

Groupe de Recherche Interdisciplinaire
en Développement de l'Est du Québec

(G.R.I.D.E.Q.)

Université du Québec
Rimouski

No 3 juin 1978

La Câblodistribution dans l'Est
du Québec (les entreprises)

Hugues DIONNE, dir.
Benoît LEVESQUE, dir.
Robert CARRIER,
Rita GIGUERE DIONNE

Contribution scientifique

Juin 1978

Copyright 1978, Université du Québec à Rimouski

Dépôt légal, 2ième trimestre 1978
Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

Cette recherche sur la câblodistribution dans une région périphérique
a été réalisée grâce à une subvention du
Ministère de l'Education et du
Ministère des Communications du Québec (action concertée)

EQUIPE DE REDACTION:

Robert CARRIER
Hugues DIONNE
Rita GIGUERE DIONNE
Benôit LEVESQUE

EQUIPE DE RECHERCHE:

Robert CARRIER
Alain GRISE
Louiselle LEVESQUE
Lucie PARENT
Hugues DIONNE, responsable
Rita GIGUERE DIONNE, coordonnatrice
Benôit LEVESQUE, responsable

CONSULTANT:

Claude GOUSSE de Multi-Réso Inc.

DACTYLOGRAPHIE:

Lise BLANCHETTE
Micheline LEPAGE

REVISEURS:

Nicole GAUTHIER-MOISAN
Jean LARRIVÉE



TABLE DES MATIERES

	Page
LISTE DES ANNEXES	ix
LISTE DES CARTES	ix
LISTE DES GRAPHIQUES	x
LISTE DES TABLEAUX	x
INTRODUCTION	
CHAPITRE I: METHODOLOGIE	9
1.1 Orientations générales	9
1.2 Choix de population	9
1.3 Choix des instruments et techniques de recherche	11
1.3.1 L'entrevue	11
1.3.2 L'analyse des documents	11
1.3.3 Autres démarches	12
1.4 Calendrier	12
1.4.1 Phase I: Construction de l'objet	12
1.4.2 Phase II: Stratégie de cueillette	13
1.4.3 Phase III: Cueillette des données	14
1.4.4 Phase IV: Traitement des données et compilation ...	14
1.4.5 Phase V: Rapport	14
1.5 Les données	14
1.6 Traitement des données	15
1.7 Limites de la recherche	15
1.7.1 L'informateur-clé choisi.....	15
1.7.2 Des domaines spécialisés	16
1.7.3 Des rapports incomplets	16

	Page
1.8 Nature des entreprises	17
1.9 Le cas de Matane	17
 CHAPITRE II: LE TERRITOIRE	 19
2.1 L'Est du Québec	19
2.1.1 Une région périphérique	19
2.1.2 Situation générale des communications	24
2.1.3 Répartition de la population	27
2.2 Le territoire attribué et le territoire câblé.....	34
2.2.1 Le territoire attribué par le CRTC et la RSP	34
2.2.2 Le territoire câblé	44
 CHAPITRE III: LES CONDITIONS D'IMPLANTATION	 47
3.1 Les entreprises fondées avant 1961	51
3.1.1 L'accessibilité comme motivation principale	51
3.1.2 Fondation des entreprises	54
3.1.3 Evolution des objectifs	59
3.2 Les entreprises fondées après 1972	61
3.2.1 Le choix comme motivation principale	61
3.2.2 Les groupes à l'origine	63
3.2.3 Les instances de réglementation	69
Conclusion	72
 CHAPITRE IV: DESCRIPTION DES ENTREPRISES	 75
4.1 Le statut juridique des entreprises	76
4.1.1 Compagnie à charte provinciale ou fédérale	76
4.1.2 Société	76
4.1.3 Coopérative	76
4.1.4 Entreprise personnelle	78
4.1.5 Statut juridique et nombre d'abonnés	78
4.2 La taille de l'entreprise	78
4.2.1 Les foyers câblés	79
4.2.2 Le personnel	84

	Page
4.3 Les équipements techniques	87
4.3.1 L'équipement de réception et de câble	87
4.3.2 La structure de soutènement	91
4.3.3 L'équipement de studio	93
4.4 Les services offerts	94
4.4.1 Les canaux retransmis	98
4.4.2 La production locale et la production communautaire	99
4.4.2.1 La production locale	102
4.4.2.2 La production communautaire	103
Conclusion	112
 CHAPITRE V: L'ANALYSE FINANCIERE	 117
5.1 Limites et méthodes	118
5.2 Les entreprises	120
5.2.1 Les entreprises de première génération	122
5.2.1.1 L'entreprise <u>V</u>	122
5.2.1.2 L'entreprise <u>VII</u>	122
5.2.1.3 L'entreprise <u>VIII</u>	123
5.2.1.4 L'entreprise <u>XI</u>	124
5.2.2 Les entreprises de seconde génération	126
5.2.2.1 L'entreprise <u>I</u>	126
5.2.2.2 L'entreprise <u>IV</u>	127
5.2.2.3 L'entreprise <u>IX</u>	128
5.2.2.4 L'entreprise <u>X</u>	130
5.2.2.5 L'entreprise <u>XII</u>	131
5.2.2.6 L'entreprise <u>XIII</u>	132
5.2.3 Comparaisons avec l'étude de Babe	134
5.2.3.1 Coût d'immobilisation par mille de câble ...	135
5.2.3.2 Coût total par mille de câble	137
5.2.3.3 Coût moyen par foyer câblable et/ou câblés..	139
5.3 Conclusions générales à l'analyse financière	143
5.3.1 Les rendements des revenus nets de vente	143
5.3.2 Le niveau des actifs	143
5.3.3 Le chiffre d'investissement de départ	144
5.3.4 Les ratios de liquidités et taux de désuétude des	
immobilisations	145
5.3.5 La part de la production locale	146

	Page
CHAPITRE VI: L'AVENIR DE LA CABLODISTRIBUTION DANS UNE REGION PERIPHERIQUE	157
6.1 La câblodistribution de première génération	157
6.1.1 Les entreprises qui n'ont pas d'avenir	158
6.1.2 Les entreprises qui pouvaient évoluer	160
6.2 Les entreprises de seconde génération	163
6.2.1 le développement de la câblodistribution	163
6.2.2 le rôle de la câblodistribution dans le développement régional	168
 BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE	 175
 ANNEXES	 179

LISTE DES ANNEXES

	Page
ANNEXE I: Télédistribution Cablouis Inc.	179
ANNEXE II: Le schéma d'entrevue	181
ANNEXE III: Le questionnaire	183
ANNEXE IV: Les rangs câblés	195
ANNEXE V: Les câblo-sélecteurs	201

LISTE DES CARTES

CARTE I: L'est du Québec	21
CARTE II: Le territoire attribué par le CRTC et la RSP	35
CARTE III: Situation actuelle de la câblodistribution	37
CARTE IV: Le territoire des entreprises fondées avant 1961 et de celle fondées après 1972	49
CARTE V: Carte d'un système de câblodistribution	86
CARTE VI: Saint-Pascal	197
CARTE VII: Saint-Philippe-de-Néri.....	199

LISTE DES GRAPHIQUES

	Page
GRAPHIQUE I: Actifs immobilisés moyens par mille de câble	136
GRAPHIQUE II: Coût total moyen par mille de câble	138
GRAPHIQUE III: Coût en actifs immobilisés par foyer câblable ...	141

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU I: Densité absolue et densité relative de la population	28
TABLEAU II: Densité relative des villes et municipalités attribuées par la RSP et le CRTC	31
TABLEAU III: Territoire attribué par la RSP et le CRTC	39
TABLEAU IV: Les abonnés (1974 et 1977)	45
TABLEAU V: Date de fondation des entreprises existantes ...	48
TABLEAU VI: Statut juridique des entreprises	77
TABLEAU VII: Foyers câblés (janvier 1978)	79
TABLEAU VIII: Foyers câblés/Foyers câblables	80
TABLEAU IX: Le personnel des entreprises de câblodistribution	82
TABLEAU X: Répartition du personnel selon les tâches	83
TABLEAU XI: L'équipement de réception	88
TABLEAU XII: Qualité et propriété du câble	89
TABLEAU XIII: Structure de soutènement du câble	90
TABLEAU XIV: L'équipement de réception	92
TABLEAU XV: Stations de télévision retransmises	95
TABLEAU XVI: Services sonores FM et AM	97

	Page
TABLEAU XVII: Les productions locales	101
TABLEAU XVIII: La production communautaire	104
TABLEAU XIX: Typologie des entreprises	114
TABLEAU XX: Données financières sur les entreprises de première génération	121
TABLEAU XXI: Données financières sur les entreprises de seconde génération	125
TABLEAU XXII: Coût en immobilisations par mille de câble	135
TABLEAU XXIII: Coût total par mille de câble	137
TABLEAU XXIV: Comparaison entre les entreprises de l'Est du Québec et celles étudiées par Babe.....	140
TABLEAU XXV: Analyse du bilan des entreprises	148
TABLEAU XXVI: Etat des revenus et des dépenses comparés	150
TABLEAU XXVII: Analyse de l'état des revenus et dépenses (classification fonctionnelle des dépenses totales d'exploitation)	152
TABLEAU XXVIII: Analyse de l'état des revenus et dépenses (présen- tation de certaines rubriques de dépenses en pourcen- tage des dépenses totales d'exploitation)	153
TABLEAU XXIX: Analyse de la rentabilité	154
TABLEAU XXX: Ratios divers	155



INTRODUCTION

Le présent rapport porte sur les entreprises de câblodistribution dans une région périphérique, l'Est du Québec. Il rend compte d'une recherche réalisée à l'été 1977. Il devrait être suivi d'un second rapport qui porte sur les utilisateurs de la câblodistribution dans cette même région. Ces deux recherches sont étroitement reliées dans la mesure où les entreprises constituent pour nous l'offre alors que les utilisateurs représentent la demande.

Notre étude des entreprises ne dépasse pas tellement le niveau de la description et de l'exploration. La situation actuelle exige en quelque sorte ce travail préliminaire. En effet, "la câblodistribution ne jouit pas comme les autres secteurs d'activités en communication de l'attention des chercheurs, tant au Québec qu'à l'extérieur, de sorte que le potentiel de recherche est presque entièrement à créer."¹ On ne sera donc guère surpris que notre recherche constitue l'une des premières observations globales sur la câblodistribution dans une région du Québec. On trouvera ainsi des données inédites et une tentative de classification des diverses entreprises de câblodistribution.

Avant de présenter les points saillants de ce rapport, il nous semble nécessaire d'insister sur l'importance que prend (et que prendra) la câblodistribution en raison de sa généralisation et de son potentiel. S'il y a actuellement un pays au monde où la câblodistribution pourrait couvrir l'ensemble du territoire, c'est bien le Canada. En effet, ce pays est "en train de se transformer en société-câblée, et cela à un rythme qui dépasse celui de tout autre pays."² Depuis quelques années, le Québec est de moins en moins en retard. Entre 1967 et 1975, le nombre de foyers câblés y est passé de 110,000 à 507,033 pour un taux de croissance annuel de 46% alors

1. BUREAU DE LA SCIENCE ET DE LA TECHNOLOGIE. La câblodistribution. Brochure explicative, 1977-78. Québec, Ministère de l'éducation, 1976, p.9.
2. James R. TAYLOR. "Le fédéralisme et la câblodiffusion. L'expérience canadienne." Communications. No 21 (1974), p. 170.

que ce taux ne fut que de 22% aux Etats-Unis pour la même période. Mais qu'en est-il dans les régions périphériques du Québec? Cette question mérite d'autant plus d'être posée que la câblodistribution (et particulièrement le câble coaxial) promet de "révolutionner" le système des communications dans les années à venir.

Le câble par rapport à la télévision constitue, à première vue, une régression technologique puisque l'on passe d'une communication électronique sans fil à une autre avec fil. Tout cela n'est qu'apparence puisque le succès du câble provient pour une bonne part de la faiblesse de la télévision conventionnelle plus évidente avec la couleur et la multiplication des stations et des réseaux. De plus, l'avenir de la câblodistribution repose sans doute moins sur les stations de télévision qu'elle rend accessible que sur les autres services qu'elle peut offrir tels les services de vidéo-thèque, de télé-achat, de distribution du courrier, etc... Les compagnies de téléphone et les réseaux de télévision ont vu dès le départ que la câblodistribution pouvait remettre en cause leur position respective.

Le potentiel du câble coaxial est énorme. Il rend disponible les fréquences 0 à 300 MHz (Megahertz). Si on considère que chacune des stations de télévision occupe 6MHz, le câble coaxial pourrait théoriquement transporter 50 stations. Pour des raisons techniques, il faut s'en tenir à 25 ou même à 30 mais ce nombre pourrait être doublé si l'on ajoutait un second fil. A titre de comparaison, nous dit Ralph Lee Smith, chaque 6MHz nécessaires pour une station de télévision pourrait théoriquement servir à transporter les signaux de 640 stations de radio AM ou de 1200 téléphones.³ Comme le note Robert E. Babe, l'utilisation et le potentiel du câble sont pratiquement illimités compte tenu de nos besoins en télécommunication.⁴ Selon Nicholas Johnson, Commissaire à la Federal Communication Commission (E.U.), la différence entre le câble coaxial et le fil de téléphone est

3. Ralph Lee SMITH. The Wired Nation. Cable TV: the Electronic Communication Highway. New York, Harper and Row, 1972, p. 7.

4. Robert E. BABE. Cable Television and Telecommunications in Canada. East Lansing, Michigan State University, 1975, p. 11.

aussi grande que celle existant entre les chutes Niagara et le boyau d'arrosage du jardin. C'est ce que d'autres ont traduit en disant que le câble coaxial correspondait à une autoroute alors que le fil de téléphone n'était guère plus qu'un sentier de piétons. Evidemment, un examen de la situation de fait révélerait sans doute que le débit d'eau des chutes est des plus faible et que la circulation sur l'autoroute est peu dense pour le moment.

Les points saillants

La présente recherche dont nous présenterons maintenant les points saillants, se limite à une région périphérique du Québec, soit l'Est du Québec. Cette région-plan qui a servi de cadre spatial à l'expérience du B.A.E.Q., contient suffisamment d'entreprises de câblodistribution, soit exactement treize, pour que se pose la question d'une typologie des entreprises et que les résultats de cette recherche puissent être généralisés au moins pour les autres régions périphériques.

Dans la présentation des points saillants, nous procéderons selon l'ordre même des divers chapitres qui composent ce rapport, soit le territoire ou la dimension spatiale (chapitre II), les conditions d'implantation ou la dimension historique (chapitre III), la description des entreprises et l'élaboration d'une typologie (chapitre IV), l'analyse financière (chapitre V) et les projets d'avenir (chapitre VI). Si l'on excepte la dimension spatiale, l'étude de toutes les autres dimensions contribuent à l'élaboration progressive d'une typologie des entreprises.

1) Le territoire. L'Est du Québec est la région la plus rurale du Québec: la population rurale représente environ 53.2% de l'ensemble. Au cours des quatre dernières années, la câblodistribution y a connu une expansion remarquable: le nombre de foyers câblés est passé de 1,674 en 1973 à 23,147 en 1977. Autrement dit, en 1974, un foyer sur trente était câblé alors qu'en 1977 un foyer sur trois l'est. De plus, le pourcentage d'accessibilité est passé de 5% à 42% de sorte qu'actuellement 42% des foyers ont la possibilité de s'abonner au câble (s'il le désire) et 78.8%

de ceux-ci le font (ce qui est relativement élevé). L'expansion de la câblodistribution dans ce territoire n'a pas atteint son terme. Plusieurs villes ne sont pas encore câblées. Relevons entre autre les villes de Gaspé, Trois-Pistoles, Carleton. De plus, l'expansion de la câblodistribution se modèle sur le développement des communications, développement inégal qui présente de profondes disparités intra-régionales. Ainsi, il n'existe aucun foyer câblé dans les comtés de Bonaventure, du Témiscouata et des Iles-de-la-Madeleine. Pour les autres comtés, le pourcentage des foyers câblés est le suivant: Kamouraska (54%), Rimouski (52%), Matane (50%), Matapédia (48%), Rivière-du-Loup (46%), Gaspé-nord (21%), Gaspé-sud (14%). Par rapport au Bas Saint-Laurent, la Gaspésie est plus défavorisée que ne le laisse supposer le pourcentage de foyers câblés puisque c'est là qu'on y retrouve les entreprises de câblodistribution les plus désuètes.

