

ENTRE INDUSTRIE ET CULTURE: LE QUÉBEC ET LA POLITIQUE CANADIENNE DE RADIODIFFUSION

par SYLVAIN LAFRANCE * et ELOI LAFONTAINE BEAUMIER **

1. Introduction

La radiodiffusion québécoise est reconnue comme un exemple de réussite. La popularité de sa programmation domestique de langue française qui atteignait 61,4% des heures d'écoute télévisuelle hebdomadaire en 2012-2013 (Canada (e), p.92), est une illustration emblématique d'un attachement profond du public envers les productions domestiques. Ce dynamisme se reflète du côté de la production télévisuelle, alors que le volume de production domestique affiche une croissance de 25% entre 2004-2005 et 2012-2013 (Canada (a) 2014, p.49). Le tableau 1 présente un portrait ciblé de la télédiffusion canadienne pour l'année 2012-2013. On y constate une forte proportion d'investissements dans la programmation domestique en comparaison des revenus totaux.

231

TAB. 1 – *Portrait de l'industrie de la radiodiffusion canadienne 2012-2013 (en dollars canadiens)*

Revenus totaux du secteur de la télévision canadienne	Dépenses des télédiffuseurs en programmation canadienne	Audience canadienne (%) pour la programmation domestique (heures d'écoute/semaine)
6,499 milliards	2,704 milliards	Canada hors-Québec : 43,4% Québec: 61,4%

Source : Canada (e), 2014

Bien que les marchés anglophone et francophone de la radiodiffusion canadienne soient soumis aux mêmes règles, des différences relativement à la consommation ont historiquement distingué le portrait de la radiodiffusion entre ces communautés. Certaines thèses situent l'explication du côté de la spécificité culturelle de la radiodiffusion francophone, particulièrement celle du Québec. Le succès des émissions télévisuelles serait attribuable à l'émergence d'un genre spécifique, le

*Professeur associé. Pôle médias HEC Montréal, sylvain.lafrance@hec.ca

** M.Sc, Pôle médias HEC Montréal, eloi.lafontaine-beaumier@hec.ca