité FTQ et Investissement Québec prennent chacun une participation de 15 % dans Groupe V Média. V Interactions et le service de vidéo sur

⁸² Outre Black et ses associés, Peter White et David Radler, les administrateurs de Média-Québec étaient Jacques Francoeur et son associé Guy Franche, Pierre Desmarais II (président du conseil), Claude Castonguay, Micheline Bouchard, Maurice Sauvé, Robert Després, L. Yves Fortier et André Monast.

⁸³ Cette structure s'apparente à celle du journal britannique The Guardian qui est détenu par le Scott Trust. La restructuration a été autorisée par l'adoption par l'Assemblée Nationale du Québec du projet de loi n°400 en juin 2018.

⁸⁴ À la fin de 2023, le solde de ce fonds s'élevait à quelques 40 millions de dollars.

⁸⁵ La Coopérative CN2i est composée de six coopératives qui possèdent chacune un quotidien soit, Le Droit (Gatineau/Ottawa), Le Nouvelliste (Trois-Rivières), Le Quotidien (Saguenay-Lac-Saint-Jean), Le Soleil (Québec), La Tribune (Sherbrooke) et La Voix de l'Est (Granby). La transaction évaluée à près de 24 millions de dollars a été financée en majeure partie par Desjardins Capital, Investissement Québec, Fondation, la Caisse d'économie solidaire, le Fonds de solidarité FTQ, la Fiducie du Chantier de l'économie sociale et le Réseau de l'investissement social du Québec.

demande Noovo.ca sont vendus à Bell Média en mai 2020,⁸⁶ qui change le nom du réseau en celui de Noovo en août 2020. La valeur de la transaction est établie à 31,3 millions de dollars⁸⁷ (CRTC, 2020).

L'inscription de Stingray Digital Group Inc. à la cote du TSX en juin 2015 suite à un PAPE de 140 millions de dollars montre que le vivier d'entrepreneurs québécois dans le secteur des médias reste bien garni. Fondée en 2007 par Éric Boyko, Alexandre Taillefer et François-Charles Sirois, la société acquiert successivement, avec le soutien financier de Télésystème et Novacap, Sound Choice pour 6 millions de dollars et le service de musique par cablovision TV de la Canadian Broadcasting Corporation en 2009 pour 65 millions de dollars. La société poursuit son expansion par l'acquisition de Music Choice Europe Ltd. en avril 2011. En juin 2016, Stingray acquiert quatre chaînes de vidéoclips : MuchLoud, MuchRetro, MuchVibe et Juicebox de Bell Média.

En 2018, dans le cadre d'une transaction évaluée à 506 millions de dollars, Stingray acquiert Newcap Radio de Capital Corporation Limited de Terre-neuve.⁸⁸ Stingray, qui s'est hissé au rang de leader mondial dans la fourniture de services d'abonnement à des services de radiodiffusion, de télédiffusion et de vidéos sur demande et d'applications musicale mobiles, devient alors le radiodiffuseur avec le deuxième plus grand nombre de stations au Canada (101 stations) après Bell Média. Avec plus de 17 acquisitions d'entreprises médiatiques à travers le monde depuis 2017, Stingray est maintenant bien établie en tant que consolidateur de l'industrie mondiale de la diffusion de contenu musical en continu. En juillet 2023, la société conclut un accord avec Mood Media pour combiner leurs réseaux multimédias et ainsi diffuser de la publicité programmatique dans plus de 25 000 commerces de détail aux États-Unis. Le mois suivant, Stingray signe un accord mondial avec BYD, le plus important fabricant de voitures électriques dans le monde, visant l'intégration de Singray Karaoke sous la forme d'une application intégrée dans les véhicules. Cela est suivi en septembre 2023 par la conclusion d'une entente de distribution au Canada et aux États-Unis avec la société TCL, une des plus grandes marques de téléviseurs.

Autre exemple entrepreneurial : en 2018, Sylvain Chamberland fonde Arsenal Média dans le but d'acquérir les 15 stations radio régionales de Attraction Média.⁸⁹ Appuyé financièrement par Fondation CSN qui détient une participation minoritaire (49,25 %) dans la société, Arsenal acquiert de Cogeco en avril 2022 les actifs des stations de radio CHGO-FM (Val d'Or), CHOA-FM (Rouyn-Noranda) et ses émetteurs CHOA-FM-1 (Val d'Or), CHOA-FM-2 (La Sarre) et CJGO-FM (La Sarre) et son émetteur CJGO-FM-1 (Rouyn-Noranda) (CRTC, 2022).⁹⁰ La société poursuit son expansion avec l'acquisition de sept stations de radio de Bell Média au Québec en février 2024. Cette transaction fait d'Arsenal le plus grand consolidateur de radio régionales au Québec avec un portefeuille de 25 stations et 7 réémetteurs radiophoniques. À ces actifs radio s'ajoutent plus de 30 sites web, dont plusieurs plateformes de nouvelles régionales et deux boutiques en ligne.