Au niveau strictement spatial, 18% du territoire municipalisé serait câblé alors qu'environ 56% du territoire défriché le serait. Comme nous l'expliquerons, ces chiffres doivent être pris avec beaucoup de réserves. Nous n'avons pas eu accès aux données précises qui nous auraient permis de calculer le seuil de densité de population au-dessous duquel la câblodistribution d'une communauté cesse d'être rentable. Chose certaine, les entreprises de première génération ont été beaucoup plus audacieuses à cet égard que celles fondées récemment. Les câblodistributeurs hésitent actuellement à câbler un village où ils prévoient moins de deux cents abonnés alors qu'il existe quatre entreprises qui ont moins de cent cinquante abonnés. Enfin, dans le comté de Kamouraska, six rangs ont été câblés. Mais, rien ne laisse supposer que de telles expériences se généraliseront à moins de politiques bien précises à ce sujet. Ces perspectives d'avenir demeurent inquiétantes pour le milieu rural dans la mesure où la câblodistribution offrira autre chose que le transport de stations de télévision.

2) Les conditions d'implantation. Les premières entreprises de câblodistribution dans la région sont apparues dans Kamouraska en 1956 et dans Gaspé en 1958. Il s'agissait alors d'entreprise de première génération, "complément" du réseau de Radio-Canada. Une dizaine d'entreprises seront ainsi fondées avant 1961. Entre 1961 et 1972, aucune entreprise ne verra

le jour. Après 1972, la câblodistribution s'implantera dans les principales villes du territoire: Rimouski, Rivière-du-Loup et Matane. Il s'agit de la câblodistribution de seconde génération qui offre à ses abonnés un choix de stations de télévision. Les conditions d'implantation des entreprises de première génération diffèrent considérablement de celles de seconde génération.

Dans le cas des entreprises fondées avant 1961, l'initiative provenait généralement d'un marchand d'appareils de télévision. La communauté participait à la mise de fonds initiale par des parts sociales ou en payant entre \$75.00 et \$150.00 pour le branchement. La réaction de la communauté était très positive et le taux de pénétration s'approchait de 100%. L'entreprise était propriétaire de son câble et la principale difficulté concernait la structure de soutènement (les poteaux).

A l'origine des entreprises fondées après 1972, on retrouve un entrepreneur (ou un groupe d'entrepreneurs) capitaliste qui a choisi ce secteur en raison de sa réputation de haute rentabilité. On procède généralement à une étude de marché pour vérifier cette rentabilité. Dans tous les cas étudiés ici, deux groupes d'investisseurs étaient en concurrence pour s'arracher cette bonne affaire. Entre l'idée du projet et sa réalisation, il s'est écoulé entre deux et huit années. Outre la prudence qu'exige de tels investissements, les câblodistributeurs attribuent ces retards aux instances de réglementation. Enfin, deux cas sur trois identifient les compagnies de téléphone comme principal obstacle rencontré au départ.

Les conditions d'implantation montrent clairement qu'il existe une différence de nature entre les entreprises de première génération et celles de seconde génération. Cela dit, il faut ajouter qu'un certain nombre d'entreprises de première génération ont évolué et se sont transformées en entreprises de seconde génération. Les conditions nécessaires à cette transformation sont pour la plupart externes aux entreprises elles-mêmes.

3) Description des entreprises. La description des entreprises précise la typologie que nous venons de proposer. Quatre variables ont été

retenues: le statut juridique, la taille des entreprises, le potentiel technique et les services offerts.

Les petites entreprises relèvent habituellement d'un propriétaire unique alors que les grosses entreprises sont généralement des compagnies à actionnaires multiples. La taille des entreprises est donnée par le nombre d'abonnés et le nombre d'employés.

Sept entreprises ont moins de cinq cents abonnés alors que six en ont plus de cinq cents. Toutefois, quatre des six entreprises de seconde génération desservent 87% des abonnés de câble de l'Est du Québec. Le personnel employé par les entreprises de câblodistribution comprenait à l'été 1977 soixante-cinq personnes dont quarante-sept à temps plein. Ce personnel se distribuait assez également entre le secteur technique et le secteur administratif. Le personnel travaillant à la programmation ne regroupait que huit travailleurs dont cinq à temps plein. Enfin, les quatre entreprises qui ont deux mille abonnés et plus employaient quarante-trois des quarante-sept personnes à temps plein.

L'étude du câble, de sa structure de soutènement et de l'équipement de studio a permis d'évaluer le potentiel technique des entreprises. Dix entreprises sur treize possèdent en totalité ou en partie leur câble alors que les trois plus grosses (et les plus récentes) le louent des compagnies de téléphone. Quatre entreprises sur treize se servent d'un câble bi-directionnel. De même quatre entreprises sur treize utilisent un studio pour les productions locales.

L'analyse des services offerts (et à venir) nous a obligé à préciser notre typologie. Ainsi, la câblodistribution de première génération sert principalement sinon exclusivement à rendre disponible un signal de télévision (ou à en améliorer la qualité) pour une population qui autrement en serait privée. La câblodistribution de seconde génération permet de passer à l'ère de l'abondance de la télévision de masse. Le câble fournit alors aux abonnés un choix de stations qu'ils n'auraient pas autrement. Le câblodistributeur même s'il offre quelques autres services, est alors princi-

palemment un transporteur de signaux éloignés. Depuis quelques années, une troisième génération de câblodistribution s'annonce. Dans ce cas, le câblodistributeur est non seulement un transporteur mais aussi un "communicateur-producteur" qui permet une utilisation multifonctionnelle du petit écran. D'une télévision de masse, on passe à une télévision sur demande ou à la carte (v.g. vidéothèque): les canaux spécialisés se multiplient.⁵ De plus, le petit écran devient par le câble une sorte de centre de communication pour chaque foyer. Tout cela suppose évidemment l'utilisation du câble bi-directionnel.

Notre analyse descriptive des entreprises nous a permis de situer chacune d'entre elles avec assez de précision par rapport à cette typologie (voir le tableau XIX). Dans l'Est du Québec, il n'existe pas à l'heure actuelle de câblodistribution de troisième génération. Cependant, les entreprises qui ont plus de 2,000 abonnés et/ou qui ont été fondées récemment présentent un potentiel pour évoluer vers cette nouvelle catégorie.

4) Analyse financière. Cette analyse n'a pu être réalisée que pour dix entreprises et à partir des deux états financiers suivants: le bilan et l'état des revenus et dépenses pour l'exercice financier se terminant en 1976. Un certain nombre de conclusions ressortent.

Ainsi, il apparait que le rendement des revenus nets de ventes observés chez les entreprises est toujours relativement élevé, soit entre 10% et 25%. De plus, le rendement des revenus des propriétaires (lorsqu'on pouvait le calculer) est plus élevé encore et pouvait même atteindre dans un cas 58%. Une seule entreprise est encore en position de déficit. Le chiffre d'investissement de départ des propriétaires de trois entreprises de seconde génération par rapport à la valeur actuelle (1976) est relativement réduit, soit 13%, 26% et 2.8%.

5. Notons au passage que ces tendances ne sont pas définitivement acquises. Aux Etats-Unis, certains analystes constatent que la diversité de la programmation de télévision a diminué au cours des dernières années. Bruce M. OWEN. "The Economic View of Programming" Journal of Communication Vol. 28, no 2 (Spring 1978), pp. 43sf.

Le niveau des actifs est élevé dans la plupart des entreprises. Par ailleurs, le ratio de liquidité est très bas (inférieur à 1.0 pour la plupart), ce qui est un bon indice de la santé financière de ces entreprises. De plus, le taux de désuétude des entreprises est également bas.

Enfin, parmi les entreprises qui font de la production locale, l'une y a consacré 10% et l'autre (la plus grosse), 25%. Evidemment, la production ne se réduit pas à la TVC dont la situation est aussi difficile qu'ailleurs.

5) Projets d'avenir. Parmi les sept entreprises de première génération, quatre qui n'ont pas évolué, n'ont pas d'avenir à moins d'une aide extérieure. La mise en place de relais ou satellites par la Société Radio-Canada (et éventuellement d'antennes de Radio-Québec) enlèvera la raison d'être de ces entreprises de câblodistribution. On peut se demander si les sommes investies par l'Etat n'auraient pas une rentabilité sociale plus élevée si elles l'étaient dans la câblodistribution. Cette rentabilité serait encore plus élevée si la câblodistribution offre autre chose que des stations de télévision.

Les trois autres entreprises de première génération, qui ont évolué quelque peu, croient pouvoir se maintenir mais on peut douter qu'elles puissent se transformer en raison entre autre de leur localisation. Seule une politique précise pourrait donner un avenir à ces antennes collectives.

A une exception près, les six entreprises de seconde génération évoluent plus au moins rapidement vers la génération suivante. Ces câblodistributeurs sont bien informés du potentiel de la câblodistribution et leur enthousiasme sur l'avenir de cette technologie se fonde sur son utilisation multifonctionnelle. A court terme, ils sont préoccupés d'offrir le plus de stations possibles à leur clientèle parce que, selon eux, c'est ce qu'elle demande. C'est évidemment ce que vérifiera notre étude des utilisateurs. Quoiqu'il en soit, à moyen et à long terme, les câblodistributeurs désirent investir dans les services autres que le transport des signaux de télévision. D'ores et déjà, ils refusent de se laisser enfermer dans le rôle de transporteur.

CHAPITRE I: METHODOLOGIE

1.1 Orientations générales

La présente recherche est de type exploratoire. Il s'agit ici d'une première observation globale sur la situation de la câblodistribution dans la région de l'Est du Québec, en vue de définir les rapports actuels et potentiels entre les entreprises de câblodistribution et leurs usagers. C'est donc dire que notre démarche s'efforce avant tout de bien décrire la situation de la câblodistribution dans notre région et de poser les bases d'une analyse de "l'état de fait" actuel.

Centré sur les entreprises de câblodistribution d'une région périphérique, le présent rapport vise en premier lieu à décrire ces entreprises et à les regrouper sous deux ou trois catégories (typologie). Un second rapport portant sur les usagers (la demande) paraîtra sous peu mais, pour le moment, c'est l'offre qui nous intéresse, soit la nature des entreprises, leur potentiel d'évolution, les services offerts et leurs projets d'avenir. Pour la description proprement dite, nous avons privilégié un certain nombre de dimensions qu'on retrouvera au chapitre III du présent rapport.

1.2 Choix de population

Nous avons choisi comme critère de limitation de nos recherches la région-plan, à savoir le territoire comprenant la Gaspésie et le Bas Saint-Laurent (le comté de Kamouraska inclus).¹ Ce territoire est communément appelé l'Est du Québec.² (On peut se référer ici à la carte générale des entreprises de câblodistribution).

L'Est du Québec comptait treize entreprises au mois de juillet 1977.

1. On a exclu les Iles-de-la-Madeleine puisqu'il n'y existe pas d'entreprise de câblodistribution.

2. Voir la carte no 1, du chapitre II.

Nous avons choisi d'étudier toutes ces entreprises, peu importe leur dimension ou leur orientation. En voici la liste:

CATV LEBREUX ELECTRONIQUE ENR.
Grande-Vallée

CABLODISTRIBUTION DE L'EST INC.
Rimouski

CABLOVISION BAS SAINT-LAURENT INC.
Matane

CABLOVISION DIONNE INC.
Saint-Philippe-de-Néri

CHOUINARD TELEVISION LTEE
La Pocatière

COOPERATIVE DE TELEVISION DE PERCE
Percé

G. D. TELEVISION ENR.
Marsoui

MONT-SAINT-PIERRE TELEVISION ENR.
Mont-Saint-Pierre

R. ET O. JALBERT LTEE
Grande-Rivière

RIVIERE-DU-LOUP CABLE TV LTEE
Rivière-du-Loup

SIROIS CABLE ENR.
Chandler

SOCIETE DE TELEVISION DE STE-MARTHE ENR.
Ste-Marthe

TELECABLE ST-PASCAL ENR.
Saint-Pascal

Etant donné la diversité des entreprises quant à leur organisation et leur fonctionnement, un seul informateur par entreprise a été retenu, à savoir le propriétaire (ou le directeur général) de l'entreprise. Nous avons supposé que ce dernier, de par son pouvoir dans l'entreprise, était susceptible d'être l'informateur le plus valable de la "situation de faits" et des orientations à venir de l'entreprise. De plus, en choisissant un même type d'informateur au niveau de toutes les entreprises, la comparaison et la classification des données étaient pour autant simplifiées parce que davantage uniformisées.

Nous avons donc rencontré chaque propriétaire (ou p.d.g.) d'entreprise de câblodistribution de l'Est du Québec, et visité la plupart des entreprises entre le premier juillet et le premier septembre 1977.

1.3 Choix des instruments et techniques de recherche

Deux procédés principaux ont été retenus pour recueillir les informations en vue de notre recherche sur les entreprises de câblodistribution: l'analyse de documents et le questionnaire par entrevue.

1.3.1 L'entrevue

Le questionnaire par entrevue nous est apparu comme étant une technique pertinente pour la cueillette de l'information utile à notre recherche. Ayant la propriété de permettre une compilation systématique et plus uniformisée de données, il permet par le fait même une approche comparative qui nous était nécessaire au niveau du classement des entreprises. Notre questionnaire comprenait deux parties: une première visant à recueillir des données d'ordre quantitatif et une seconde pour des données plutôt qualitatives. Dans la première partie, l'inventaire de l'entreprise, nous avons procédé surtout par questions fermées afin de faciliter la compilation de données. Dans la deuxième partie qui portait sur des thèmes tels l'histoire des entreprises, la fonction actuelle et les projets d'avenir, nous avons adopté la méthode des questions ouvertes.³ Une telle façon de procéder n'est pas sans entraîner certaines difficultés au niveau de la compilation mais elle a l'avantage de permettre l'expression de diverses opinions de la part de l'informateur, qu'il nous importait de connaître.

1.3.2 L'analyse de documents

Les principaux documents concernant les entreprises de câblodistribution ont été les rapports publics déposés par la plupart des entreprises

3. Les entrevues ont été réalisées par deux étudiants: Lucie Parent, étudiante en sociologie à l'Université du Québec à Rimouski, et Alain Grisé, étudiant en communication à l'Université Laval. Le questionnaire utilisé est reproduit en annexe I.

à la Régie des Services Publics du Québec. Nous avons consulté ces rapports et y avons recueilli des "données-inventaires" nécessaires à la description des entreprises. Ce faisant, nous avons évité le caractère répétitif qu'aurait pû prendre l'entrevue auprès du propriétaire. Dès lors, notre rencontre avec le propriétaire visait à compléter les données d'inventaire manquantes en regard de nos perspectives et à lui permettre de se prononcer sur d'autres questions en vue d'une compilation globale au niveau de la région de l'Est du Québec.

1.3.3 Autres démarches

Pour nous permettre une meilleure compréhension de la situation, nous avons aussi été amené à prendre connaissance des principales recherches sur le phénomène de câblodistribution en Amérique du Nord: ce qui nous a conduit à un certain nombre d'ouvrages théoriques et de rapports d'enquête sur ce phénomène.⁴ A cet égard, M. Claude Gousse,⁵ spécialiste dans le domaine, nous fut d'une aide fort appréciable.

1.4 Calendrier

Notre calendrier de recherche sur les entreprises couvrait la période allant du mois de juin 1977 à la fin de janvier 1978 et comprenait cinq phases principales.

1.4.1 Phase I: Construction de l'objet (juin 1977)

1. Position du problème et problématique

Nous avons établi les orientations de notre recherche et les principales dimensions d'investigation susceptibles de permettre la mise en rapport des deux pôles du processus de communication qui nous intéressait à savoir les entreprises et leurs usagers.

4. Voir la bibliographie sommaire reproduite à la fin de ce rapport.

5. M. Gousse est directeur général de Multi-Réso Inc., Montréal.

2. Organisation de l'équipe

L'équipe de recherche se composait au tout début de trois professeurs de l'UQAR: Robert Carrier, professeur au département d'administration (finance), Hugues Dionne et de Benoît Lévesque, professeurs de Sociologie au département de Lettres et Sciences humaines. Le coordonnateur de la recherche était Rita Giguère Dionne, agent de recherche à l'UQAR. Au cours de l'été de 1977, soit du 1er juin au 1er septembre, deux étudiants Alain Grisé et Lucie Parent participaient aussi à la mise en marche de cette recherche.

