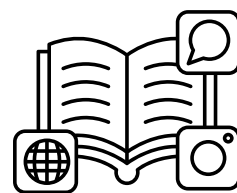


Mesures positives en lien avec les médias minoritaires

Novembre 2022
Préparé par la Direction des relations interministérielles
et de la responsabilisation (PCH)

Introduction



La **Partie VII** de la *Loi sur les langues officielles* précise l'engagement du gouvernement du Canada de favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) au Canada et d'appuyer leur développement, ainsi que de promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne. Cet engagement lie toutes les institutions du gouvernement fédéral, lesquelles doivent veiller à ce que soient prises des mesures positives pour le mettre en œuvre.

Les médias de langue officielle en situation minoritaire constituent l'ensemble des moyens de diffusion de l'information, tels que la radio, les journaux, les chaînes de télévision, etc., qui se trouvent dans les CLOSM. Ces médias offrent une visibilité aux CLOSM et permettent un accès à de l'information locale dans la langue de la minorité, ce qui renforce les liens entre les différents acteurs d'une communauté.

Ce document présente un échantillon de quelques mesures positives, qui ont été prises par différentes institutions fédérales au cours des cinq dernières années en lien avec les médias minoritaires. Ces initiatives, qui ont été classées selon quatre catégories, contribuent directement et indirectement à la vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

01

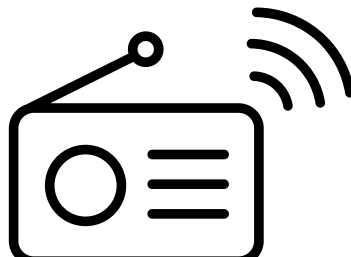
Diffusion de l'information

Bureau du directeur général des élections : L'utilisation des médias des CLOSM pendant les élections fédérales permet à l'institution de participer au développement et à l'épanouissement de ces communautés, notamment en renforçant les liens avec elles et en les informant adéquatement sur le processus électoral.

Marine Atlantique S.C.C. : Marine Atlantique a collaboré avec le journal *Le Gaboteur*, un journal en français de Terre-Neuve-et-Labrador, pour la création d'un numéro spécial du quotidien sur le tourisme ciblant les clients francophones. Les régions francophones traditionnelles telles que la péninsule de Port-au-Port et la présence française dans cette région ont été soulignées en favorisant des possibilités de tourisme pour ces régions.

Pêches et Océan Canada : Une approche proactive a été adoptée auprès des médias francophones des Territoires du Nord-Ouest pour promouvoir la possibilité d'interviewer des scientifiques francophones travaillant sur la surveillance des mammifères marins dans la région.

Parcs Canada : Dans le parc national du Gros Morne, à Terre-Neuve, Parcs Canada a collaboré avec la *Voice of Bonne Bay Community Radio* sur une série de capsules radiophoniques en français sur le patrimoine écologique et culturel du parc. Ces capsules ont permis aux membres de la communauté francophone et aux visiteurs de la région de se renseigner sur Gros-Morne dans leur propre langue officielle à la radio communautaire locale.



Mesures positives en lien avec les médias minoritaires

Publicité et financement

02

Agence de promotion économique du Canada Atlantique : L'Agence a versé 51630 \$ à *La Coopérative Radio Richmond Limitée* pour moderniser la technologie et l'équipement de la station de radio communautaire acadienne.

Musée canadien pour les droits de la personne : Pour les programmes de plus grande envergure, Le Musée investit dans la publicité au sein des médias francophones (*La Liberté* et autres) et utilise le marketing numérique pour cibler la communauté francophone locale. De plus, le Musée diffuse parfois les offres d'emploi bilingues dans les médias communautaires *La Liberté* et *Le Réveil*.

Agence de la santé publique du Canada : Le Bureau du conseiller scientifique principal a financé une édition d'un magazine scientifique pour enfants, *Sciences Mag Junior*, avec *La Liberté*, le seul journal francophone du Manitoba. L'initiative a sensibilisé les enfants de 6 à 12 ans à la COVID-19.

03

Promotion de services/programmes

Commission de la capitale nationale : Une campagne de promotion multiplateforme bilingue a été déployée pour chaque ville, en prenant bien soin de sélectionner des médias en langue officielle minoritaire et autochtone. Ainsi, des annonces ont été publiées dans les journaux locaux.

Commission de la radiodiffusion et de la télécommunication canadienne : Bien que ce soit le travail de la Commission de contrôler les ondes radios, l'institution aide les communautés autochtones du Québec en approuvant une demande de diffusion sur les ondes afin de continuer à desservir les communautés anglophones et mohawks de Kanesatake/Oka.

Transport Canada : Le ministère a promu la participation de la CLOSM à une activité d'éducation dans la langue de la minorité sur les ondes de la radio communautaire de la Basse Côte-Nord.

Collaborations/partenariats/engagement

04

Services publics et Approvisionnement Canada : Depuis 2007, l'institution a officialisé son dialogue avec les médias de langue officielle en situation minoritaire grâce à l'établissement du Comité de concertation sur la publicité et les médias de langue officielle en situation minoritaire, en collaboration avec plusieurs acteurs communautaires et gouvernementaux. Le Comité est une tribune pour discuter des questions d'intérêt mutuel et des solutions pratiques pour aider les médias de langue officielle en situation minoritaire à renforcer leurs pratiques commerciales afin de recevoir plus de revenus publicitaires.

Sécurité publique Canada : La Direction des communications mène des recherches sur l'opinion publique et des tests ciblés pour éclairer cinq campagnes publicitaires. Les communautés anglophones et francophones font partie des groupes démographiques ciblés pour aider à répondre à leurs besoins d'information.

Patrimoine canadien : Lors du dépôt du projet de loi C-11, PCH a rencontré l'Alliance des producteurs francophones du Canada, la Fédération culturelle canadienne-française et l'Association québécoise de la production médiatique pour entendre leurs préoccupations, leurs points de vue et leurs idées concernant le projet de loi. Ces rencontres et documents ont permis à PCH de mieux comprendre les priorités et les besoins en radiodiffusion des CLOSM du pays. PCH a ensuite tenu compte de ces priorités et besoins lors de la rédaction des amendements au projet de loi C-11.