Le nouvel intérêt pour la propriété de stations radio au Québec s'explique en partie par le fait que le marché québécois ne semble pas sursaturé et que, sa vocation étant essentiellement de desservir le marché local, majoritairement francophone, la radio québécoise est moins vulnérable à la concurrence des grandes plateformes, ses revenus provenant davantage de la vente de publicité locale. En effet, les revenus publicitaires des stations de radio québécoises en 2020 ont diminué de 17,7 % par rapport à 2010, alors que ceux des autres médias ont diminué de 47,8 %. On note également que leurs résultats financiers sont, en moyenne, supérieurs à ceux des stations anglophones, ainsi qu'à ceux de l'ensemble des stations radiophoniques au Canada. Ces résultats ne sont pas uniformes au Québec, puisque la radio francophone de la région de Montréal connaît des pertes de revenus prononcées.

⁸⁶ Groupe V Média est renommé Remstar Média en mai 2020.

⁸⁷ Le réseau Noovo est composé de cinq stations détenues par Bell Média et de quatre stations affiliées.

⁸⁸ Le financement de la transaction comprend une émission publique d'actions d'une valeur de 83 millions de dollars à laquelle la CDPQ, le Fonds de solidarité FTQ et Investissement Québec ont participé à hauteur de 65 millions de dollars, ainsi qu'un placement privé auprès de la CDPQ à hauteur de 46 millions de dollars et d'un placement privé d'actions à droit de vote subalterne de 25 millions de dollars auprès d'une société contrôlée par Harry R. Steele, ancien président du conseil de Capital Corporation Limited..

⁸⁹ Sylvain Chamberland possède une longue feuille de route dans les secteurs de la radiodiffusion et de la télédiffusion : directeur général, Groupe TVA inc.; PDG Radiomédia; vice-président au développement des affaires, Québecor Média; propriétaire OOUK Média et vice-président exécutif et chef des opérations d'Attraction Radio.

⁹⁰ Dans le cadre de cette transaction, Cogeco Média devient propriétaire de la station CILM-FM Saguenay-Lac-Saint-Jean.

| Tableau 6 : Portrait de la radio privée commerciale (2022) | | | |
|--|--------|---------|--------|
| | Québec | Ontario | Canada |
| Nombre de stations | 108 | 240 | 749 |
| Nombre de stations par 100,000 habitants | 1,25 | 1,58 | 1,92 |
| Recettes d'exploitation par station (k\$) | 2,186 | 1,648 | 1,491 |

Source : <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/2565>

| Tableau 7 : Profitabilité de la radio commerciale au Canada (marge avant taxes) | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|
| | 2018 | | 2022 | |
| | AM (%) | FM (%) | AM (%) | FM (%) |
| Canada - anglais | 0,8 | 18,2 | -14,3 | 4,6 |
| Canada - français | 0,4 | 16,9 | -0,9 | 9,2 |
| Canada – total | 2,0 | 17,8 | -11,8 | 5,7 |

Source : CRTC, Radio Statistical and Financial Summaries 2018-2022.

8. Les télécommunications

Dans le domaine des télécommunications, Jules A. Brillant est le véritable précurseur.⁹¹ Il acquiert sa première compagnie de téléphone, la Corporation de téléphone nationale, en 1927. La société effectue un premier appel public à l'épargne et inscrit ses actions à la cote de la Bourse Canadienne en 1953. Après une période d'expansion qui étend le réseau à tout l'Est du Québec, la Côte-Nord, la Beauce et la région de Portneuf, le nom de l'entreprise est changé en Québec-Téléphone par une loi privée en 1955. Devant l'ampleur des capitaux nécessaires à la modernisation du réseau et à la poursuite de sa croissance, les fils de Jules Brillant, qui gèrent les biens familiaux depuis la retraite de leur père, cèdent le contrôle de l'entreprise à la société américaine GTE Corporation en juillet 1966. Québec-Téléphone a fusionné avec Telus en mai 2000.

Fondée en 1892 par un groupe de citoyens de Nicolet, Sogetel, une entreprise indépendante de services de télécommunications, a été acquise en 1978 par Michel Biron, un homme d'affaires de Nicolet. L'entreprise dessert principalement les zones rurales du centre du Québec. L'entreprise a étendu sa portée avec l'acquisition de Services Internet NTIC de Saint-Hyacinthe en 2000, puis de Téléphone Milot et la compagnie de Téléphone de Saint-Liboire-de-Bagot en 2005. L'entreprise a poursuivi son expansion au cours des dix années suivantes avec cinq autres acquisitions d'entreprises de téléphonie locale.⁹²

