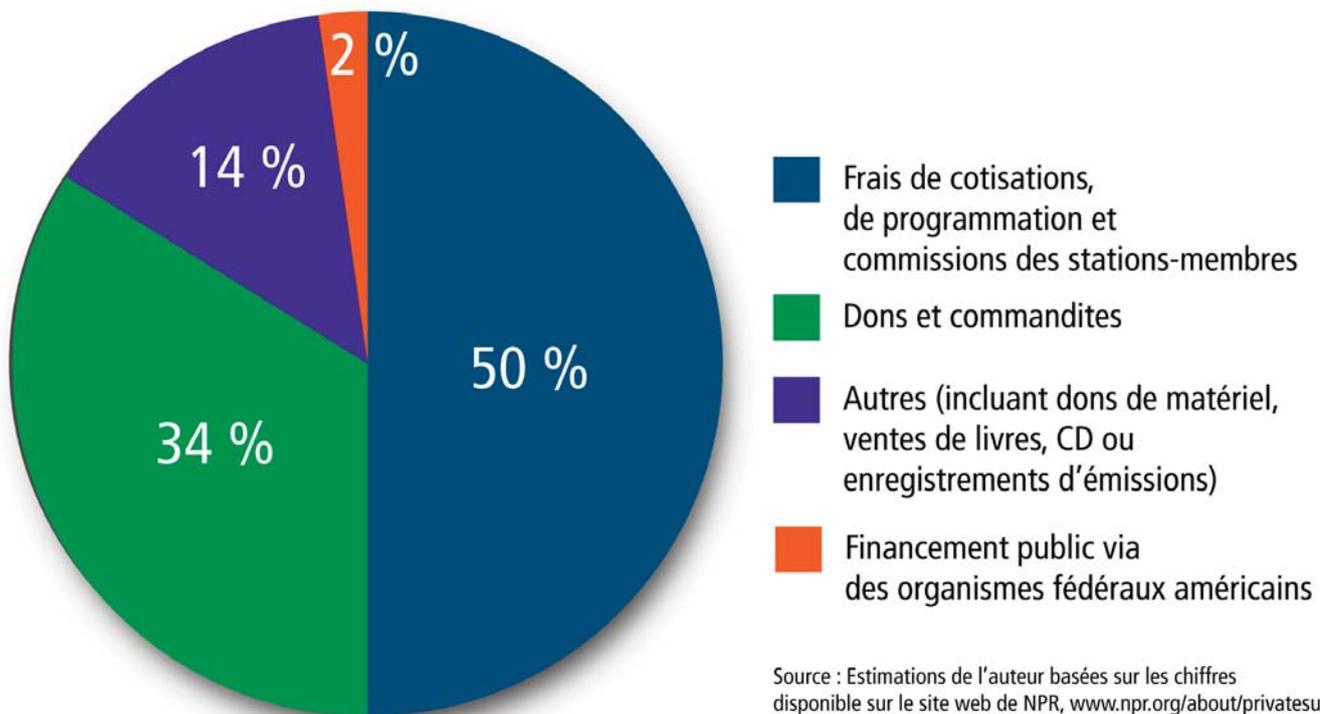


La Société Radio-Canada prévoit un manque à gagner de 171 millions \$ dans son budget, résultant notamment d'une chute des revenus publicitaires. Or, elle pourrait s'inspirer de la National Public Radio (NPR), aux États-Unis, pour revoir son financement et se rapprocher de son public.

NPR conçoit des émissions et les vend à ses quelque 900 stations-membres, ce n'est pas un diffuseur. Elle offre aussi des émissions culturelles et des reportages à l'étranger, sans publicité. Près de la moitié de son budget vient des cotisations des stations affiliées, elles-mêmes financées par les dons des auditeurs. Le reste provient de commandites d'entreprises et de fondations. Le contribuable y gagne : moins de 2 % du budget de ce réseau est financé par l'État.

### Revenus de NPR (2008)



Jadis, l'État américain finançait presque 40 % du budget de NPR. En 1994, il menace de retirer son appui. Sans attendre, NPR se convertit en organisme à but non lucratif. Trois ans plus tard, les dons privés remplaçaient presque entièrement le financement de l'État.