Au début de janvier, une autre personne s'ajoutait à l'équipe comme agent de recherche, soit Louiselle Lévesque, géographe.

3. Dépouillement de documents

La première tâche de l'équipe en fut une de dépouillement de revues, d'articles et de livres traitant de la câblodistribution et ce à tous les niveaux (de l'aspect technologique à l'aspect sociologique). Nous avons ainsi constitué une bibliographie sur le sujet. Cette étape a duré environ trois semaines.

1.4.2 Phase II: Stratégie de cueillette (juin 1977)

Nous pouvions alors construire un schéma d'entrevue afin de recueillir les données "qualitatives" (historique, fonction, projet) et un questionnaire afin de recueillir les données "quantitatives" (profil-inventaire de l'entreprise). Pour ce faire, nous avons aussi dépouillé les rapports annuels produits par les entreprises pour la Régie des Services publics.

La première ébauche du questionnaire et du schéma d'entrevue est alors "testée" à l'entreprise de Câblodistribution de l'Est à Rimouski (pré-test). En raison de sa proximité, de la disponibilité de son personnel et de sa taille, l'entreprise de Rimouski nous a permis de réaliser une première approche de la situation et aussi de perfectionner nos instruments de recherche pour l'étude des autres entreprises du territoire. Il ne s'agis-

sait pas de faire de Rimouski une "entreprise-étalon", mais de raffiner notre approche tout en y recueillant les données utiles pour notre recherche.

1.4.3 Phase III: Cueillette des données (juillet-août 1977)

Lorsque le schéma d'entrevue et le questionnaire furent élaborés, les étudiants se sont partagés les différentes entreprises et sont allés sur place rencontrer les propriétaires ou présidents des entreprises.

Au préalable, une lettre fut envoyée à chacune des entreprises pour expliquer les objectifs de notre recherche. Par la suite, l'étudiant prenait rendez-vous avec l'informateur: le propriétaire ou le président de l'entreprise. L'entrevue était enregistrée sur bande magnétique.

1.4.4 Phase IV: Traitement des données et compilation (septembre-décembre 1977)

L'entrevue recueillie sur magnétophone fut retranscrite et le questionnaire complété. Par la suite, nous avons compilé les données du questionnaire et les avons classifiées en tableaux pour l'analyse et l'élaboration de typologies. De même, les entrevues furent analysées selon les différents thèmes que nous retrouvons dans le présent rapport.

1.4.5 Phase V: Rapport (avril-mai 1978)

Enfin, la dernière étape fut celle de la rédaction du rapport sur les entreprises et la fabrication de cartes.

1.5 Les données

Pour chacune des entreprises de câblodistribution de l'Est du Québec, nous avons réalisé un dossier sur la situation de l'entreprise et ses orientations futures. Ce dossier comprend:

1^e. des données sur la dimension de l'entreprise (v.g. nombre d'a-

bonnés, le personnel, etc.), la situation financière et les composantes techniques.

- 2^e. des informations complémentaires sur la situation de l'entreprise complétant l'inventaire fourni par la Régie (données incomplètes à la Régie ou données plus récentes) et des tableaux permettant de comparer les entreprises.
- 3^e. des résultats d'entrevues concernant l'historique de chaque entreprise, les projets d'avenir et la fonction sociale du câblo-distributeur.

Pour certaines entreprises, nous avons recueilli aussi des données sur la télévision communautaire et réalisé certaines entrevues avec des employés.

1.6 Traitement des données

La compilation des données d'inventaire a été réalisée par regroupements d'items et illustrée sous formes de tableaux en vue de permettre une première analyse et des comparaisons entre les entreprises. Nous avons alors retenu les regroupements et les comparaisons les plus pertinentes en fonction de notre objet de recherche. Enfin, une analyse de contenu (analyse thématique) a été réalisée au niveau des entrevues.

1.7 Limites de la recherche

En raison du caractère exploratoire de notre recherche et de la variété des entreprises, notre recherche n'est pas sans limites.

1.7.1 L'informateur-clé choisi

Bien qu'il permettait une uniformisation plus facile des données en vue de la comparaison comme nous l'avons signalé plus haut, le choix du propriétaire comme informateur nous a parfois empêché d'approfondir un certain nombre de questions auprès de diverses entreprises, soit en raison de sa

méconnaissance de diverses dimensions techniques ou juridiques, soit en raison de son refus de participer pleinement à l'enquête. Nous avons donc été amené à privilégier la perception du propriétaire de l'entreprise. Toutefois, au niveau des plus grosses entreprises, nous avons été amenés à rencontrer divers employés, techniciens, producteurs, etc., qui ont su compléter nos informations. Par conséquent, les données que nous avons recueillies quant à la situation présente et à l'avenir des entreprises forment un ensemble assez complet pour généraliser en ce qui concerne la câblodistribution dans l'Est du Québec.

1.7.2 Des domaines spécialisés

Nous avons fait appel à diverses ressources susceptibles de nous familiariser à certains domaines spécialisés de la câblodistribution, le domaine technique nous est apparu très important, le domaine juridique touchant le statut de l'entreprise, les instances de législation auxquelles les entreprises sont soumises et le domaine comptable nécessaire à une compréhension exhaustive ou pertinente de la situation financière de l'entreprise. L'analyse de la câblodistribution serait incomplète sans l'étude approfondie des interrelations de toutes ces dimensions. Ceci dit, il est certain que notre recherche ne constitue qu'une première mise en perspective de ces diverses dimensions pour l'élaboration de typologies. Il faudra aller plus loin pour constituer un modèle de développement de la câblodistribution en régions périphériques.

1.7.3 Des rapports incomplets

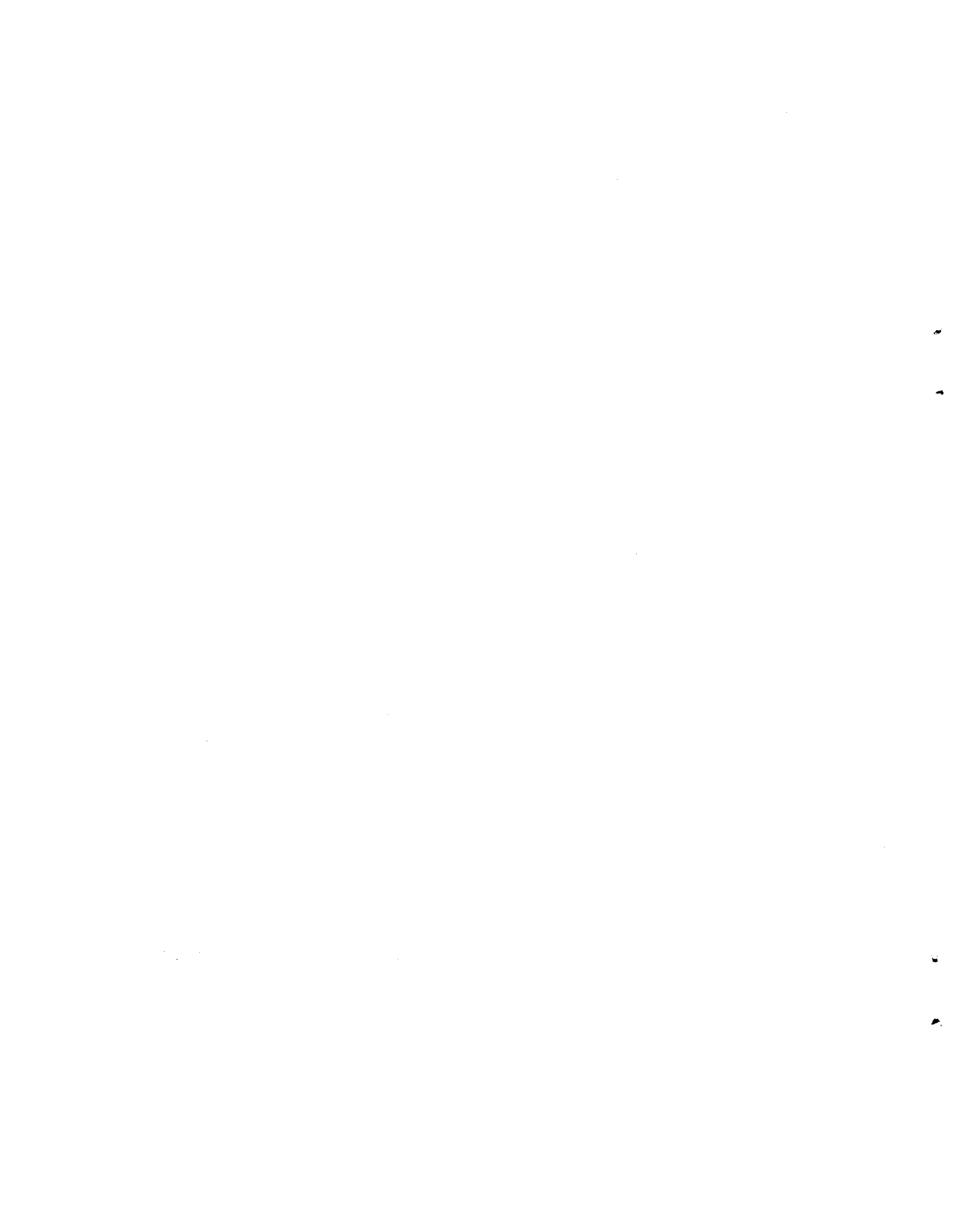
Souvent il nous a été difficile de recueillir de façon exhaustive toutes les données indispensables à la description de chacune des entreprises. Pour être exhaustif, il nous a fallu répéter nos démarches: lettres téléphones, etc. En revanche, la collaboration des informateurs s'est révélée à l'occasion insuffisante en raison de l'inexistence des données demandées au niveau de l'entreprise elle-même. Ainsi, certaines entreprises n'ont pas conservé de documents relatifs à leur implantation.

1.8 La nature des entreprises

La diversité des entreprises au niveau de leur taille crée pratiquement une différence de nature au niveau des entreprises elles-mêmes. Dès lors, certaines comparaisons sont difficiles sinon impossibles d'autant plus qu'un certain nombre de questions apparaissent inadéquates pour un type ou l'autre d'entreprises. Par ailleurs, l'élaboration d'une typologie sans doute élémentaire permet une exploitation positive des différences et la comparaison d'entreprises semblables.

1.9 Le cas Matane:

En raison de sa situation juridique et politique, le câblodistributeur de Matane ne fournissait aucun rapport à la Régie des Services Publics à Québec. Or, comme ces rapports constituaient pour nous la principale source de données uniformisées, nous n'aurons pas pour l'entreprise matanaise un dossier aussi complet que pour les autres.



CHAPITRE II: LE TERRITOIRE

Le phénomène de la câblodistribution est relatif aux modalités de répartition de la population sur un territoire donné ainsi qu'à la situation géographique d'un tel territoire. L'Est du Québec est habituellement qualifié de région périphérique: région éloignée des grands centres et région à population dispersée. Il nous semble donc important de mettre en rapport la situation de la câblodistribution avec le territoire. Pour ce faire, nous présenterons diverses caractéristiques de l'Est du Québec comme région périphérique (2.1) pour ensuite nous arrêter sur le territoire "disponible" attribué à des entreprises par le CRTC et par la Régie des services publics (2.2) et enfin indiquer l'évolution du territoire câblé à l'été 1977 (2.3).

2.1 L'Est du Québec

Trois dimensions retiendront notre attention: en premier lieu, l'Est du Québec comme région périphérique; en second lieu, la situation des communications dans cette région; enfin, la répartition de la population et, particulièrement, sa densité.

2.1.1 Une région périphérique

Toute une littérature¹ axée sur les questions du développement du tiers-monde a popularisé le terme de périphérie pour qualifier la situation de ces pays. Ce terme indique dès le départ que le sous-développement n'est que la face cachée du développement et que les relations d'échanges entre le centre et la périphérie sont caractérisées par une inégalité qui renforce la dépendance des régions périphériques.² Du point de vue des formations sociales, ce n'est qu'improprement que les régions sous développées dans les pays développés peuvent être ainsi qualifiées de périphériques.

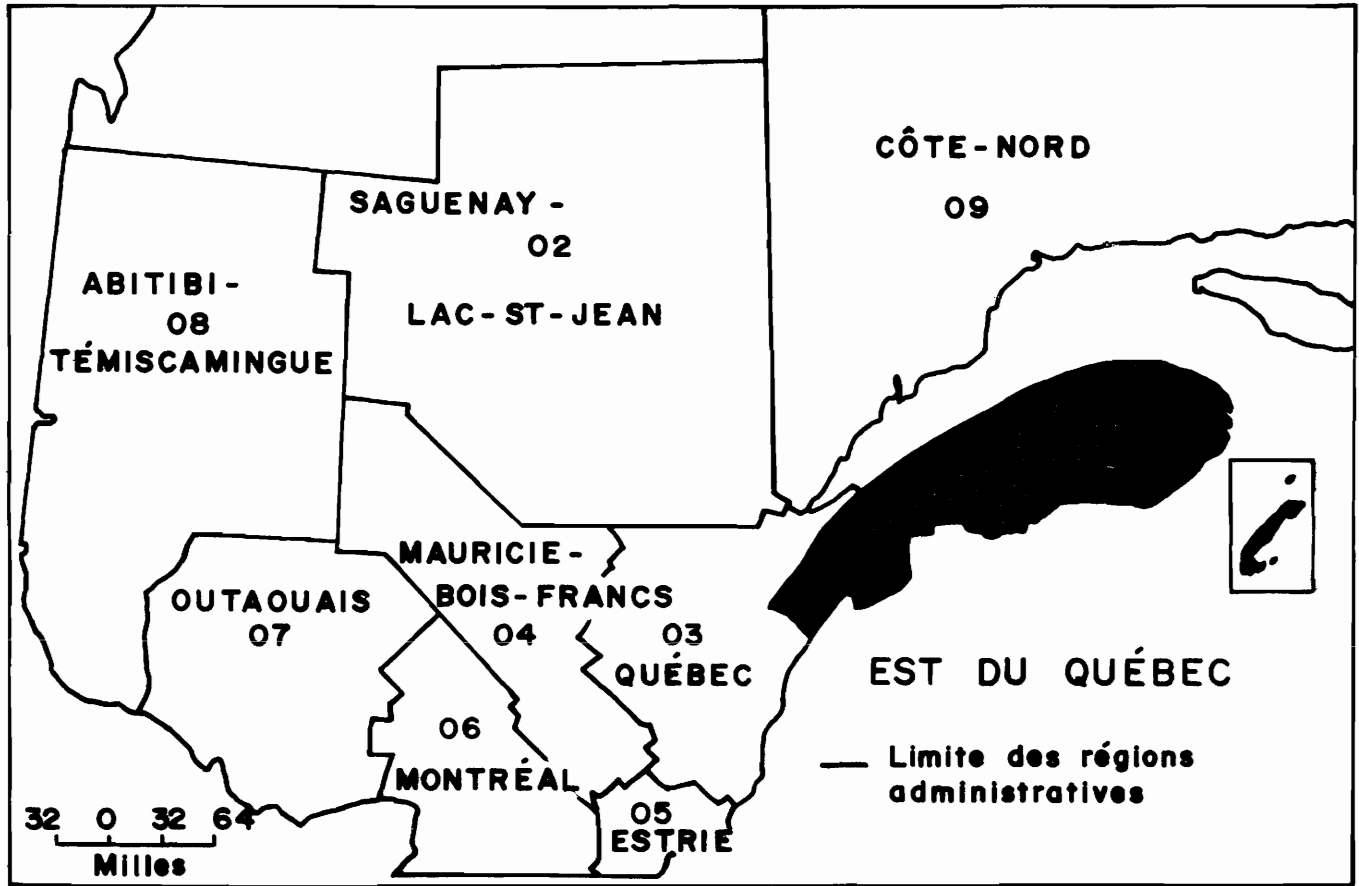
-
1. Pierre BRUNEAU et Jean LARRIVÉE. Bibliographie: les inégalités du développement régional, au Québec et au Canada. Rimouski, Cahiers du GRIDEQ, 1977, 152 p. (cahier no 1)
 2. Voir Samir AMIN. Le développement inégal. Paris, éd. de Minuit, 1973, 366 p. Aussi Arghiri EMMANUEL. L'échange inégal. Paris, éd. Maspero, 1969, 368 p.