⁹¹ Diplômé de l'Université de Moncton en administration, Jules-A. Brillant débute sa carrière à la Banque d'Hochelaga (e.g. Banque Canadienne Nationale). Nommé à la direction de la compagnie électrique d'Amqui en 1913, il fonde la Compagnie de Pouvoir du Bas-Saint-Laurent en 1922, après avoir acquis les chutes du Grand Métis avec des associés. La compagnie se développe en acquérant plusieurs petites compagnies d'électricité et en construisant deux centrales hydroélectriques sur la rivière Moisie. Faute de capitaux pour poursuivre son développement, la société est vendue à des intérêts américains en 1925. Il la rachète en 1932. La société est acquise par le gouvernement québécois lors de la nationalisation des compagnies d'électricité en 1963. En tant qu'administrateur de Sun Trust, de la Banque Provinciale du Canada et de la mutuelle d'assurance-vie Alliance Nationale, il jouit d'une influence certaine dans les milieux financiers canadiens et américains.

⁹² Les compagnies acquises comprennent la Corporation de Téléphone de la Baie (Baie-du-Fèvre) en 2007; la compagnie de Téléphone Nantes Inc. en 2008, Groupe Télécom Warwick Inc en 2009, la compagnie de Téléphone de Lambton inc en 2013 et la compagnie de Téléphone de Courcelles inc en 2014.

Dans un passé plus récent, Charles Sirois est une figure marquante. Président d'une entreprise familiale de radiomessagerie, il a bâti National Pagette et National Mobile Radiocommunication jusqu'à leur fusion avec Bell Cellulaire en 1987. Il fonde Telesystem en 1994 qui détient, entre autres, le tiers des actions de Microcell Telecommunications qui a lancé Fido, le premier service de téléphonie cellulaire numérique en 1996. Les actions de Microcell ont été inscrites à la cote du TSX en octobre 1997. La société a été acquise par Rogers Communications en novembre 2004 pour environ 1,4 milliard de dollars canadiens.

Fondé à Montréal en 1958, l'équipementier de télécommunications Memotec Data Inc. complète, durant la période 1979 à 1986, deux émissions d'actions admissibles au REAQ d'une valeur totale de 79,6 millions de dollars. En 1986, William McKenzie, président de Memotec, réunit Novacap,⁹³ Telesystem et BCE en tant que partenaires financiers pour acquérir Téléglobe, le seul fournisseur de services de télécommunications outre-mer au Canada. En février 1987, le gouvernement canadien annonce que Memotec Data a déposé la meilleure offre. Charles Sirois devient le deuxième plus important actionnaire de l'entreprise et chef de la direction. En 1992, Memotec Data change de nom et devient Téléglobe Canada Inc. En 2000, BCE dépose une offre d'achat de 6,5 milliards de dollars pour les actions de Téléglobe qu'elle ne détenait pas. BCE a vendu Téléglobe à une filiale du conglomérat indien Tata Group en 2002. Les activités de Memotec Inc. dans le design et la fabrication d'équipements de communication de données ont été rachetées par son PDG, Stéphane Tremblay, restructurées et vendues à Comteck Telecommunications Corp. de New York en 2004 pour 2,6 millions de dollars.

L'industrie des télécommunications au Québec subit une transformation avec l'entrée des câblodiffuseurs. Videotron s'établit comme fournisseur d'accès internet en janvier 1995 et ouvre le marché de la téléphonie résidentielle à la concurrence en 2005. Québecor poursuit sur cette lancée et continue d'étendre sa présence non seulement au Québec mais à travers le Canada. Même "pattern" pour Cogeco Communications, qui fournit des services Internet, vidéo et téléphoniques à quelque 1,6 million de clients résidentiels et professionnels au Canada et dans treize États américains.

Charles Sirois assume maintenant la présidence du conseil d'administration de la société montréalaise NorthStar Ciel & Terre, qui a complété en janvier 2023 un financement privé de 47 millions de dollars canadiens, qui s'ajoutaient aux 73 millions de dollars canadiens déjà souscrits.⁹⁴ Fondé par Stewart Bain en 2018, NorthStar vise à devenir le premier service commercial à surveiller l'espace depuis l'espace, au moyen d'une constellation de 52 satellites munis de capteurs optiques dédiés.

Autorisé par le gouvernement canadien en août 2021 à utiliser les fréquences de radiocommunication nécessaires au fonctionnement de son système orbital, l'immense flux de données ainsi généré sera dirigé vers le siège social de l'entreprise à Montréal où NorthStar produira une cartographie dynamique tridimensionnelle de l'ensemble de l'environnement orbital en temps quasi réel, fournissant aux autorités et aux opérateurs spatiaux les informations nécessaires pour assurer une navigation orbitale sûre. La société compte déjà le Département du commerce des États-Unis comme client pour un projet de coordination du trafic spatial. Une nouvelle ronde de financement de l'ordre de 30 millions de dollars auprès des actionnaires a été initiée en octobre 2023.