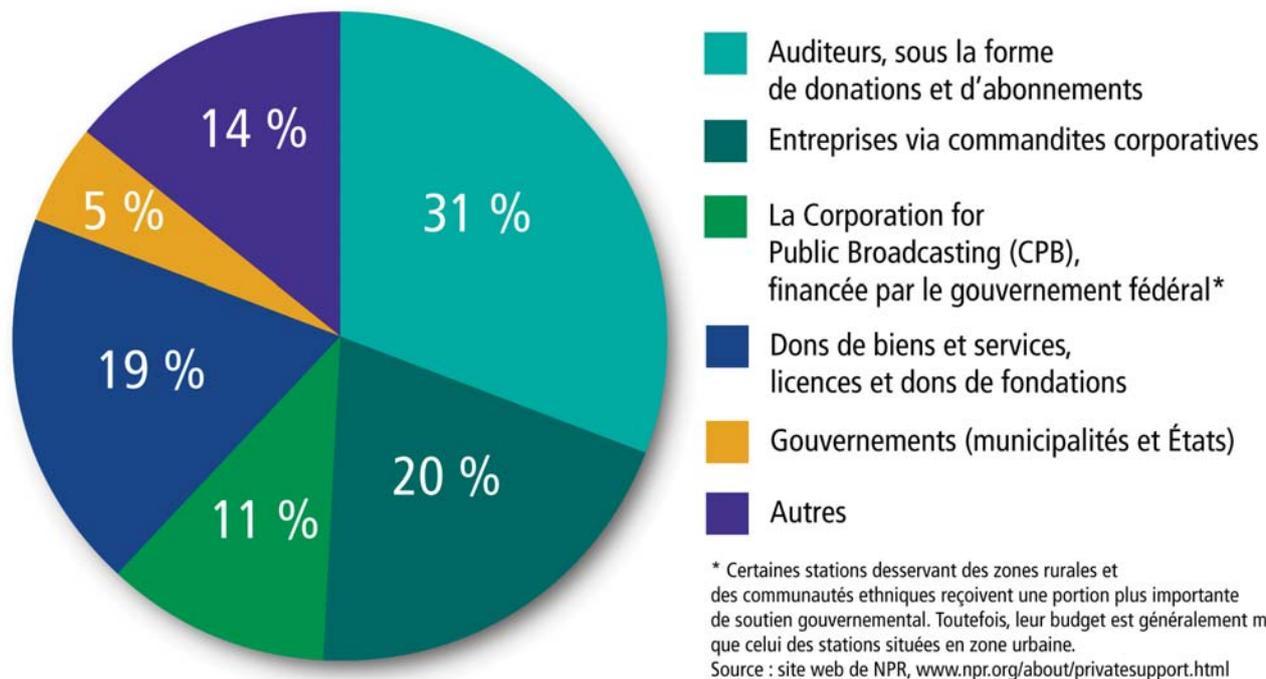
Le secret de cette « privatisation »? NPR offre aux auditeurs ce qu'ils veulent entendre. Avec leurs dons, les auditeurs influencent la programmation des stations-membres. Un exemple : la station radio publique du Vermont (VPR), en campagne de financement, demande à ses auditeurs de donner pendant les heures de diffusion. Un auditeur tient à l'émission Jazz du matin? Il appelle la station et fait un don pendant l'émission! Une émission qui échoue à attirer des dons disparaîtra éventuellement. Résultat : une programmation diversifiée et un lien d'appartenance entre la station et sa communauté.

# Le Point

## sur la radio publique américaine (NPR)

À Radio-Canada, l'auditeur influence peu le contenu. Les cadres et les bureaucrates décident. Sans surprise, la programmation est devenue au fil des ans moins « publique », décevant une partie des auditeurs. Alors que NPR – et son pendant télévisuel PBS – mise sur l'aspect local et la qualité, la SRC semble définir son succès par les cotes d'écoute. Se pourrait-il qu'en remettant Radio-Canada entre les mains de son public, on y retrouve plus de contenu culturel, de talent d'ici ou de grands reportages?

### Sources de revenus des stations-membres de NPR (2007)



Un apport de financement privé aiderait aussi Radio-Canada à survivre au déclin des médias sans devenir un poids pour l'État. Crise oblige, NPR aussi doit licencier des employés. Mais son auditoire – qui dépasse aujourd'hui 24 millions – continue d'augmenter. Deux raisons l'expliquent : la qualité de la programmation reflète les besoins des auditeurs, qui demeurent fidèles en temps de crise; et NPR ne dépend pas de revenus publicitaires : en récession, les dons diminuent moins vite que les revenus de publicité.

Le modèle NPR n'est pas parfait. Et les Canadiens, habitués à ce que l'État leur fournisse tous les services, n'ont pas le réflexe charitable aussi aiguë que leurs cousins américains. Mais soyons ouvert d'esprit et explorons de nouvelles façons de faire. Le but est louable : assurer la survie de notre diffuseur. Pour y arriver, il faut rendre Radio-Canada à son public.

L'Institut économique de Montréal (IEDM) est un organisme de recherche et d'éducation indépendant, non partisan et sans but lucratif. Par ses études et ses conférences, l'IEDM alimente les débats sur les politiques publiques au Québec et au Canada en proposant des réformes créatrices de richesse et fondées sur des mécanismes de marché.

Fruit de l'initiative commune d'entrepreneurs, d'universitaires et d'économistes, l'IEDM n'accepte aucun financement gouvernemental.

#### Présidente du conseil

Hélène Desmarais

#### Président

Michel Kelly-Gagnon

#### Vice-président et économiste en chef

Marcel Boyer

Les opinions émises dans cette publication ne représentent pas nécessairement celles de l'IEDM ou des membres de son conseil d'administration.

La présente publication n'implique aucunement que l'IEDM ou des membres de son conseil d'administration souhaitent l'adoption ou le rejet d'un projet de loi, quel qu'il soit.

Reproduction autorisée à des fins éducatives et non commerciales à condition de mentionner la source.

Maquette et montage : Gilles Guénette

Institut économique de Montréal© 2009