Cela n'empêche qu'il reste une certaine homologie de position entre les pays sous-développés et les pays développés, d'une part, et entre les régions sous-développées et les régions développées des pays industriellement avancés, d'autre part. Dans un cas comme dans l'autre, on retrouve une spécialisation dans le primaire (région-ressource), un secondaire plutôt faible et une hypertrophie du tertiaire. A cela, s'ajoute une dépendance commerciale, financière et technique qui marginalise de façon quasi irrémédiable l'économie de ces régions.

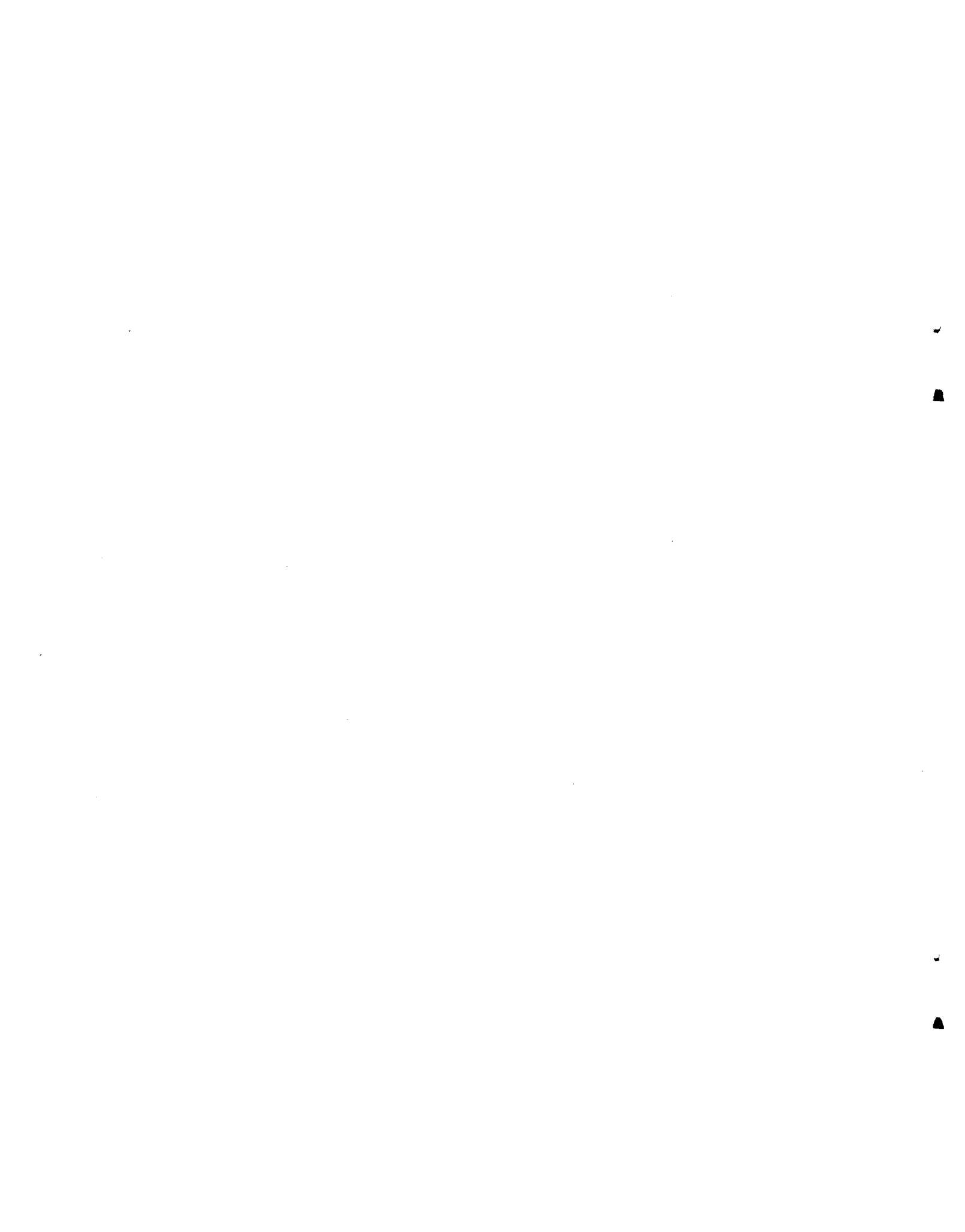
Au Québec, quatre régions peuvent être considérées comme périphériques: l'Abitibi-Témiscamingue, la Côte-Nord, le Saguenay - Lac Saint-Jean et, évidemment, l'Est du Québec. Voyons un peu plus attentivement le cas de cette dernière région qui nous intéresse plus directement. Au besoin, nous établirons quelques comparaisons avec les autres régions périphériques du Québec.

Comme nous l'avons déjà indiqué, l'Est du Québec correspond ici à la région-plan soit les comtés provinciaux de Kamouraska, Rivière-du-Loup, Témiscouata, Rimouski, Matane, Gaspé-Ouest, Gaspé-Est, Iles-de-la-Madeleine, Bonaventure et Matapédia. A la suite du B.A.E.Q., cette région a été le cadre spatial de la mise en oeuvre d'une entente fédérale-provinciale visant à transformer ses structures économiques et sociales. Composé de trois sous-régions: le Bas Saint-Laurent, la Gaspésie et les Iles de la Madeleine, l'Est du Québec peut être caractérisé aussi bien par ses disparités sous-régionales (nous y reviendrons en 2.2) que par les traits spécifiques aux régions périphériques. En effet, cette région constitue l'exemple typique³ d'une région sous développée et dépendante des grands centres pour les biens matériels comme pour les biens symboliques.

3. "Dès qu'on aborde le problème des disparités économiques régionales au Québec, on s'attarde invariablement sur le problème de la région du Bas Saint-Laurent - Gaspésie (...) La seule possibilité pour la région de s'encourager consiste finalement à se comparer à elle-même et à la région du Nord-Ouest québécois", Yves DION. "L'économie de l'Est du Québec: bilan et perspectives". Possibles, vol. II, no. 2-3 (mars 1978): pp. 33-48.



CARTE I



L'économie repose sur le primaire au point que la région s'est vu attribuer le qualificatif de région-ressources. Ces ressources, si l'on excepte la production agricole⁴, sont peu ou pas transformées sur place de sorte que la faiblesse du secondaire est assez évidente. De plus, les efforts de rationalisation des ressources ont entraîné une diminution de la main d'oeuvre dans ces secteurs et d'un bon nombre d'emplois saisonniers. Depuis, le tertiaire a connu une progression constante en terme d'emplois⁵ sans pour autant offrir des services (en nombre et en quantité) comparables à ceux offerts dans les grandes villes.

Comme région périphérique, l'Est du Québec est soumis à de nombreuses contradictions. Ainsi, le coût de la vie y est de 10 à 15% plus élevé que pour l'ensemble du Québec alors que le revenu personnel par habitant y est nettement plus faible: \$3,870.00 en 1976 comparativement à \$6,081.00 pour l'ensemble du Québec.⁶ De plus, "en valeur absolue, l'écart avec la moyenne québécoise est sans cesse grandissant" de sorte que "malgré un rattrapage apparent, la région a toujours le revenu personnel par habitant le plus faible du Québec". En 1971, la région qui précédait immédiatement l'Est du Québec était le "Saguenay - Lac Saint-Jean qui détenait 76% du revenu moyen québécois, ce qui est tout de même de beaucoup supérieur au 63% de l'Est du Québec".⁷

L'Est du Québec est également en tête pour le plus faible taux d'activité et le plus fort taux de chômage des régions du Québec. Ce taux peut osciller entre 20 et 30%. Ainsi, il ne faut guère se surprendre si la population entre 1961 et 1971 a diminué de 6.8% alors qu'elle a augmenté de

-
4. Selon une étude récente, l'agro-alimentaire serait en tête du secteur manufacturier de la région pour le nombre d'établissement (35%), le nombre d'emplois (26.6%) et la masse des salaires (22.5%). Voir CRD-Information. Février 1978.
 5. Dans le cas de Rimouski, le tertiaire fournit 75% des emplois alors que le secteur industriel n'en fournit que 15%. Pierre BRUNEAU. "Rimouski, métropole régionale"? Le Jour. 14 décembre 1974. p. 25.
 6. O.P.D.Q. Comptes nationaux
 7. Yves DION. Art. cit.

14.6% pour l'ensemble du Québec.⁸ Entre 1961-1971, la population est passée de 349,718 à 325,806. Enfin, est-il nécessaire d'indiquer que l'exode atteint certaines catégories d'âge plus que d'autres.

Sans aller plus avant dans la description de l'Est du Québec, ce que nous avons relevé, suffit à poser quelques questions concernant le développement de la câblodistribution dans une région périphérique. Ainsi lorsque nous étudierons les utilisateurs (abonnés et non abonnés) nous pourrions nous demander si le chômage et le revenu influent sur la décision de s'abonner ou non au câble. De même, nous pourrions vérifier si l'absence de choix en matière de télévision est avancée ou non comme motivation dans la décision de s'abonner. Il serait aussi intéressant de demander aux câblodistributeurs s'ils tiennent compte du taux de chômage et des perspectives d'avenir des petites villes qu'ils décident de câbler. Enfin, si la câblodistribution atteint un taux de pénétration plus élevé dans les régions périphériques que dans les grandes villes, on pourrait avancer l'hypothèse que la câblodistribution est alors perçue comme un service essentiel. Quoiqu'il en soit, ces questions nous invitent à examiner la situation générale des communications ainsi que la densité de population de ces régions.

2.1.2 Situation générale des communications

L'Est du Québec n'est pas, à première vue, la région la plus défavorisée du Québec. Un inventaire réalisé⁹ récemment indiquait que la région était desservie par 12 hebdomadaires dont le tirage total atteignait environ 75,000 exemplaires, 9 stations de radio AM, 3 stations de radio FM et 4 stations de télévision. Depuis, deux stations de radio se sont ajoutées et on verra, dans les mois à venir, l'ouverture d'une autre station de radio et de télévision à Rimouski.

8. O.P.D.Q. Profils régionaux. Le profil de l'Est du Québec. Région 01. Québec, 1976, pp. 9 et sf.

9. Louiselle LEVESQUE. La problématique des communications dans l'Est du Québec en 1977. Partie I: la carte des média. Rimouski, Conseil des Communications de l'Est du Québec, 1977, 106 p.

Une autre enquête ¹⁰ réalisée à l'été 1976 relevait les noms de 337 spécialistes en communication et de 103 journalistes, soit 1 spécialiste pour 945 habitants et 1 journaliste pour 3,093 habitants. Si l'on se fie à ces données, l'Est du Québec emploierait plus de spécialistes que ne l'autorise sa population, soit 7.2% des spécialistes québécois pour 5.1% de la population du Québec. ¹¹

A y regarder de plus près, on découvre rapidement que les communications de masse présentent dans la région de nombreuses carences. En premier lieu, la région ne produit aucun quotidien alors que les quotidiens de Montréal et de Québec arrivent dans certaines parties du territoire avec une journée de retard. En second lieu, aucun hebdomadaire et aucune station de radio et de télévision ne réussit à couvrir le territoire. D'un point de vue régional, on ne retrouve qu'une information morcellée. ¹²

Des raisons géographiques expliquent en partie cette situation. En effet, la population se distribue principalement de façon linéaire le long d'un littoral qui fait pas moins de 400 milles, de Kamouraska à Matapédia. De plus, les communications entre la rive nord et la rive sud de la péninsule gaspésienne sont difficiles en raison des montagnes qui atteignent à l'occasion les 4,000 pieds.

Des raisons économiques jouent également dans le même sens. En effet, l'aire de rayonnement des entreprises de communication de masse s'ajuste habituellement à la zone d'influence du marché de détail des villes. ¹³ Or, dans l'Est du Québec, aucune ville ne constitue un pôle d'influence

10. Benoît LEVESQUE, Jean LARRIVÉE et Claude MORIN. Les entreprises de communication dans l'Est du Québec (enquête auprès des patrons). Rimouski UQAR-GRIDEQ, 1978, 147 p. (cahier no 2 du GRIDEQ).

11. Benoît LEVESQUE. "Les communications et le développement en région périphérique". Possibles. Vol. II, no 2 (mars 1978), p.81.

12. Aucun média ne réussit à donner une information à la dimension de l'Est du Québec. Ce morcellement s'ajoute à une information déjà fragmentée. A ce sujet, voir Herbert SCHILLER. The Mind Manager. Boston, Beacon Press, 1974, pp. 24 sq.

13. Albert MAISTRE. La géographie des mass-média. Montréal, P.U.Q., 1976, pp. 76 sq.

prédominant, si l'on excepte évidemment la fonction administrative de Rimouski. On retrouve donc, dans le Bas Saint-Laurent, trois ou quatre centres de services relativement auto-suffisants et, dans la Gaspésie, un nombre plus élevé de centres de services complémentaires. Par conséquent, cette distribution des centres de services a finalement favorisé la multiplication des entreprises de communication.

Les disparités sous-régionales sont une autre caractéristique des communications de masse dans l'Est du Québec. A cet égard, il existe un décalage évident entre le Bas Saint-Laurent et la Gaspésie. "Les communications de masse sont si centralisées entre Matane et Rivière-du-Loup qu'on y retrouvait 74.8% des spécialistes en communication pour un territoire ne représentant que 41.1% de la population".¹⁴ Enfin, dans un certain nombre de localités gaspésiennes, il est impossible de capter la télévision sans câble et ce dernier n'est pas toujours disponible. Radio-Canada comme CHAU-TV y ont multipliés les relais (satellites) mais ceux-ci en raison des accidents géographiques, ne réussissent pas à atteindre tous les foyers visés. De plus, ces fameux "satellites" ne retransmettent souvent, qu'un signal de mauvaise qualité sans oublier les pannes. L'argent, investi par l'Etat dans ces relais ne serait-il pas plus rentable (socialement) s'il était employé à câbler des parties de ce territoire qui n'attireront aucun capitaliste "sérieux"?

Dans ce contexte, quel sera le rôle de la câblodistribution? L'absence ou le peu de choix en matière de télévision de même que la faiblesse de la presse écrite devraient favoriser le taux de pénétration de la câblodistribution dans l'Est du Québec. Cette présence accentuera-t-elle la "satellisation" d'une région déjà très dépendante des grands centres du point de vue des communications de masse ou bien contribuera-t-elle à réduire les conséquences négatives du morcellement de l'espace opéré par les média électroniques et la presse écrite? En faisant preuve d'imagination

14. Benoît LEVESQUE. Ibidem p. 88.

et d'audace, la câblodistribution ne pourrait-elle pas, par exemple, fournir le support nécessaire à un médium d'information couvrant tout le territoire de l'Est du Québec.¹⁵

2.1.3 Répartition de la population

De toutes les régions administratives, l'Est du Québec est la plus rurale. Selon le recensement de 1971, la population y est rurale à 53.2%. Par conséquent, plus de 50% de la population vit dans des municipalités de moins de 2,000 habitants. Cette ruralité est encore plus visible si l'on considère que les villes de 5,000 et plus ne regroupent que 23% de l'ensemble de la population.¹⁶ De plus, dans bien des cas, la croissance de l'urbanisation au cours des dernières années est dû en partie à un regroupement de municipalités de sorte que la densité de certaines villes ne s'est guère modifiée (l'exemple typique étant la ville de Gaspé). Enfin, la région ne compte qu'une ville de 30,000 habitants, Rimouski, mais pour y arriver il faut inclure la "banlieue".