NorthStar a rencontré des difficultés dans la mise en orbite de ses satellites. Virgin Orbit, qui devait lancer les trois premiers satellites, a fait faillite avant de pouvoir se faire. La société californienne Rocket Lab qui avait pris le relais de Virgin Orbit a perdu le droit au lancement suite à l'échec d'un lancement de fusée en Nouvelle-Zélande. Le lancement des quatre premiers satellites a été réalisé le 28 janvier 2024.

9. De Gutenberg à McLuhan et Zuckerberg

⁹³ Fondée en 1981 par Marc Beauchamp, Novacap est une société de capital-investissement qui investit dans des entreprises de taille moyenne dans les secteurs de la technologie, des médias et des télécommunications. La société gère 8 milliards de dollars d'actifs.

⁹⁴ Outre Telesystem, l'entreprise compte parmi ses actionnaires la famille Rogers, Thales, Alenia Space, Telespazio, KinetX, Cartesian Capital et les gouvernements du Québec (Investissement Québec), du Canada et du Luxembourg.

L'histoire des médias électroniques au Québec est intimement liée à celle de la société et elle témoigne de l'épanouissement d'une modernité scientifique et économique dès le début du XXe siècle. La genèse du succès des barons québécois des médias et des télécommunications n'est pas étrangère à l'intérêt porté très tôt par les universités québécoises et leurs collèges affiliés pour la recherche et l'enseignement de la télégraphie sans fil (TSF). Leur parcours démontre que le déploiement commercial des nouvelles technologies de communication au Québec a suivi le « pattern » usuel du développement entrepreneurial.

D'abord, les pionniers de la radio grand public ont été initiés à la nouvelle technologie du « sans fil » dans les collèges et les universités. Plusieurs ont développé leur expertise dans le cadre de leur service militaire et, plus tard, par l'exploitation commerciale de la technologie par la société Canadian Marconi et les sociétés maritimes et ferroviaires.

Avec le développement des sociétés de radio et de télévision, notamment Radio-Canada, et de la câblodistribution, nombreux « futurs » entrepreneurs ont appris le métier en œuvrant au sein de sociétés médiatiques publiques ou privées déjà établies avant de créer ou d'acquérir leur entreprise. Ces nouveaux bâtisseurs n'étaient pas des autodidactes. La grande majorité d'entre eux étaient des diplômés universitaires en administration ou en génie, souvent avec un diplôme d'études supérieures d'une université anglophone à l'extérieur du Québec. Le même parcours professionnel est observé dans les secteurs de la presse écrite et de l'impression commerciale.

Le développement entrepreneurial de la presse écrite et des stations de radio et de télévision est conforme à l'observation de Toulouse que les entreprises fondées par des francophones étaient surtout dans des secteurs où la proximité avec les clients était un atout nécessaire (Toulouse, 1986). On note ensuite que l'état du milieu ambiant s'est avéré être un facteur déterminant. Ainsi, on observe que le rythme d'adoption de la télévision a été beaucoup plus rapide que celui de la radio, puisqu'il a fallu une quinzaine d'années pour que le pourcentage de ménages québécois possédant un récepteur radio dépasse 80 %, alors que la télévision a atteint ce taux de pénétration en huit ans. L'absence d'électricité dans les zones rurales jusqu'aux années 1950 explique en grande partie cet écart et non l'absence d'entrepreneurs.⁹⁵ Un changement radical dans la propriété des radios et télévisions privées a pris forme au début des années 1990 avec le résultat que les stations à propriétaire unique sont l'exception car presque toutes les stations sont maintenant intégrées à un réseau.

La prépondérance d'entreprises familiales tout au cours du développement de l'industrie médiatique au Québec doit être soulignée. Il est bien établi que le capital familial est composé de trois types de ressources : (i) capital familial humain (e.g. connaissances concernant les affaires disponibles dans la famille); (ii) capital familial financier qui peut être transféré aux descendants; et (iii) capital familial social (e.g. réseaux familial, d'affaires et communauté) (Dyer, Nenque, Hill, 2014). À cet égard, il est notable qu'à l'exception de Conrad Black, les magnats des médias hors Québec ont peu investi dans l'industrie québécoise des médias, même si celle-ci étaient généralement plus rentable.

La trajectoire du développement de l'industrie médiatique québécoise est le résultat de quatre principaux facteurs :

- a) l'effet déterminant du cadre législatif et réglementaire canadien fondé sur le précepte que la radio et la télévision utilisant des fréquences du domaine public sont des services publics. Appelé à jouer un rôle essentiel de soutien à la vitalité démocratique de la société canadienne et au maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle, cela entraîne l'instauration par l'État d'un minimum de normes culturelles et économiques à la radiodiffusion et la câblodistribution privée;

⁹⁵ La Loi créant l'Office de l'électrification rurale qui avait pour mandat de combler l'écart entre les régions urbaines et rurales a été adoptée en mai 1945. En 1945, seulement 28 % des exploitations agricoles sont électrifiées. Cette proportion augmente à 67 % en 1951 et à 97 % en 1961 (Dorion, 2000).

