



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
Haut Autorité de la Communication Audiovisuelle

Publié sur *Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle* (<https://www.haca.ma>)

[Accueil](#) > La HACA s'informe sur le modèle de gestion et de gouvernance du régulateur et du pôle public de l'audiovisuel canadiens

[A](#) [1] [+A](#) [1]



La HACA s'informe sur le modèle de gestion et de gouvernance du régulateur et du pôle public de l'audiovisuel canadiens

07 oct 2016

En marge de la 25ème Conférence annuelle de l'organisation internationale des diffuseurs de service public (PBI), le Directeur Général de la HACA , M. Jamal Eddine Naji, et M. Redouane Draiss, Directeur Administratif et Financier, se sont réunis le 13 septembre 2016 au siège du régulateur canadien à Ottawa, le Conseil de la Radiotélévision et des Télécommunications (CRTC), avec sa Secrétaire générale, Mme Danielle May-Cuconato, entourée de ses principaux collaborateurs et collaboratrices en charge de la gestion administrative et financière, de la réglementation, de la gestion des ressources humaines et d'autres départements relatifs à la gouvernance de cette instance. Disposant d'un effectif de plus de 500 personnes, avec une quasi parité de genre, le CRTC a été créé le 1er avril 1968 comme tribunal administratif autonome, avant que ne soit modifié son mandat le 1er avril 1976 pour régir, en plus du secteur de l'audiovisuel, celui des télécommunications.

Au cours de cette réunion d'échange sur divers aspects de gouvernance et de gestion, les deux parties, marocaine et canadienne, ont comparé les deux modèles qui, sur plusieurs registres se rapprochent. Néanmoins, le CRTC a en charge la régulation de plusieurs centaines d'opérateurs

audiovisuels et des télécommunications et autres industriels du numérique, sur un vaste territoire de 10 millions de Km² (soit 41% du continent nord-américain ou les superficies réunies de la Chine et des USA (pour une population de 36 millions d'habitants). Il présente des spécificités particulières quant à son organisation, sa gouvernance et son financement.

Financé à 2/3 de son budget par les redevances des télécommunications et pour 1/3 par une subvention du gouvernement fédéral, il négocie son budget avec le gouvernement sur un terme triennal tout en ayant la possibilité de le réajuster chaque année fiscale (qui débute au Canada au mois de février). Concernant sa gouvernance, le CRTC, dirigé par un président nommé par le 1er Ministre fédéral, comprend un conseil, organe délibératif, représentant les 11 provinces et les trois territoires autonomes de la fédération, et aussi un organe exécutif de gestion et de gouvernance dirigé par un secrétaire général qui est nommé et attaché directement au président lequel a statut de membre du gouvernement.

A noter comme singularité toute particulière : le CRTC, selon une loi spécifique appelée « loi canadienne anti-pourriel » (ou LCAP), datant de 2014, a l'obligation de lutter, par des procès-verbaux et des sanctions, contre les messages commerciaux des entreprises ou d'organisations « non sollicités ou jugés indésirables par les citoyens connectés via Internet » (publicités, promotion de produits, services ou autres). Le CRTC oblige, en conséquence, que toute pratique commerciale de la sorte veille à ce que ce type de messages soient précédés de l'assurance que le récepteur puisse exprimer son consentement de les recevoir, que l'entreprise s'identifie dument et que tout message comporte un mécanisme de son exclusion ou sa destruction par le destinataire. Pour faire respecter la conformité à cette loi, le CRTC fait preuve d'une activité rigoureuse qu'il justifie par respect pour le principe de la concurrence loyale en matière commerciale et celui des droits du citoyen et du consommateur si sollicité par le « digital advertising » ou publicité numérique.

Au lendemain de cette mission auprès du régulateur fédéral, la délégation de la HACA, a rencontré, les 15 et 16 septembre, à Montréal, siège du diffuseur public CBC/Radio Canada (jumelant un réseau anglophone et un réseau francophone, en raison des deux langues officielles de la Fédération) les principaux dirigeants en charge de la gestion administrative et financière de cette institution dont la naissance remonte à 1936, alors que la radio a fait son apparition au Canada dès 1920 avec d'abord des radios privées commerciales. Il est à relever que CBC/Radio Canada, qui compte près de dix milles de personnes à travers le pays, a déployé en 1947 un plan de développement de 15 ans, pour se préparer à l'apparition imminente à l'époque de la télévision.

Actuellement comme, au début des années 90, l'institution est confrontée à des compressions budgétaires du fait des politiques publiques du gouvernement fédéral (pour un budget qui tourne autour d'un milliard de dollars canadiens par an, soit 7,4 milliards Dhs). D'ici 2020, les dirigeants prévoient la suppression de 20% des effectifs, soit 1000 à 1500 personnes « afin de s'adapter aux changements de consommation du public et de développer des supports numériques mobiles ».

En vertu de la loi sur la radiodiffusion, CBC Radio Canada affiche au public (sur son site et publie sur d'autres supports) ses résultats financiers consolidés pour chaque trimestre, en informant aussi sur ses réalisations d'objectifs inscrits dans son plan stratégique, également accessible au public. En vertu de la même loi, cette société de service public est dirigée par deux organes : un conseil d'administration composé de 12 membres dont un président et le PDG de CBC/Radio Canada et une « Equipe de la Haute direction » (EHD), dirigée par le PDG de la société, organe en charge, au quotidien, de la gouvernance et de la gestion administrative et financière.

Par ailleurs, annuellement, elle organise des « assemblées publiques » ouvertes aux citoyens, pour soumettre au débat ses grandes initiatives ou projets d'avenir. C'est ainsi que son assemblée annuelle pour l'année 2016 (tenue dans la ville de Moncton, fin septembre, dans le cadre d'une

stratégie pluriannuelle intitulée « Un espace pour nous tous ») a été dédiée au thème de « la radiodiffusion publique à l'ère numérique, comment saisir toutes les occasions » qui a été présenté et proposé au débat public par un panel de dirigeants de la société de radio Canada et d'experts indépendants.

Enfin, ce service public bénéficie, depuis 1985, d'un fort et influent soutien- critique- d'un organisme de la société civile, à but non lucratif : « Friends of Canadian Broadcasting », les « Amis de la Radiodiffusion Canadienne », association de 365 000 citoyens et citoyennes bénévoles, financée exclusivement par des dons individuels, non-partisane et pancanadienne et qui se veut « un chien de garde des intérêts des auditeurs et téléspectateurs », et intervient pour défendre et promouvoir la programmation de chez nous dans le système audiovisuel ». L'organisme est régulièrement auditionné à ce titre par les commissions parlementaires, notamment à l'occasion de la discussion du budget du pôle public.

Liens

[1] <https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B>