La densité absolue de la population n'est rien d'autre que le rapport population/superficie totale. A cet égard, on sait que l'Est du Québec est immense: 16,406 milles carrés, soit (comme on aime à le dire dans tous les rapports) un peu plus que la Suisse ou la Belgique. Cependant, ce territoire est le moins vaste de toutes les régions périphériques au Québec¹⁷ alors que sa population est la plus élevée.¹⁸ Dès lors, on comprendra que l'Est du Québec présente la densité absolue de population la plus élevée de toutes les autres régions périphériques. En revanche, le Saguenay - Lac St-Jean

15. Denis BELANGER mène actuellement une recherche dans cette direction grâce à une subvention du Conseil des Arts.

16. Clermont DUGAS. "Etude des facteurs de modification de la répartition du peuplement dans l'Est du Québec, 1966-1971. Cahiers de géographie du Québec. Vol. XIX, no 4 (avril 1975), pp. 167-188.

17. La superficie du Saguenay - Lac St-Jean est d'environ 40,906 milles carrés, celle de l'Abitibi-Témiscamingue de 25,513 milles carrés et celle de la Côte-Nord de 75,841 milles carrés.

18. La population de l'Est du Québec en 1971 était de 325,806, celle du Saguenay - Lac St-Jean de 265,642, celle du Nord-Ouest de 142,890 et celle de la Côte-Nord de 101,270.

TABLEAU I DENSITE ABSOLUE ET DENSITE RELATIVE
DE LA POPULATION.¹⁹

Densité Régions	Densité absolue	Densité relative (territoire municipalisé)
Est du Québec	19.85	43.5
Saguenay - Lac St-Jean	6.49	75.04
Abitibi-Témiscamingue	5.69	39.41
Côte-Nord	1.34	11.34

devance nettement l'Est du Québec pour sa densité relative, soit pour le rapport population/territoire municipalisé.²⁰

A titre indicatif, relevons que la densité relative de la région de Montréal atteint 388.04 habitants au mille carré alors qu'elle n'est que de 58.67 dans l'Estrie. Toutefois, dans les régions périphériques, la densité de population relative au territoire municipalisé ne doit être utilisée qu'avec beaucoup de circonspection en raison des superficies non défrichées et non habitées que renferment principalement les municipalités rurales. Dans l'Est du Québec, par exemple, l'espace défriché ne constitue qu'environ 1/3 de l'espace municipalisé.²¹ La densité de population par rapport à

19. O.P.D.Q. Les caractéristiques sectorielles interrégionales. Cahier I. Les indicateurs globaux. Québec. Editeur officiel du Québec. Juin 1976 (coll.: Les schémas régionaux).

20. La superficie du territoire municipalisé de la Côte-Nord est de 8,502 milles carrés, celle de l'Est du Québec de 7,440 milles carrés, celle du Saguenay - Lac St-Jean de 3,512 et celle de l'Abitibi de 3,034 milles carrés.

21. Soit environ 2,460 milles carrés ou encore 15% de la superficie totale de la région. Voir Clermont DUGAS. L'Est du Québec à l'heure du développement régional. Rimouski, UQAR, 1975, p. 87.

l'espace défriché s'élèverait à 129 habitants au mille carré. De plus, cette densité devrait s'élever encore si l'on considérait cette fois non l'espace défriché mais l'espace habité.

La densité de population est particulièrement importante pour évaluer les possibilités actuelles d'installation du câble dans le milieu rural.²² Selon une étude réalisée en 1970²³, le coût d'installation du câble se situerait entre \$50.00 et \$100.00 par foyer à condition d'obtenir entre 50 et 100 abonnés au mille carré. Une autre étude plus récente donne le seuil de 31 foyers par mille de câble, pour un taux de pénétration de 100%.²⁴ Pour des taux de pénétration variant entre 80% et 60%, cette densité devrait se situer entre 39 et 52 foyers au mille de câble. Or, dans l'Est du Québec, on compte 4.6 personnes par foyer et un taux de pénétration se situant autour de 80%. Par conséquent, il faudrait une densité relative d'au moins 179.4 habitants au mille de câble.

Selon Câblodistribution de l'Est Inc., un village comme Bic est rentable si 300 foyers s'abonnent.²⁵ Par ailleurs, un village comme Saint-Fabien est considéré comme non rentable par la câblodistribution parce qu'il n'y a que 159 abonnés sur un potentiel de 430 foyers. Le village de Sainte-Luce

22. Comme l'indique Robert E. Babe, trois dimensions peuvent permettre l'évaluation des possibilités économiques d'une entreprise de câblodistribution. Il s'agit de la longueur de milles de câble du système, du nombre d'abonnés actuels et potentiels. Or le nombre des abonnés actuels ou potentiels est une dimension beaucoup moins significative que la longueur de câble, sauf évidemment pour le milieu rural où il s'agit d'une variable déterminante. Robert E. BABE. Cable Television and Telecommunications in Canada. An Economic Analysis. East Lansing, Michigan State University, 1975, pp. 26-27.

23. Recherche réalisée par David J. Workman de l'Institutional Securities Commission (Montréal) pour le rapport Davey. Voir Keith DAVEY. Les mass-média. Commission spéciale du Sénat. Ottawa, 1971, vol. II, p. 384.

24. Robert E. BABE. Op. Cit. p. 58. Il s'agit ici du seuil de rentabilité.

25. Raymond D'AUTEUIL. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Juin 1977, pp. 3, 6 et 18.

Le coût de location à Québec Téléphone s'élèverait à \$2,637.60 du mille de câble par année, soit \$54.95 le quart de mille par mois. A cela, il faudrait ajouter pour la première année les frais de branchement évalués à \$33.00: ce qui représenterait la somme de \$1,650.00 pour 50 foyers. Par ailleurs, les revenus pour 50 foyers s'élèveraient à \$4,950.00 par année.

qui ne compte que 160 foyers (selon l'estimation faite) ne serait pas rentable même si le taux de pénétration était 100%. En somme, outre la densité et le taux de pénétration, on peut supposer qu'il existe un seuil au-dessous duquel un territoire ne saurait être rentable.

Par ailleurs, la densité des villes et villages de l'Est du Québec permet habituellement de dépasser la densité de 179.4 habitants au mille de câble. Ainsi, des petites villes comme Amqui et Mont-Joli ont des densités relatives de 3,057 et de 4,790 habitants au mille carré alors que les villes de Rivière-du-Loup et de Rimouski présentent des densités de 2,024 et 984 habitants au mille carré. Certaines paroisses comme St-Ulric de Matane, Sainte-Angèle (paroisse) ou Sainte-Félicité (paroisse) ont, dans l'ordre, des densités de 14, de 20.8 et de 23 mais les villages, qui sont ici constitués en municipalités distinctes, présentent des densités aussi élevées que celle de la ville de Rimouski, soit 978.9 habitants au mille carré pour Saint-Ulric, 511.3 pour Sainte-Angèle et 1,024.7 pour Sainte-Félicité. Malheureusement, là où le village et les rangs ne sont pas constitués en municipalités distinctes, le Répertoire des municipalités²⁶ ne nous fournit qu'une moyenne où la densité du village et celle des rangs sont confondues.

La densité de population dans les rangs (paroisse) se situerait entre 5.7 pour Rivière-à-Claude et 52.8 pour Saint-Pascal pour une médiane d'environ 20. Toutefois, en égard aux réserves exprimées plus haut, on peut se demander si la densité de population par mille de route entretenue ne serait pas plus opérationnelle. Quoiqu'il en soit, le tableau II montre que la densité de population par mille de route est nettement différente pour deux catégories de localités.

En premier lieu, la densité des municipalités gaspésiennes s'élève: Marsoui passe de 8.2 habitants au mille à 95, Rivière-à-Claude de 5.7 à 117 et Sainte-Marthe de 6.3 à 47. Dans la plupart des cas, il s'agit de municipalité où l'agriculture n'existe plus comme activité principale de sorte qu'un nombre important de route doivent être fermée l'hiver.

26. Bureau de la Statistique du Québec. Répertoire des municipalités (1975) Québec, Editeur officiel du Québec, 1976.

TABLEAU II DENSITE RELATIVE DES VILLES ET
MUNICIPALITES ATTRIBUEES

Municipalité	Densité par mille carré	Densité par mille de route
Chandler	629	236
Newport	31.3	274
Ste-Adélaïde-de-Pabos	15.1	197
Grande-Rivière	108.8	105
Grande-Vallée	23.1	47
Petite-Vallée	28.1	93
Manche-d'Epée	7.4	
Mont-Louis	20.4	98
Anse-Pleureuse		
Gros-Morne		
Marsoui	8.2	95
Grosses-Roches	24.3	42
Matane	1,383.0	369
Petite-Matane	69.3	51
St-Adelme	20.8	17
St-Jérôme-de-Matane	27.0	29
St-Luc	21.5	50
St-Ulric (village)	978.9	306
St-Ulric (paroisse)	14.1	14
Ste-Félicité (village)	1,024.7	
Ste-Félicité (paroisse)	23.0	28
Amqui	3,057.8	252
Causapscal	568.5	206
Lac-au-Saumon (village)	121.8	65
St-Léon-le-Grand	27.4	32
St-Moïse	22.4	28
St-Noël (village)	49.3	48
Sayabec (village)	735.8	257
Mont-St-Pierre	15.0	70

TABLEAU II DENSITE RELATIVE DES VILLES ET
MUNICIPALITES ATTRIBUEES (SUITE)

Municipalité	Densité par mille carré	Densité par mille de route
Rivière-à-Claude	5.7	117
Percé	34.5	47
Mont-Carmel	10.2	
St-Philippe-de-Néri	74.9	
Bic (village)	78.4	270
Luceville (village)	750.0	271
Val-Brillant (village)	423.1	257
Rimouski	984.1	336
Rimouski-Est	794.7	376
St-Anaclet	36.5	40
St-Fabien	45.9	53
Ste-Blandine	39.9	43
Ste-Luce	36.4	37
Ste-Odile	21.5	14
Ste-Anne-de-Pointe-au-Père	159.6	84
Baie-des-Sables	39.7	35
Grand-Métis	34.0	26
Les Boules	42.5	36
Métis-sur-mer (village)	26.6	
Mont-Joli	4,790.7	298
St-Jean-Baptiste	149.7	160
St-Joseph-de-Lepage	29.9	21
St-Octave-de-Métis	31.2	50
Ste-Angèle-de-Méricie (village)	511.3	365
Ste-Angèle-de-Méricie (paroisse)	20.8	26
Ste-Flavie	44.3	42
Price (village)	2,879.1	
Rivière-du-Loup	2,024.5	248
Cacouna (village)	361.8	198

TABLEAU II DENSITE RELATIVE DES VILLES ET MUNICIPALITES ATTRIBUEES (SUITE)

Municipalité	Densité par mille carré	Densité par mille de route
St-Patrice	63.7	195
Notre-Dame du Portage	60.1	32
St-Antonin	64.1	71
St-Arsène	41.2	33
St-Epiphanie	34.9	22
St-Modeste	16.3	14
Ste-Marthe	6.3	47
Cabano	70.9	76
Dégelis	28.2	56
Notre-Dame-du-Lac	46.4	49
St-Louis du-Ha!-Ha!	38.7	54
La Pocatière (village)	490.3	
Ste-Anne-de-la-Pocatière	42.7	
Rivière-Ouelle	70.6	
St-Pacôme (village)	1,400.0	
St-Pacôme (paroisse)	50.6	
St-Roch-des-Aulnaies	52.6	
St-Gabriel-Lallemand	35.1	
St-Onesime-d'Enworth	15.9	
Ste-Louise	30.5	
St-Pascal (village)	2,088.4	
St-Pascal (paroisse)	52.8	
Ste-Hélène	55.8	
St-André (village)	261.1	
St-André (paroisse)	13.1	
St-Germain	36.8	
Montréal (ville)	7,665.0	3,239

Sources: Répertoire des municipalités (1975)
et Ministère des transports du Québec

En second lieu, la densité des villes s'abaisse considérablement pour se situer entre 250 et 400 habitants au mille de chemin. Ainsi, Amqui passe de 3,057 habitants du mille carré à 252 au mille de route, Rivière-du-Loup de 2,042 à 248, Rimouski de 984 à 336. De même la densité des villages comme Saint-Ulric passe de 978 à 306, celle de Sainte-Angèle de 511 à 365.

Enfin, la densité des paroisses rurales où l'activité dominante est l'agriculture, présente une densité de population au mille carré comparable à celle obtenue par rapport au mille de chemin entretenu l'hiver. Ainsi, Saint-Anaclet passe d'une densité de 36.5 à 40, Saint-Fabien de 20.8 à 26, Ste-Flavie de 44 à 42, etc. La densité du milieu rural se situerait alors entre 14 et 60. En somme, le milieu rural présente une densité fort éloignée du seuil de 179 posé précédemment. Quoiqu'il en soit, nous y reviendrons lorsque nous considérerons les zones actuellement câblées et lorsque nous nous pencherons sur la situation financière des entreprises. Passons donc maintenant au territoire attribué par les instances "politiques".

2.2 Le territoire attribué et le territoire câblé

A une exception près, toutes les entreprises de câblodistribution de la région se sont adressées à la fois à la Régie des services publics (RSP) du Québec et au Conseil de la radio-télévision canadienne (CRTC) à Ottawa pour obtenir leur licence. Nous verrons que le territoire attribué par l'une et l'autre de ces instances révèle une philosophie différente (2.2.1) et que ces territoires ne coïncident pas nécessairement avec le territoire effectivement câblé à l'été 1977 (2.2.2).

2.2.1 Le territoire attribué par le CRTC et la RSP

Lorsqu'on considère le territoire attribué respectivement par le CRTC et la RSP, la différence la plus visible concerne évidemment Câblodistribution Bas Saint-Laurent de Matane et Câblodistribution de l'Est du Québec de Rimouski. La CRTC a accordé à l'entreprise matanaise le territoire allant de Matane au Bic sans oublier les gros villages de la Vallée de la

Entreprise / Territoire attribué	Conseil de la Radio-Télévision canadienne	Régie des services publics
Sirois Câble Enr. Chandler	Chandler Newport Sainte-Adélaïde-de-Pabos	Chandler Newport Sainte-Adélaïde-de-Pabos
R. O. Jalbert Ltée (Grande-Rivière)	Grande-Rivière	Grande-Rivière
C.A.T.V. Lebreux Electronique Enr. (Grande-Vallée)	Grande-Vallée Manche-d'Epée Gros-Morne Anse-Pleureuse	Grande-Vallée Manche-d'Epée Gros-Morne Anse-Pleureuse Petite-Vallée . Mont-Louis
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	La Pocatière St-Pacôme Rivière-Ouelle St-Roch . Ste-Louise . St-Onésime . St-Gabriel	La Pocatière St-Pacôme Rivière-Ouelle St-Roch . Ste-Louise . St-Onésime . St-Gabriel
G. et D. Télévision Enr. (Marsoui)	Marsoui	Marsoui
Câblovision du Bas St-Laurent Enr. (Matane)	Amqui Val-Brillant Causapscal Lac-au-Saumon . Sayabec Matane	Amqui Val-Brillant Causapscal Lac-au-Saumon . Sayabec . St-Léon-le-Grand . St-Moïse . St-Noël Matane . Grosses-Roches

Territoire attribué Entreprise	Conseil de la Radio-Télévision canadienne	Régie des services publics
Câblotélévision du Bas St-Laurent Enr. (Matane) (suite)		<ul style="list-style-type: none"> . Petite-Matane . St-Adelme . St-Luc . St-Ulric (paroisse-village) . Ste-Félicité " "
Câblotélévision du Bas St-Laurent Enr. (Matane)	Ste-Flavie Rimouski Bic Luceville St-Anaclet Pointe-au-Père Ste-Luce Mont-Joli Price . St-Joseph-de-Lepage . Ste-Angèle	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Territoire (accordé à Câblodistribution de l'Est Inc.) </div> <div style="text-align: center;">↓</div>
Câblodistribution de l'Est Inc. (Rimouski)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Territoire (accordé à Câblodis- tribution de l'Est Inc.) </div> <div style="text-align: center;">↑</div>	Rimouski Rimouski-Est* Bic Luceville St-Anaclet St-Fabien* Ste-Blandine* Ste-Luce Ste-Odile* Pointe-au-Père Mont-Joli Ste-Flavie . Ste-Angèle (vill.-par.) St-Octave de Métis* . St-Joseph-de-Lepage* . St-Jean-Baptiste* . Métis-sur-Mer*

Entreprise / Territoire attribué	Conseil de la Radio-Télévision canadienne	Régie des services publics
Câblodistribution de l'Est Inc. (Rimouski) (suite)		<ul style="list-style-type: none"> . Grand-Métis* . Les Boules* . Baie-des-Sables*
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. (Mont-Saint-Pierre)	Mont-Saint-Pierre Rivière-à-Claude	Mont-Saint-Pierre Rivière-à-Claude Ruisseau-à-Rebours
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée (Rivière-du-Loup)	Rivière-du-Loup	Rivière-du-Loup <ul style="list-style-type: none"> . St-Patrice . Notre-Dame-du-Portage . Cacouna . St-Antonin . St-Arsène . St-Epiphane . St-Modeste
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. (Ste-Marthe)	Ste-Marthe	Ste-Marthe
Télé câble St-Pascal Enr. (St-Pascal)	St-Pascal	St-Pascal Ste-Hélène <ul style="list-style-type: none"> . St-Germain . St-André
Câblovision Dionne Inc. St-Philippe-de-Néri	St-Philippe-de-Néri	St-Philippe-de-Néri Mont-Carmel
Télé distribution Câblouis Inc. (Cabano)	<ul style="list-style-type: none"> . Cabano . St-Louis-du-Ha!-Ha! . Notre-Dame-du-Lac . Ville Dégelis 	<ul style="list-style-type: none"> . Cabano . Saint-Louis-du-Ha!-Ha! . Notre-Dame-du-Lac . Ville-Dégelis

* Villages non accordés par le CRTC à Câblovision du Bas Saint-Laurent Enr.