- b) l'accès et la disponibilité de capitaux propres, notamment dans les marchés publics de capitaux, pour financer les projets de développement et d'expansion des entrepreneurs du secteur. À ce titre, on observe que 18 des 22 émissions d'actions publiques répertoriées dans notre rétrospective étaient admissibles au Régime épargne-actions du Québec.

L'évolution des sociétés médiatiques qui ont fait la transformation de société fermée en société ouverte reflète les effets attendus du financement public : (i) le statut public de la société apporte une notoriété et visibilité accrue qui améliore la perception des gens de l'extérieur; (ii) facilite le recrutement de cadres supérieurs et renforce le sentiment d'appartenance des employés; et (iii) permet à l'entreprise d'accéder plus facilement aux marchés financiers, notamment celui des placements privés dans les sociétés ouvertes (PPSO), et ainsi d'entreprendre des fusions/acquisitions transformatrices assurant la croissance de l'entreprise à moyen et long terme (Desroches et Jog, 1989). D'ailleurs, c'est dans ce cadre que les interventions de la CDPQ ont eu l'effet structurant le plus considérable sur le développement d'entreprises médiatiques québécoises.

- c) continuité de la propriété des principales sociétés médiatiques. Il est remarquable que les grandes sociétés médiatiques québécoises sont des sociétés ouvertes dirigées par la seconde génération de la famille du fondateur alors que dans la majorité des cas celles qui étaient des sociétés fermées ont été amalgamées dans une autre société, généralement ouverte. Cela démontre que l'accès aux marchés public des capitaux n'est pas synonyme de perte de contrôle de la société, mais qu'il s'agit souvent du meilleur moyen de le conserver et d'assurer sa pérennité en tant qu'entreprise indépendante.

À cet égard, le recours aux actions à vote multiple est un moyen légitime et courant dans les marchés publics au Canada, en Europe et aux États-Unis pour assurer aux fondateurs une protection efficace contre une prise de contrôle hostile.⁹⁶

- d) La métamorphose des technologies des communications et l'hégémonie des plateformes de diffusion induites par les technologies numériques entraînent une transformation des usages qui chamboule le secteur depuis des années et, pour plusieurs catégories de médias, mettent en péril leur viabilité financière, provoquant ainsi, à l'instar de ce qui se passe ailleurs en Occident, à l'effondrement de la presse écrite, l'accélération du déclin de la radio et de la télévision généraliste et l'accentuation de la précarisation du métier de journaliste.⁹⁷

Malgré les succès notables de Québecor et de Cogeco, la taille relativement petite du marché francophone par rapport au marché anglophone signifie que l'offre de services de cablovision de langue française est inférieure à celle des services anglophones au Canada, et que les tarifs et les coûts d'abonnement au Québec sont plus élevés que ceux qui prévalent sur le marché anglophone canadien. Il en résulte un taux de pénétration du marché inférieur d'environ 10 % à celui du reste du Canada (CRTC, 1999). Cet écart dans l'adhésion à la câblodistribution persiste de nos jours.

Bien que la presse écrite ne soit pas soumise au même cadre réglementaire que les radiodiffuseurs, l'évolution du secteur a suivi une trajectoire similaire jusqu'au milieu des années 2010. Entre 1960 et 1970, la presse a connu une concentration horizontale, la grande majorité des journaux changeant de propriétaire et se regroupant au sein de conglomérats financiers. En 1965, les quatorze quotidiens québécois appartiennent à autant de personnes ; en 1969, neuf d'entre eux sont déjà reliés à une chaîne, dont GESCA (Power Corporation sous le contrôle de Paul Desmarais, Unimédia de Jacques Francoeur et Québecor, sous le contrôle de Pierre Péladeau) (Godin, 1981). La concentration de la propriété des journaux s'est inversée en 2017 lorsque GESCA et TC Transcontinental ont cédé leurs journaux à divers groupes et entrepreneurs locaux, dont la plupart connaissent depuis des résultats financiers plutôt décevants (Bizimana & Kane, 2019). Au Québec, comme ailleurs dans le monde, l'effondrement de la presse écrite n'est pas un phénomène cyclique, mais une lame de fond qui ne laisse présager aucun retour. C'est certes la conclusion à laquelle en arrive l'expert américain (Meyer, 2009).