. Villes et villages non câblés au mois de décembre 1977

Matapédia alors que la RSP divisa en quelque sorte ce territoire entre les deux entreprises. La RSP attribuait donc, à l'entreprise matanaise, le territoire allant de Grosses-Roches à St-Ulric et la Vallée de la Matapédia et, à l'entreprise rimouskoise, le territoire allant de Baie-des-Sables à St-Fabien sans oublier Mont-Joli et les villages avoisinants. Comme on le sait, la querelle du câble entre Ottawa et Québec fut menée à partir de ce cas dont le dénouement est maintenant connu.

L'examen de la carte III, "le territoire attribué par le CRTC et la RSP", ainsi que le tableau III reproduit sous le même titre révèle que les deux instances étaient animées par deux philosophies différentes et cela indépendamment du conflit de juridiction tel que matérialisé dans le cas de Matane et de Rimouski. Prenons donc le cas de Rivière-du-Loup où la CRTC accorde une licence à Rivière-du-Loup Câble TV pour la seule ville de Rivière-du-Loup (densité de 2,024.5 habitants au mille) alors que la RSP y ajoute en plus le village de Cacouna (densité de 361.8), Saint-Patrice (densité 63.9),²⁷ Notre-Dame-du-Portage (60.1), Saint-Antoine (64.1), Saint-Arsène (41.2), Saint-Éphane (34.9) et Saint-Modeste (16.3). Autre exemple, le Télécâble Saint-Pascal Enr. à qui le CRTC n'attribue que la ville de Saint-Pascal (densité de 2,088.4) alors que la RSP y ajoute Sainte-Hélène (55.8), Saint-Germain (36.8) et Saint-André (261.1 pour le village et 13.1 pour la paroisse). Si le câblodistributeur de Saint-Pascal a commencé à câbler les villages accordés par la RSP, celui de Rivière-du-Loup s'est limité jusqu'ici au territoire donné par le CRTC, soit la seule ville de Rivière-du-Loup.

Le fait que le CRTC et la RSP procèdent différemment dans l'attribution des territoires aux requérants a été perçu par un câblodistributeur qui nous dit: "en fin de compte, la Régie et le Ministère des communications du Québec veulent qu'on couvre le plus grand territoire possible, tandis que le CRTC, c'est un service facultatif (que) tu donnes dans les territoires qui sont considérés comme rentables". Pour le CRTC concluait-il,

27. On peut supposer que la densité du seul village (îlot communautaire) offre une densité beaucoup plus élevée.

le câblodistributeur "n'est pas obligé de la faire" quand ce n'est pas rentable.²⁸ De même, Raymond D'Auteuil nous disait: "nous autres, on avait demandé (à la Régie) Rimouski et Pointe-au-Père, sachant qu'il nous donnerait quelques paroisses autour; mais là ils nous ont donné un territoire beaucoup plus étendu et à ce moment là on avait demandé \$6.00 pour un premier appareil par mois. Et, la Régie a fixé le tarif à \$7.00 en disant: vous allez également desservir des paroisses qui sont beaucoup moins populeuses et moins payantes."²⁹

Si les différences entre le CRTC et la RSP ne sont pas simplement des prétextes pour un conflit de juridiction, on pourrait conclure que ces deux organismes voient différemment la généralisation de la câblodistribution. Pour le CRTC, la câblodistribution ne serait pas un service essentiel alors que, pour la RSP, la câblodistribution en serait un au même titre que la téléphonie. Sans contraindre les câblodistributions à offrir leurs services dans les rangs, la RSP leur demandait de desservir les "îlots communautaires" quitte à élever le taux mensuel comme cela existe pour le téléphone. En somme, la RSP défendrait le principe selon lequel une partie des profits obtenus dans les zones les plus rentables devraient servir à financer l'installation du câble dans des zones moins rentables.

Cela dit, jusqu'où une politique comme celle de la RSP permet-elle d'envisager la généralisation de la câblodistribution en milieu rural? Si l'on se fie au territoire attribué, cette politique ne va pas au-delà des villages, ou mieux des "îlots communautaires". Or, à première vue, on a toute raison de croire que ces zones demeurent encore rentables étant donné que la densité n'est pas inférieure à 300 habitants au mille,

28. Entrevue réalisée en juillet 1977 par Lucie Parent.

29. Raymond D'AUTEUIL. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé
Juin 1977, p.3.

2.2.2 Le territoire câblé

A l'été 1977, le territoire attribué par le CRTC n'est pas complètement câblé et particulièrement les villages de Sainte-Louise, Saint-Onésime et Saint-Gabriel pour Chouinard Télévision de La Pocatière et Sayabec, Saint-Joseph-de-Lepage et Sainte-Angèle pour Câblovision du Bas Saint-Laurent de Matane. La liste des villages attribués par la RSP est beaucoup plus longue comme l'indique le tableau et la carte III.

En raison de l'existence de deux instances de juridiction, il existe actuellement (soit à l'été 1977) des territoires non attribués par le CRTC mais câblés. Relevons les villages de Saint-Fabien et de Sainte-Blandine pour le câblodistributeur rimouskois, Sainte-Hélène pour Télécâble Saint-Pascal, et Mont-Carmel pour le câblodistributeur de Saint-Philippe-de-Néri.

En ce qui concerne les rangs, il est intéressant de relever que le câblodistributeur de Saint-Pascal en a câblé quatre et celui de Saint-Philippe-de-Néri, deux.³⁰ "C'est cher, nous a dit l'un d'eux, mais c'est faisable".³¹ Le câblodistributeur de La Pocatière ajoute pour sa part que certains rangs ne seront pas câblés "avant un certain temps à cause du coût qui serait prohibitif".³² Dans l'ensemble, les autres câblodistributeurs ne voient que le gouvernement pour assumer de tels coûts à moins qu'une telle entreprise soit conduite de concert avec les compagnies de téléphone. Comme l'indique Raymond D'Auteuil,³³ l'utilisation du câble coaxial servant à la fois pour le téléphone et pour la câblodistribution réduirait considérablement les coûts. Pour cela, il faudrait toutefois que les compagnies de téléphone abandonnent leur façon de faire qui a

30. A ces rangs, il faudrait ajouter dix familles (qui se sont câblés elles-mêmes) en arrière de Marsoui. Voir l'annexe

31. Louis-Georges PARADIS. Entrevue réalisée par Rita Giguère Dionne, le 7 octobre 1977, p. 6.

32. M. CHOUINARD. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977 p. 2

33. Raymond D'AUTEUIL. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Juin 1977, pp. 3-4.

consisté jusqu'ici à placer trois, quatre et même cinq abonnés sur la même ligne.

Enfin, il importe d'insister sur le fait que la câblodistribution est en pleine expansion dans la région. Comme nous le verrons au chapitre suivant consacré aux conditions d'implantation, les trois entreprises les plus importantes en terme d'abonnés n'existent que depuis tout récemment et elles n'ont pas encore terminé complètement l'installation du câble dans leur territoire.

TABLEAU IV LES ABONNES (1974-1977)

Années	1974 ³⁴	1977
Données diverses		
Nombre d'abonnés	1,676	23,147
Pourcentage d'accessibilité	5 %	42 %
Pourcentage de pénétration	67 %	78.8%
Pourcentage de service	3.4%	33.1%

34. O.P.D.Q. Profils régionaux. Le profil de l'Est du Québec, Québec, Editeur officiel du Québec, Août 1976, p. 204. (coll. Les Schémas régionaux).

Les divers pourcentages sont définis de la façon suivante: 1) pourcentage de service: rapport du nombre d'abonnés sur le nombre total de familles de la région, 2) pourcentage d'accessibilité: rapport du potentiel de territoire câblé sur le nombre total de familles, 3) pourcentage de pénétration: rapport du nombre d'abonnées sur le potentiel de territoire câblé. Notons au passage que nous avons utilisé pour 1977 le nombre de foyers et non de familles. Comme le nombre de familles est inférieur au nombre de foyers (65,445 par rapport à 69,892), nos pourcentages pourraient être encore plus élevés.

A l'heure actuelle, la superficie du territoire câblé représente environ 18% du territoire municipalisé et 56% du territoire défriché.³⁵ Le tableau IV montre clairement comment la câblodistribution a évolué rapidement au cours des trois dernières années. En 1974, il n'existait dans l'Est du Québec que 1,676 abonnés comparativement à 23,147 en 1977. Le pourcentage d'accessibilité est passé de 5% à 42% de sorte qu'actuellement 42% des foyers ont la possibilité de s'abonner au câble, s'il le désire, et 78.8% de ceux-ci le font (ce qui est élevé).³⁶ Le pourcentage de pénétration s'est élevé considérablement puisqu'il n'était que de 67% en 1974. Enfin, répétons-le, l'expansion de la câblodistribution n'a pas encore atteint son terme dans la région. Avec un pourcentage d'accessibilité de 42%, il apparaît clairement que le câble n'est pas encore accessible à toute la population urbaine³⁷ du territoire (celle-ci représente 47% de l'ensemble de la population).

35. En 1974, le taux de pénétration était de 44% pour l'ensemble du Québec (voir O.P.D.Q. Les caractéristiques sectorielles interrégionales. Cahier IV. Les équipements et les services. Québec, Ed. officiel, juin 1976, p. 200) et de 61% pour l'ensemble du Canada. Statistique Canada Rapport annuel du Ministère des Communications. Ottawa, 1975-76, p. 22

36. La superficie du territoire câblé était à l'été 1977 d'environ 1,368.83 milles carrés. La superficie réelle serait sûrement inférieure à ce chiffre puisque la distinction entre le village et les rangs n'est faite que dans la mesure où les deux ont un statut de municipalité. Dans le cas où la distinction n'est pas faite, on exagère de beaucoup la superficie du territoire câblé.

37. Relevons entre autres les villes de Gaspé, Cap-Chat, Sainte-Anne-des-Monts et Trois-Pistoles.

CHAPITRE III: LES CONDITIONS D'IMPLANTATION

Comme certains historiens l'ont affirmé¹, l'histoire des média électroniques est particulièrement difficile en raison de l'absence, dans les archives, de documents se référant aux origines. La câblodistribution ne fait pas exception à cette règle. Comme nous le disait un permanent d'une entreprise de câblodistribution: "les archives, c'est jamais une préoccupation de départ; la seule préoccupation de départ, c'est faire de l'argent." Par conséquent, aussi bien pour les entreprises récentes que pour les autres, il a fallu s'en remettre aux méthodes de l'histoire orale.

Il est certain, par ailleurs, qu'une histoire de la câblodistribution constituerait une recherche en soi. Pour notre part, nos objectifs étaient beaucoup plus restreints. La connaissance des conditions d'implantation de ces entreprises nous apparaissait indispensable pour évaluer leur potentiel d'évolution: leur passage de la catégorie des antennes communautaires à la catégorie de la câblodistribution proprement dite. A cette fin, nous avons prévu, dans le schéma d'entrevue² auprès des câblodistributeurs, quelques questions portant sur l'année d'entrée en service, sur l'origine (l'idée et les groupes en présence), sur les besoins et la motivation, sur la réaction de la population, sur les principaux obstacles rencontrés et sur l'évolution des objectifs.

A partir de la seule date de fondation, on peut immédiatement classer les entreprises en deux groupes: celles fondées entre 1956 et 1961 (3.1) et celles fondées entre 1972 et 1978 (3.2). Pour l'un et l'autre de ces groupes, nous verrons quelle était à l'origine la demande (la motivation principale) et l'offre (la fondation des entreprises). Enfin,

1. C'est ce que disaient MM. Jean-Paul MOREAU et Jacques GAGNE au dernier congrès annuel de l'Institut d'Histoire de l'Amérique Française dans une communication intitulée: "Les enregistrements sonores et l'histoire de Radio-Canada de 1930 à 1960".

Voir aussi Benoît LEVESQUE, "D'une sociologie des mass média à une histoire des communications" Revue d'histoire du Bas Saint-Laurent, Vol. IV, no 3-4 (septembre 1977), pp. 19-21.

2. Ce schéma d'entrevue est reproduit en annexe.

TABLEAU V DATE DE FONDATION DES ENTREPRISES EXISTANTES

- Chouinard Télévision Ltée ^(a) (La Pocatière, Kamouraska)	1956
- Télécâble St-Pascal Enr. (St-Pascal, Kamouraska)	1957
- Câblovision Dionne Inc. ^(b) (St-Philippe-de-Néri, Kamouraska)	1957
- Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. ^(c) (Ste-Marthe, Gaspé)	1958
- G. et D. Télévision Enr. (Marsoui, Gaspé)	1958
- Coopérative de Télévision de Percé (Percé, Gaspé)	1960
- CATV Lebreux Electronique Enr. ^(d) (Grande-Vallée, Gaspé)	1961
- Mont Saint-Pierre TV Enr. ^(d) (Mont-Saint-Pierre, Gaspé)	1961
- Sirois Câble Enr. ^(e) (Chandler, Gaspé)	1961
- R. et O. Jalbert (Grande-Rivière, Gaspé)	1961
- Rivière-du-Loup Câble TV Ltée (Rivière-du-Loup)	1972
- Câblodistribution de l'Est Inc. (Rimouski)	1975
- Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. (Matane)	1976
- Télédistribution Cablonis Inc. (Cabano)	1977

(a) Au début, le système de câblodistribution de La Pocatière et celui de St-Pacôme n'étaient pas intégrés.

(b) A l'origine, cette entreprise n'était pas distincte de celle de Télécâble de Saint-Pascal Inc.

(c) S'appelait Luc Gagnon et Ass.

(d) CATV Lebreux Electronique et Mont-St-Pierre TV Enr. ne formait à l'origine qu'une même entreprise co-propriété de M. Coleman de Grande-Vallée et de M. Laflamme de Mont-Louis. La population des municipalités de Rivière-Madeleine et de Mont-Louis se débrancheront quand un "satellite" sera installé en 1964.

(e) Jusqu'à 1974, le territoire de Chandler était desservi par R. et O. Jalbert de Grande-Rivière.

nous nous interrogerons sur l'évolution des entreprises du premier groupe et sur les principaux obstacles rencontrés par celles du second groupe.

3.1 Les entreprises fondées avant 1961

Lorsqu'on reproduit sur une carte l'espace desservi par les entreprises fondées avant 1961 (voir la carte IV), il apparaît clairement que le territoire alors câblé se situait aux deux extrémités de l'Est du Québec, soit dans les comtés de Kamouraska à l'ouest et de Gaspé à l'est. A l'origine de la câblodistribution, on retrouvait donc l'accessibilité à la télévision comme motivation principale (3.1.1). On est par la suite invité à se pencher sur les circonstances immédiates qui ont permis la mise en place de ces entreprises: entrepreneurs, idée de départ, réaction de la population (3.1.2). Dans un dernier point, nous examinerons comment certaines de ces entreprises ont évolué (3.1.3).

3.1.1 L'accessibilité comme motivation principale

La situation de la télévision dans l'Est du Québec à la fin des années 50 explique pourquoi la câblodistribution apparaît d'abord dans les comtés de Kamouraska et de Gaspé. Les stations les plus proches étaient situées à environ cent milles de ces régions. Si, à la distance, l'on ajoute des accidents géographiques, la télévision devenait à toute fin pratique inaccessible à la population de ces régions.

Dans les villes de Saint-Pascal et de La Pocatière, "les seules stations qui pouvaient être prises étaient celles de Québec avec un rendement qui était vraiment médiocre."³ Avec l'entrée en ondes de CKRT-TV de Rivière-du-Loup en 1962, la câblodistribution ne perd pas sa raison d'être. Désormais, la population pourra capter cette station avec une antenne sur le toit mais elle préférera le câble parce que moins onéreux: "on a déjà calculé, nous dit le câblodistributeur de Saint-Pascal, que ça coûtait plus

3. M. CHOUINARD. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, pp. 2 et 9.

cher par année entretenir une antenne pour Québec que de s'abonner au système de câble."⁴ Par conséquent, aussi bien à La Pocatière qu'à Saint-Pascal, "les gens avaient une décision à prendre: prendre \$125.00 ou \$150.00 et mettre une antenne sur le toit ou bien nous donner \$100.00 et on rentrait le câble; mensuellement, c'était \$3.12 par mois."⁴ A La Pocatière, à Saint-Pacôme⁵, à Saint-Pascal et à Saint-Philippe-de-Néri⁶, la câblodistribution répondait donc à l'origine à un objectif bien précis: donner accès à au moins une station de télévision.

En Gaspésie, toutes les entreprises de câblodistribution seront fondées entre 1958 et 1961, soit une année ou deux après l'entrée en ondes de CKBL-TV à Matane et de CHAU-TV à Carleton. La station matanaise devait desservir la partie nord de la péninsule alors que celle de Carleton s'attribuait la partie sud-est.

Pour desservir leur vaste territoire, les frères Lapointe de CKBL-TV décidèrent d'installer leur antenne émettrice sur un site élevé, le Mont Logan, "situé à 37 milles aériens des studios mais à 82 milles de route accidentée." Cette antenne permettra d'atteindre la Côte Nord (et ses commanditaires) mais ne réussira pas "à fournir un service adéquat à la péninsule gaspésienne⁷." Les accidents géographiques empêchaient les signaux d'atteindre la plupart des localités situées entre Marsoui et Cloridorme. C'est ainsi qu'entre 1958 et 1961, la câblodistribution se généralisa sur cette partie du territoire qui n'aurait pas eu accès à la télévision autrement.

La seule autre possibilité pour donner la télévision à cette population consistait à multiplier les relais (satellites). Mais CKBL-TV n'osait se lancer dans une telle opération: "Si nous construisons une station satellite à Grande-Vallée, écrit René Lapointe dans un mémoire à Radio-Canada,

4. Louis-Georges PARADIS. Entrevue réalisée par Rita G.-Dionne. Le 7 octobre 1977, p. 1.

5. Ce réseau sera intégré à celui de La Pocatière en 1970.

6. A l'origine, le réseau de St-Philippe-de-Néri appartenait à M. Paradis de St-Pascal.

7. Jacques DE GUISE. Inventaire des médiums d'information à l'intérieur du territoire-pilote. Rapport préliminaire. Mont-Joli, s.d., p. 37.

pourrons-nous en refuser une à Cloridorme, à Mont-Louis, à Mont-St-Pierre, à Blanc-Sablon, à Rivière-au-Tonnerre, et à toutes les localités qui espèrent jouir un jour de la télévision.⁸ Le propriétaire de CKBL-TV demandait donc l'aide financière de la Société Radio-Canada pour rendre la télévision accessible à ces populations. Cette aide devait lui être refusée.

CHAU-TV de Carleton, qui était en concurrence avec CKBL-TV pour la partie nord-est de la péninsule, adopte une stratégie différente.⁹ Au lieu d'orienter ses investissements exclusivement sur une antenne unique, la famille Houde décida de miser aussi sur la multiplication des relais. Un programme d'expansion évalué à \$500,000 permis à CHAU-TV d'installer des relais à Chandler, Percé, Gaspé, Port-Daniel et Rivière-au-Renard.¹⁰

Avant même que CHAU-TV ne complète son système de relais, des entreprises de câblodistribution s'implantaient à Rivière-au-Renard et Percé en 1960 et à Grande-Rivière et Chandler en 1961. A l'exception de Rivière-au-Renard, ces entreprises ne perdront pas leur raison d'être lors de l'entrée en opération des relais de CHAU-TV. La faible puissance de ceux-ci alliée à des accidents géographiques locaux empêcheront bien des foyers de capter le signal. C'est ce que nous explique le câblodistributeur de Chandler: "... un coup que tu arrives à Chandler, c'est une anse, c'est un trou qui a des montagnes chaque côté; automatiquement la tv est barrée, y a plus rien, pis y a le satellite (le relais) à Chandler, mais seulement, c'est faible, ça prend seulement une partie du centre ville; au niveau de la ville, y a rien."¹¹ Enfin, à Grande-Rivière, aucun relais ne sera installé de sorte que la population s'abonnera au câble pour éviter l'antenne sur le toit.

8. René LAPOINTE. Mémoire à Radio-Canada cité dans Jacques DE GUISE. op. cit. p. 38.

9. Notons tout de même que CKBL-TV avait, en 1963, des relais à Murdochville au Lac-au-Saumon et à Manicouagan sur la Côte-Nord.

10. Jacques DE GUISE. op. cit. p. 68.

11. M. SIROIS. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1977, p. 7

Entre 1956 et 1961, l'abonnement au câble dans les comtés de Kamouraska et de Gaspé constituait bien souvent le seul moyen ou encore le moyen le plus économique de capter le signal d'au moins une station. Dès lors, la câblodistribution se présentait sous la forme d'une antenne collective qui pouvait se donner un village ou une petite ville ne bénéficiant pas de station émettrice. Dans ce contexte, la motivation principale de l'abonné n'était autre que la possibilité de capter au moins une station de télévision.

3.1.2 Fondation des entreprises

La mise en place d'un système de câblodistribution supposait une communauté disposée à utiliser ce réseau (une clientèle), un entrepreneur ou un groupe entrepreneur (l'offre), une mise de fonds initiale (un capital) et une connaissance de la technologie nécessaire. Dans le cas des entreprises fondées avant 1961, les quatre facteurs se combinent habituellement deux à deux: une communauté qui apporte une partie de la mise de fonds initiale et un entrepreneur qui connaît la technologie nécessaire. Cela n'empêche toutefois que chacune de ces petites entreprises ait sa propre histoire. C'est ce que nous verrons maintenant.

A l'origine de la câblodistribution à La Pocatière, on retrouve la Chambre de Commerce. Celle-ci avait appris qu'un M. Chouinard, technicien de télévision, opérait avec succès un système de câblodistribution à Saint-Pamphile depuis 1953. On s'adresse donc à celui-ci qui accepte de financer lui-même l'entreprise. Les montants exigés pour le branchement: entre \$75.00 et \$125.00, constituaient une mise de fonds suffisante pour commencer. L'abonnement fixé autour de \$3.00 permettait par ailleurs d'entretenir le système.

Le problème le plus important que l'entreprise rencontre alors, concernait la structure de soutènement. L'entreprise de câblodistribution devait planter ses propres poteaux parce que Bell Canada se refusait à louer un espace sur les poteaux:

"Nous avons été l'un des premiers à faire affaire avec Bell Canada,

nous a dit M. Chouinard, fils. En 1956, on avait signé avec Kamouraska-Téléphone et l'Hydro-Québec pour s'attacher sur leurs poteaux et, environ un mois après le début de la construction, le réseau Kamouraska a été vendu à Bell Canada et bien entendu Bell Canada ne voulait pas nous offrir un espace sur leurs poteaux. Cela a traîné comme ça pendant un an, puis en fin de compte, il a fallu planter nos propres poteaux en 1956. En fin de compte, c'est le même problème qui s'est posé un peu partout avec Bell Canada. Bell Canada voulait être propriétaire du réseau et nous le louer par la suite(...) Le problème vient de se régler depuis une couple de mois seulement."¹²

En somme, dès 1956, une compagnie de téléphone comme Bell Canada n'était pas indifférente au développement de la câblodistribution.

L'année suivante, Télécâble St-Pascal était fondée par M. Louis-Georges Paradis. Comme son voisin de La Pocatière, M. Paradis avait une formation de technicien. De même, la mise de fonds initiale venait principalement des montants exigés pour le branchement, soit \$100.00 par foyer. Le coût mensuel était alors de \$3.12. Enfin, notons qu'entre l'idée de ce projet et sa réalisation peu de temps s'écoula. "Aucune ligne de conduite à suivre. Le câble ça ne se connaissait pas tellement, il n'y avait aucune réglementation."¹³ Au début, l'entreprise possédait 75% des poteaux nécessaires à soutenir le câble. Peu à peu, cette proportion s'abaissa. Au bout de cinq ans, il fallu changer le câble.

A Saint-Pascal, la réaction de la population fut très positive. Le câble leur donnait accès à deux stations de télévision: celle de Rimouski et de Québec. A Saint-Philippe-de-Néri, que M. Paradis avait câblé à la même époque, la réaction de la population fut différente. Des difficultés techniques dont quelques pannes et des problèmes reliés à la pose des poteaux expliqueraient que la population fut à cet endroit moins enthousiaste. Cette partie du territoire qui ne comptait alors que vingt abonnés, fut vendue à M. François Dionne. Par la suite, ce dernier réussit à atteindre un taux de pénétration comparable à celui de La Pocatière.

12. M. CHOUINARD. Doc. cit. p. 10.

13. Louis-Georges PARADIS. Entrevue réalisée par Rita Giguère Dionne. 7 octobre 1977, p. 1.

Dans l'ensemble, l'implantation des entreprises de câblodistribution en Gaspésie se fera selon le même scénario. Il est certain par ailleurs que la Gaspésie diffère profondément du Comté de Kamouraska.¹⁴ Cela dit, dans un cas comme dans l'autre, on retrouve un même modèle dans l'implantation des entreprises.

En Gaspésie, la câblodistribution verra le jour en 1958 dans deux petits villages: Marsoui dont la population dépassait à peine six cent et Sainte-Marthe, environ trois cent.

A Marsoui,¹⁵ l'initiative revient à M. Alphonse Couturier, député et homme d'affaires, qui à ce double titre contrôlait la vie économique du village. Comme ailleurs, la mise de fonds initiale sera en bonne partie constituée par les montants exigés pour le branchement. Pour ce faire M. Couturier adoptera un double tarif: \$150.00 et \$50.00. Le tarif réduit était réservé à celui qui achetait son appareil récepteur au magasin général du câblodistributeur.

A Sainte-Marthe, la mise de fonds initiale fut constituée par des parts de \$100.00 avancées par les premiers abonnés dont l'association ressemblait à une coopérative.¹⁶ Toutefois, les vingt premiers sociétaires s'étaient regroupés en une société sous le nom de Luc Gagnon et Associés. L'entreprise ne fut jamais rentable mais le profit "n'était pas le but des membres."

La Coopérative de télévision de Percé sera constituée d'une quarantaine de citoyens dont la part sociale s'élevait à \$140.00.¹⁷ De plus,

14. Voir en particulier la densité des villes et villages des deux comtés.

15. Les données historiques proviennent principalement de MM. Clément GAGNE et Ghislain DESCHENES. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977.

16. Alphonse DION. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977.

17. Albert BLONDIN. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1977. La mise de fonds totale s'élevait ici à \$22,600 dont \$17,000 provenait d'un emprunt.

pour assurer l'entretien de ce service, les "abonnés" doivent payer \$40.00 par année. Constituée en 1960, la coopérative n'obtint sa charte qu'en 1961. Dès lors, elle contracta un emprunt de \$17,000.00 pour compléter l'infrastructure: tour et câble. Relevons au passage que les établissements commerciaux qui s'abonnent au câble, ne sont pas membres de la coopérative et paient \$60.00 par année.

A l'origine de la câblodistribution à Grande-Rivière, soit en 1961, on retrouve un M. Coleman, technicien en radio et télévision. Avec Monsieur Laflamme de Mont-Louis, il installe divers systèmes de câble pour desservir les municipalités et localités de Grande-Vallée, Petite-Vallée, Rivière-Madeleine, Anse-Pleureuse, Manche-d'Epée, Gros-Morne, Mont-Saint-Pierre, Mont-Louis et Rivière-à-Claude. Après une année d'opération, cette entreprise déclara faillite et fut achetée par divers propriétaires: Omer Cloutier pour Mont-Saint-Pierre et Rivière-à-Claude, Clermont Godin pour Rivière-Madeleine, Mont-Louis, Anse-Pleureuse et Manche-d'Epée et Robert Lebreux pour Grande-Vallée.

Par ailleurs, M. Coleman avait procédé comme les autres câblodistributeurs, en demandant aux abonnés \$100.00 lors du branchement et \$6.00 par mois. Il s'agissait de "parts sociales qui tombent mortes, c'est pas une action, c'est juste une aide."¹⁸ Les raisons de la faillite de M. Coleman ne nous sont pas connues mais elles seraient reliées à la mise de fonds initiale nécessaire à compléter l'infrastructure de son système de câblodistribution. Quoiqu'il en soit, l'entreprise de M. Coleman fit faillite en 1962.

Deux ans plus tard, Robert Lebreux agrandira son territoire en achetant les systèmes de Roch Fournier (Gros Morne) et de Clermont Godin. Depuis, le câblodistributeur de Grande-Vallée dessert un territoire faisant 38 à 40 milles linéaires. Lorsque Radio-Canada installa un satellite (relais) à Mont Louis en 1964, les abonnés de Rivière-Madeleine et de Mont-Louis se

18. Omer CLOUTIER. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 4.

débranchèrent de sorte que M. Omer Cloutier est le seul autre câblodistributeur qui poursuit l'oeuvre de M. Coleman. L'entreprise de M. Cloutier, beaucoup plus petite que celle de M. Lebreux, dessert les localités de Mont-Saint-Pierre, Rivière-à-Claude et Ruisseau-à-Rebours.

Comme M. Coleman, Robert Lebreux est technicien en électronique. Pour acheter Grande-Vallée, il fut aidé financièrement par son père. Par la suite, la vente et la réparation d'appareils de télévision lui permirent de s'autofinancer de sorte que le système de câble lui appartient "intégralement" et qu'il ne doit rien à personne. Enfin, si c'était à recommencer, Robert Lebreux hésiterait sans doute à choisir un territoire où les possibilités d'expansion sont fort réduites.

Omer Cloutier, propriétaire de Mont-Saint-Pierre TV, est avant tout hôtelier. Cette entreprise de câblodistribution n'est pas assez importante pour faire vivre une personne qui ne ferait rien d'autre. Omer Cloutier avoue lui-même que son entreprise n'est pas rentable puisqu'elle dessert 125 clients dispersés sur 15 milles de route. Mais, comme il le dit bien, il n'a pas le choix d'arrêter son service: "Si j'arrêtais le service, on retomberait à 25 ans en arrière. Il n'y aurait plus rien. Là à date, c'est pas rentable, mais si j'avais pas la télévision, il faudrait que j'aille moi-même sur la montagne la chercher."¹⁹ Evidemment, le principal problème que rencontre cette entreprise, c'est l'entretien du système et, en particulier, la foudre en été et les tempêtes en hiver.

A l'origine de la câblodistribution à Rivière-au-Renard, à Chandler et à Grande-Rivière, nous retrouvons M. Jalbert. Avec l'aide d'un M. Lauzon qui "avait un peu d'argent", M. Jalbert installa le câble d'abord à Rivière-au-Renard où les gens avaient pris "des parts comme une coopérative". Dans le temps, au point de vue réglementation, "c'était pas sévère." M. Sirois, propriétaire du système de Chandler depuis 1974, ajoute: "On était au courant de rien. On connaissait rien là dedans. Notre but, c'était de donner

19. Omer CLOUTIER. Ibidem.

la télévision aux gens, d'avoir la télévision."²⁰ L'entreprise de Rivière-au-Renard fut en un sens un échec puisque la population se débrancha aussitôt que le relais de CHAU-TV entra en opération.