L'émergence de nouvelles générations de concurrents qui constituent en eux-mêmes d'immenses puissances financières s'imposant au-delà des frontières pose un défi d'un nouvel ordre. Ils accaparent une grande partie des recettes publicitaires qui sont essentielles à la survie des médias de propriété privée. Il faut se rendre à l'évidence : même si au Québec l'intérêt du public pour les médias qui sont les principaux producteurs d'information demeure conséquent et que le nombre de lecteurs de quotidiens papier ou numériques a augmenté, l'information génère peu de revenus (Giroux, 2022). Cela soulève de profondes inquiétudes pour la survie d'une industrie médiatique canadienne indépendante maîtresse de son propre destin et les conséquences d'un échec.

Les restructurations dans les entreprises de presse en 2023 témoignent de l'ampleur des défis financiers auxquels sont confrontés les médias au Québec. Près de 25 % des postes existants au 1er janvier 2023 ont été abolis au cours de l'année

⁹⁶ 13 % de toutes les sociétés faisant partie de l'indice S&P/TSX ont une structure en capital comprenant deux catégories d'actions ordinaires. Les deux tiers de ces sociétés sont localisés hors Québec. Afin d'assurer un traitement équitable pour tous les actionnaires dans l'éventualité où le bloc de contrôle serait vendu, la réglementation canadienne concernant l'inscription à la cote du TSX ou du TSX Croissance des sociétés dont la structure de capital comprend des actions à vote multiple prévoit que celles-ci sont autorisées à condition d'être accompagnées d'une protection en faveur des autres actionnaires en cas d'offre publique d'achat visant les « actions de contrôle ». Ainsi, une telle offre publique d'achat n'est permise que si elle est faite aux autres actionnaires aux mêmes conditions (clause dite du « coattail »).

⁹⁷ Aux États-Unis, la diffusion des quotidiens est passée de 63,3 millions d'exemplaires en 1984 à 33 millions en 2020. Entre 2008 et 2018, les recettes publicitaires des quotidiens ont chuté de 62 % (Attali, 2021). Cette situation a conduit à un passage massif à l'édition numérique.

| Tableau 8 : Restructuration des médias au Québec (2023) | | |
|--|---|--------------------------|
| | Effectifs au 1 ^{er} janvier 2023 | Postes supprimés en 2023 |
| Radio-Canada * | 2500 | 250 |
| Groupe TVA | 1904 | 687 |
| Coopérative nationale de l'information indépendante (CN2i) | 350 | 225 |
| Métro-Média | 70 | 70 |
| Montréal Gazette | 41 | 10 |
| Total des médias concernés | 4865 | 1102 |

- Compression des effectifs francophones de CBC/Radio-Canada.

La radio n’y échappera pas. D’une part, l’intégration dans une proportion élevée aux nouveaux modèles de voitures d’un tableau de bord connecté introduit dans l’habitacle des automobiles une forme de concurrence qui n’existait pas auparavant. D’autre part, la décision de BMW, Volkswagen, Mazda, Tesla et Ford de retirer les radios AM des nouvelles automobiles électriques oriente l’écoute vers la radio FM qui favorise la musique en raison de sa qualité sonore, les balados, les livres audio ou les plateformes d’écoute de musique en continu. Étant donné qu’environ le tiers de l’écoute de la radio AM se fait en conduisant, cette décision des constructeurs automobiles aura pour effet d’accélérer le rythme de fermeture des stations AM, qui sont l’un des principaux vecteurs de communication d’informations locales et régionales.

10. Conclusion

La question s’impose : « comment la population du Canada peut-elle continuer d’exercer sur les nouvelles techniques des communications électroniques un contrôle collectif qui suffira à préserver et à renforcer la trame politique, sociale et économique du Canada, objectif qui demeure le plus important de l’action publique ? » (Gouvernement du Canada, 1965). Impossible d’y échapper : cette question fondamentale n’est pas résolue par la multiplication des chaînes de télévision qui, soutenue par la télévision par câble, accentue le chaos.

La santé économique des médias étant la première condition du pluralisme et de la liberté de la presse, il s’ensuit qu’un environnement concurrentiel équitable est impératif. Cela exige donc que les asymétries réglementaires entre les médias « traditionnels » et les acteurs numériques, notamment au chapitre de la contribution au financement de la production indépendante au Canada, soient corrigées.

L’efficacité des dispositions de la Loi sur la diffusion continue en ligne et autres mesures complémentaires instaurées par les gouvernements du Canada et du Québec pour contrer les effets pervers des nouveaux outils de communications, notamment sur la qualité et la pertinence de l’information, n’est pas assurée. Des données récentes montrent que l’embargo de Meta sur les nouvelles publiées par les médias canadiens pénalise principalement les médias locaux et régionaux car 30 % des médias locaux qui étaient actifs sur les médias sociaux sont maintenant disparus des plateformes (Observatoire, 2023). Grâce à leur forte image de marque, les grands médias sont moins vulnérables, d’autant plus qu’il est facile d’accéder aux informations en ligne directement à partir de leurs sites. La position de Meta est susceptible de perdurer. D’une part, les Canadiens n’ont pas modifié leur utilisation de Meta et, d’autre part, il semble que les revenus de Meta ne soient pas affectés par l’embargo (The Economist, 2024). À cet égard, il n’est pas très rassurant de constater que malgré le premier amendement de la Constitution des États-Unis « protégeant » la liberté d’expression de la presse, les médias écrits et la télévision conventionnelle, tout comme au Canada, connaissent de sérieuses difficultés (Minow, 2021).

L’histoire s’écrit de génération en génération. L’habileté qu’auront des propriétaires et dirigeants des médias québécois à naviguer dans ces eaux troubles et à soutenir un riche écosystème d’auteurs, d’artistes et une industrie de production audiovisuelle indépendante formeront le canevas d’un prochain chapitre à écrire.

BIBLIOGRAPHIE

- Acs, Zoltan, William Parsons et Spencer Tracy
High-Impact Firms: Gazelles Revisited, Contract for the Small Business Administration, June 2008.
- Armstrong, Robert
La Télévision au Québec : Miroir d'une société, Presses de l'Université Laval, 2019.
- Attali, Jacques
Histoire des Médias : Des signaux de fumée aux réseaux sociaux, et après, Éditions Flammarion, 2023.
- BCTQ
Bilan d'activités 2022-2023, Bureau du cinéma et de la télévision du Québec.
- Bizimana, Aimé-Jule et Kane Oumar
La presse au défi du numérique : une économie politique des médias régionaux au Québec, Les Cahiers du Journalisme, 2019
- Blouin, Jean
Transcontinental, Bâtir pour la pérennité : Une histoire de valeurs, TC Média Livres, 2016.
- Boucher, Joseph-Norbert
La télégraphie sans fil au Canada, Revue trimestrielle canadienne, juin 1920.
- Canuel, Alain
Augustin Frigon et la Radio Nationale au Canada, Scientia Canadensis, 19, 29-50, 1995.
- CRTC
Décision 1980, pp. 421-422.
- CRTC
Décision CRTC 1983 – 959.
- CRTC
Décision CRTC 84-1018, 11 décembre 1984.
- CRTC
Décision CRTC 85-704, 28 août 1985.
- CRTC
Décision CRTC-86-367, 18 avril 1986.
- CRTC
Décision CRTC 87-62, 27 janvier 1987.
- CRTC
Décision CRTC 88-181, 30 mars 1988.
- CRTC
Décision CRTC 89-499, 28 juillet 1989.
- CRTC
Décision CRTC 90-631, 9 juillet 1990.
- CRTC
Décision CRTC 99-151, 21 juin 1999.
- CRTC
Avis public CRTC 1999-89, Attribution de licences à de nouvelles entreprises d'émissions spécialisées de langue française – Préambule, paragr.7.
- CRTC
Décision CRTC 2000-5, 12 janvier 2000.
- CRTC
Décision CRTC 2002-90, 19 avril 2002.

| | |
|---|--|
| CRTC | Décision CRTC 2003-205, 2 juillet 2003. |
| CRTC | Décision 2008-128, 26 juin 2008. |
| CRTC | Décision 2010-942, 17 décembre 2010. |
| CRTC | Décision 2018-342, 31 août 2018. |
| CRTC (a) | Décision CRTC 2020-116, 3 avril 2020. |
| CRTC (b) | Décision CRTC 2020-114, 3 avril 2020. |
| CRTC | Décision CRTC 21-337, mars 2022. |
| Desrocher, J.J. et Jog V.M. | Les effets du financement public sur les entrepreneurs et leurs entreprises : le cas des PME du Québec, <i>Revue internationale P.M.E.</i> 2(1), 1989. |
| Dorion, Marie-Josée | L'électrification du monde rural québécois, <i>Revue d'histoire de l'Amérique française</i> , 54(1), 3-37, 2000. |
| Du Berger, Jean, Jacques Mathieu, Martine Roberge | La radio à Québec de 1920 à 1960 Presses de l'Université Laval, 1997. |
| Dyer, W. Gibb, Elizabeth Nenque, E. Jeffrey Hill | Toward a Theory of Family Capital and Entrepreneurship: Antecedents and Outcomes, <i>Journal of Small Business Management</i> , Taylor & Francis Journals, April 2014. |
| Filion, Gérard | Fais ce que peux, En guise de mémoires, Boréal, 1989. |
| Fraser, Matthew | Québec Inc., French-Canadian Entrepreneurs and the New Business Elite, Key Porter Books, 1987. |
| Giroux, Daniel | Les médias québécois d'information; État des lieux en 2022, Centre d'étude sur les médias, mai 2022. |
| Godin, Pierre | La lutte pour l'information; Histoire de la presse écrite au Québec, Montréal, Le Jour éditeur, 1981. |
| Gouvernement du Canada | Rapport de la Commission Royale de la Radiodiffusion, 1929. |
| Gouvernement du Canada | Rapport de la Commission Royale d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences, 1951. |
| Gouvernement du Canada | Rapport de la Commission Royale d'enquête sur la radio et la télévision, 1957. |
| Gouvernement du Canada | Livre Blanc sur la radiodiffusion, 1965 |
| Gouvernement du Canada | Instructions à l'intention du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes concernant l'attribution et le renouvellement de licences de radiodiffusion des propriétaires de quotidiens, C.P. 1982-2294, 29 juillet 1982. |
| Gouvernement du Canada | Rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, Rapport Applebaum-Hébert, 1982. |
| Gouvernement du Québec | Rapport de la commission d'étude sur l'industrie cinématographique du Québec, 1982. |

| | |
|--|---|
| Gouvernement du Canada | Instructions au CRTC sur l'attribution et le renouvellement limités des licences de radiodiffusion – Abrogation, C.P. 1985-1735, 30 mai 1985. |
| Gouvernement du Canada | Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, Rapport Caplan-Sauvageau, 1986. |
| Gouvernement du Canada | Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion), C.P. 2023-1125, 9 novembre 2023. |
| Harvey, Fernand | Les débuts de la télédiffusion dans l'est du Québec, La revue d'histoire du Québec, no. 68, 2002. |
| Harvey, Pierre | CHAU-TV au fil du temps, Musée de la Gaspésie, 2012. |
| Hurst, Erik, Benjamin Wild Pugsley | What Do Small Businesses Do?, University of Chicago, August 2011. |
| Imbeault, Sophie | Une histoire de la télévision au Québec, Fides, 2020. |
| Institut de la statistique du Québec (ISQ) | Comptes économiques des revenus et dépenses, 2021. |
| Lapalme, Georges-Émile | Le bruit des choses réveillées : Mémoires, Leméac, 1969. |
| Lenden, Lise | Le commerce des programmes: économie et politique de la radio MA au Québec,. Département de Media Studies, Université Concordia, août 1988. |
| Linteau, Paul-André | Une Histoire de Montréal, Boréal, 2022. |
| Malo, Gérard | Rapport présenté au colloque de l'ACRTEF, Pagé, 2007. |
| Meyer, Philip | The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age, University of Missouri, 2009. |
| Minow, Martha | Saving the News: Why the Constitution Calls for Government Action to Preserve Freedom of Speech, Oxford University Press, 2021. |
| Newman, Peter C. | The Canadian Establishment, Penguin Random House Canada, 1999. |
| Observatoire de l'écosystème médiatique | L'Écosystème Médiatique Canadien, Université McGill, 2023. |
| Ouellet, Danielle | Adrien Pouliot: Un homme en avance sur son temps, Boréal, 1986. |
| Pagé, Pierre | Histoire de la Radio au Québec : Information, Éducation, Culture, Fidès, 2007. |
| Pagé, Pierre, Jacques Belleau | Jalons pour une histoire de la radio du Québec 1940-1965, dans Communication Information, volume 4, no. 2, pp 116-122, hiver 1982. |

| | |
|--|---|
| Parisien, Jean | Mémoire soumis à LA commission spéciale de l'Assemblée nationale sur le problème de la liberté de la presse, Les Entreprises Gelco Limitée, 1969. |
| Parsley, Chris et David Halabisky | Profile of Growth Firms: A Summary of Industry Canada Research, Industry Canada, 2008. |
| Raynaud, André | Croissance et structures économiques de la province de Québec, Québec, Ministère de l'Industrie et du Commerce, 1961. |
| Raynauld, André | La propriété des entreprises au Québec, dans André Laurendeau et Arnold Davidson Dunton, Rapport final. Rapport de la Commission royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme, vol. III, Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1969. |
| Rémillard, Gil | Le partage des compétences législatives en matière de radio-télécommunication, Les Cahiers de droit, Volume 14, no. 2, 1973. |
| Securities and Exchange Commission (SEC) | Amending Agreement entered into at Montreal, Quebec on 11 October 2012, sec.gov/archives/edgar/data/ex-3-4 . |
| The Economist | Facebook turned off the news in Canada; What happened next?, 16 mai 2024. |
| Toulouse, Jean-Marie | L'Entrepreneurship au Québec, Les Presses HEC, 1979. |
| Tremblay, Gaétan et Jean-Guy Lacroix | Télévision : Deuxième Dynastie, Presses de l'Université du Québec, 1991. |
| Tworek, Heidi et John Maxwell Hamilton | The natural history of the news: An epigenetic study, Sage Journals, Volume 18, Issue 4, 2016 |
| Vallières, Marc, Christian Laville et Guy Bélanger | Histoire de l'Assurance-vie Desjardins 1948-1990, 1996. |
| Vallières, Marc | Courtiers et Entrepreneurs, Le courtage financier au Québec, 1867-1987, Septentrion, 2019. |