Par la suite, M. Jalbert se replia sur Grande-Rivière et Chandler. "Lorsqu'on a vu cela, nous dit-il, on a demandé un permis pour Chandler et Grande-Rivière (...) La Régie des services publics n'existait pas, c'était le département des transports qui s'occupait de ça. Eux-autres demandaient un placement: on leur a envoyé \$25.00 pour Chandler et \$25.00 pour ici [Grande-Rivière]. Ils nous ont envoyé un reçu à ce montant. Et on a commencé."²¹ Dès lors, conclut M. Jalbert, "on a planté nos propres poteaux, puis je suis allé à Montréal chez des types que je connaissais pour voir leur système de câble." Une compagnie de Toronto, la [Delta]-Benco Ltd, fournira un technicien pour aider à mettre en place le système. Enfin, M. Jalbert se considère comme un pionnier puisqu'en 1961-1962 il a dit avoir produit à Chandler des émissions locales avec une caméra et un studio-roulotte. Enfin, si l'on excepte Rivière-au-Renard, la réaction de la population a été très bonne. "Ils ne voulaient plus avoir d'antenne sur leur toit car elle les endommageait."

3.1.3 Evolution des objectifs

Les entreprises de câblodistribution fondées entre 1956 et 1961 ont évolué assez différemment les unes des autres. Quatre entreprises sont demeurées stables, trois ont connu une lente évolution et trois autres une évolution rapide.

Les quatre entreprises qui sont demeurées stables, se retrouvent principalement sur la côte nord de la péninsule gaspésienne, il s'agit des entreprises de Marsoui, de Sainte-Marthe, de Mont-Saint-Pierre et enfin de Percé. Ces entreprises ne sont rien d'autre que des antennes qui permettent

20. M. SIROIS. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1977, p. 6.

21. M. JALBERT. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1977, p. 8.

de capter une seule station de télévision française.²² Comme nous l'avoue Albert Blondin de Percé, ces antennes collectives ne sont pas assurées de leur avenir. "Si un jour CHAU-TV donne un service complet par antenne, notre système n'aura plus raison d'exister."²³ Il en sera ainsi des autres antennes si Radio-Canada poursuit sa politique de mise en place de relais. Dès lors, nous dit un câblodistributeur: "on risque, après avoir donné des services (...), de tout perdre, pis de pas rentrer dans notre argent en plus de ça."

Par ailleurs, ces petits câblodistributeurs admettent qu'il n'est pas normal que la population paie pour obtenir un service qui est gratuit ailleurs. Pour survivre, ces entreprises devraient offrir d'autres stations. Et la population en demande, selon ceux-ci. Mais, cela ne serait possible que si "le gouvernement offrait une aide". Dans un cas comme dans l'autre, les câblodistributeurs manifestent une agressivité évidente: "Imagines-toi, en réalité que quand tu passes Matane, tu tombes dans le vide, y a plus rien (...) tous les maires de la région ont pris position dans le sens qu'on se foutait éperdument de la décision qui allait se prendre entre le gouvernement et Matane et Rimouski."²⁴ Enfin, si l'avenir de ces systèmes n'est pas assuré, il n'est pas dit qu'ils ne pourraient pas évoluer comme la catégorie suivante.

Les entreprises qui ont connu une lente évolution sont celles de Chandler, Grande-Rivière et Grande-Vallée. L'évolution a toutefois été suffisante pour que les propriétaires regardent l'avenir avec plus d'assurance que ceux du premier groupe. Au cours des dernières années, le nombre d'abonnés n'a cessé d'augmenter. Alors que la télévision en couleur semble avoir ajouté une raison nouvelle de s'abonner au câble, celui-ci donne maintenant accès à au moins deux stations de télévision sans compter des possibilités d'émissions locales et Radio-Québec en cassettes. Cepen-

22. La Coopérative de télévision de Percé offre en plus une station anglaise: Upsalquitch (CBC). Notons que Percé compte environ 1,365 citoyens de langue anglaise, soit 24.3% de l'ensemble de la population.

23. Albert BLONDIN. Doc. cit. p. 2.

24. Clément GAGNE et Ghislain DESCHENE. Doc. cit. p. 2 et 5.

dant, comme le remarque le câblodistributeur de Grande-Rivière, "la population demande d'autres canaux." Pour franchir un pas de plus, la câblodistribution exigerait dans ces villes de nouveaux investissements.

Enfin, les entreprises situées à l'ouest du territoire à savoir celle de La Pocatière, Saint-Philippe-de-Néri et de Saint-Pascal ont connu une évolution très marquée. Deux de ces entreprises se comparent avantageusement aux entreprises fondées après 1972. Ces câblodistributeurs offrent à leurs clients un bon choix de canaux et un certain nombre de services, telles les émissions locales, la TVC., etc... D'antennes collectives dont l'utilité n'était autre que l'accès à au moins une station de télévision, ces entreprises sont devenues de véritables entreprises de câblodistribution aux fonctions multiples. Par rapport aux entreprises gaspésiennes, celles du comté de Kamouraska ont été favorisées par une meilleure densité de population et surtout par une position géographique qui leur permet de capter "facilement" les signaux de Québec, Rimouski et Rivière-du-Loup.

3.2 Les entreprises fondées après 1972

Du point de vue des circonstances qui ont entouré leur implantation, les entreprises fondées après 1972 diffèrent profondément de celles fondées avant 1961. Ces différences peuvent être perçues aussi bien au niveau de la motivation principale des abonnés (3.2.1) que des groupes à l'origine du projet (3.2.2) ou même des difficultés rencontrées dans la réalisation du projet (3.2.3). Enfin, nous n'étudierons pas l'évolution des objectifs de ces entreprises puisqu'elles sont trop récentes pour avoir eu le temps d'évoluer à cet égard.

3.2.1 Le choix comme motivation principale

La carte IV reproduite au début de ce chapitre révèle que les entreprises de câblodistribution fondées après 1972 sont situées au centre du territoire, soit entre Matane et Rivière-du-Loup. Or, les entreprises de communication de masse de la région sont concentrées dans cette zone.²⁵ Dès

25. Voir le chapitre II, 2.2.

lors, on comprendra que la motivation principale de l'abonné au câble n'est autre que la possibilité d'un meilleur choix de canaux.

Selon les câblodistributeurs, la population s'abonne au câble "pour avoir plus de stations de télévision, surtout le réseau TVA qui n'était pas disponible dans la région."²⁶ Les gens qui n'ont pas le câble sont captifs: "ils ne reçoivent qu'un poste: Radio-Canada."²⁷ En effet, même là où l'on peut capter deux stations locales, on n'a accès qu'à Radio-Canada puisque toutes les stations locales sont affiliées à celle-ci. "La réaction de la population, nous dit Denis Bélanger de Câblodistribution de l'Est du Québec, c'est qu'elle a pris le câble parce qu'elle avait pas le choix, elle avait rien qu'un poste de télévision (...). Le câble ici, c'est un besoin incroyable, quand même ce serait seulement pour retransmettre d'autres postes."²⁸ Avec le câble, les gens ont donc "découvert toutes sortes de choses qu'ils ne voyaient jamais."

Ce contexte n'est sans doute pas étranger au fait que la câblodistribution à Matane, Rimouski et Rivière-du-Loup atteint un taux de pénétration qui dépasse les prévisions les plus optimistes. "Nos prévisions, nous dit Raymond D'Auteuil, c'était d'atteindre 40% la première année, 60% la deuxième. A date (soit après moins de deux ans), on se trouve à dépasser 70%."²⁹ Après une année d'opération, le câble atteint à Matane un taux de pénétration de 55%. A Rivière-du-Loup, Germain Gélinas constate qu'au début la population n'était pas consciente de ce qu'était la câblodistribution. Les gens de la haute ville qui pouvaient capter les postes de Québec avec leur antenne, n'étaient pas intéressés à la câblodistribution "mais après avoir vu les résultats dans Saint-Patrice" où on ne pouvait capter les postes

26. Germain GELINAS. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Septembre 1977, p. 2.

27. François DIONNE (Matane). Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Août 1977, p. 3.

28. Denis BELANGER. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Juillet 1977, p. 7.

29. Raymond D'AUTEUIL. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Juin 1977, p. 3.

de Québec, ils ont changé d'avis. Actuellement, le taux de pénétration dans la haute-ville de Rivière-du-Loup est aussi fort qu'à Saint-Patrice, soit près de 100% après cinq années d'opération.

Par ailleurs, les câblodistributeurs croient que ce sont des "raisons plutôt financières" qui font que certains foyers ne s'abonnent pas. On ajoute aussi qu'il y a sans doute des "gens qui ne regardent pas tellement le petit écran" de sorte que la câblodistribution ne leur dit rien. L'un d'entre eux nous a tenu le discours suivant: "y a des gens qui ont le téléphone et des gens qui ont l'électricité: il y en a d'autres qui n'en ont pas." Aucun commentaire!

Les raisons invoquées pour se débrancher confirmeraient que les non-abonnés au câble le sont principalement pour des raisons financières. Outre les déménagements et les variations saisonnières, l'impossibilité de payer le montant de la location expliquent la plupart des débranchements. "Il y a définitivement beaucoup de gens, nous dit Raymond D'Auteuil, qui se débranchent dû au problème financier. Il y a des gens qui prennent le câble et malheureusement, ils ne sont pas capables de payer et ils ont des problèmes peut-être temporaires, je ne sais pas. Alors, bien souvent, c'est nous autres qui sommes obligés de les débrancher après deux ou trois chèques sans fonds."³⁰

3.2.2 Les groupes à l'origine

A la différence des entreprises fondées avant 1961, les entreprises implantées après 1972 sont l'oeuvre de véritable entrepreneurs capitalistes qui choisissent la câblodistribution en raison de sa forte rentabilité. Nous sommes loin du réparateur de télévision ou marchand de meubles qui mobilise une communauté pour mettre en place une antenne collective afin de lui donner accès à la télévision. Les entreprises fondées après 1972 relèvent d'un contexte fort différent. A l'origine, on ne retrouve pas un groupe mais généralement deux qui seront en concurrence pour s'arracher cette

30. Raymond D'AUTEUIL. Doc. cit. p. 7.

"bonne affaire."

Que la câblodistribution après 1972 soit l'oeuvre d'un nouveau type d'entrepreneur est bien illustré par le fait qu'aucun entrepreneur d'entreprises fondées avant 1961 ne soit à la tête de l'une ou l'autre des entreprises nouvelles. L'un d'eux s'est pourtant essayé mais il a dû y renoncer, même comme partenaire. "Mais, comme toujours, nous dit-il, eux autres se donnaient de \$15,000.00 à \$20,000.00 pour des tests qu'ils feraient et ainsi de suite. Alors moi, je partais bien minoritaire dans l'affaire(...), c'est vrai que j'avais dix ans d'expérience." Le principal problème qui s'est apparemment posé à l'origine des entreprises fondées après 1970, c'est celui du capital nécessaire ou de la mise de fonds initiale. Un câblodistributeur nous dit: "c'était un projet qu'au départ, nous avons estimé à deux millions et demi, tu n'investis pas cet argent sans emprunter." Mais avant de dégager d'autres traits, voyons un peu plus en détail comment ces entreprises ont été fondées.

Pour le territoire de Rivière-du-Loup, deux groupes s'étaient adressés au C.R.T.C. en 1968 pour obtenir une licence de câblodistribution. Le groupe Simard, propriétaire majoritaire de CJFP-AM et de CKRT-TV fut choisi par le C.R.T.C. en raison de ses garanties financières et, selon Germain Gélinas, de son expérience technique. Si l'autre réquérant n'avait pas des assises financières aussi fortes, il n'était cependant pas dépourvu d'expérience puisqu'il opérait une entreprise de câblodistribution depuis dix ans dans une ville voisine.

Quoiqu'il en soit, Germain Gélinas du groupe Simard nous explique comment l'idée de la câblodistribution lui est venue: "je lisais beaucoup de revues tant des Etats-Unis que du Canada et je voyais dans la câblodistribution un avenir énorme." Aussi, Germain Gélinas n'eût pas de peine à convaincre son employeur d'investir dans la câblodistribution. Outre la rentabilité évidente d'un tel investissement et sans préjuger des raisons qui ont poussé le groupe Simard à se lancer dans la câblodistribution, relevons tout de même que plus d'un informateur nous a avoué que le poste local de télévision craignait la concurrence que pouvait lui apporter le câble.

Il est certain que Germain Gélinas lui-même est conscient de ce problème. "Si on laisse la câblodistribution se développer sans coordination, dit-il, j'ai l'impression que beaucoup de stations régionales qui desservent les régions rurales où le câblodistributeur n'ira jamais, vont perdre des services. Parce que, dans les grandes villes, ce n'est pas le cas mais dans des régions comme la nôtre ici, c'est très important, par exemple, que le câblodistributeur ne se lance pas dans les commerciaux. Une petite station régionale comme on connaît ici y perdrait énormément au point de vue programmation et ce serait les gens dans les régions rurales qui y perdraient à ce moment-là."³¹ En conséquence, le coordonnateur de la câblodistribution à Rivière-du-Loup concluait qu'"il faut une coordination dans tout le domaine de la câblodistribution et de la télédiffusion pour que les règlements s'en viennent vers les mêmes buts." Et comment mieux assurer la coordination entre câblodistribution et télévision dans une petite ville, sinon en devenant propriétaire de l'une et l'autre.

La câblodistribution atteignait à l'été 1977 l'un des taux de pénétration le plus élevé pour l'Est du Québec. Il faut toutefois ajouter que le câblodistributeur n'est toutefois pas encore sorti du territoire de la ville et qu'il a procédé par étape. Ainsi, il a fallu attendre cinq années avant que le câble ne soit disponible dans toute la ville. De plus, entre la demande de licence au C.R.T.C. en 1968 et l'entrée en opération de Rivière-du-Loup Câble TV Ltée, il s'était déjà écoulées quatre autres années. En somme, huit ou neuf années se sont écoulées entre la demande au C.R.T.C. et la réalisation "complète" du projet.

François Dionne de Matane demande une formule au C.R.T.C. en 1969 mais ne présente sa demande qu'en 1971. Il ne fut toutefois invité à se faire entendre qu'en décembre 1973. Son entreprise obtint son permis le

31. Germain GÉLINAS. Doc. cit. p. 10.

L'argumentation de M. Gélinas n'est apparemment pas tellement éloignée de celle du C.R.T.C. qui n'encouragerait pas la généralisation de la câblodistribution afin de présenter les systèmes de télévision canadiens. Voir Robert E. BABE. Cable Television and telecommunications in Canada. An Economic Analysis. East Leasing, Michigan State University, 1975, pp. 61-66 et note 7.

30 avril 1974. Les principaux actionnaires majoritaires de Câblotvision du Bas Saint-Laurent sont Paul Côté, industriel de Rimouski, Gilles Boudreau et François Dionne de Matane. C'est ce dernier qui assure le leadership du groupe.

François Dionne fait remonter à 1956 son premier contact avec la câblodistribution. "Le premier contact que j'ai eu avec la télévision par câble, c'était en '56 à Granby. Un de mes frères demeurait là, je suis allé aux études là, alors je me suis posé la question: comment cela se faisait que ça ne viendrait pas à Matane."³² Après avoir écrit en 1969, au C.R.T.C. pour obtenir une formule, il entreprend "des recherches avec RCA Victor à l'automne '70: on a cherché des sites propices pour capter les émissions" en provenance des Maritimes et des Etats-Unis. Par ailleurs, François Dionne s'est opposé, dès le départ, à ce qu'il appelle "l'hégémonie de Québec-Téléphone."³³ C'est pourquoi, dès l'origine, il s'était préoccupé de trouver un site pour une antenne. En possédant l'infrastructure, Québec-Téléphone enlève au câblodistributeur "la partie la plus lucrative" tout en ignorant les "territoires non densément peuplés."

C'est en 1969 que Raymond D'Auteuil, directeur général de Câblodistribution de l'Est de Rimouski,³⁴ prit conscience pour la première fois de l'intérêt de la câblodistribution. Ce fut par l'intermédiaire de ses employés qui "avaient déjà travaillé sur le câble à Montréal" (M. D'Auteuil était alors propriétaire d'un garage). Il ne mena pas à terme son projet pour diverses raisons mais, entre autres, parce qu'il découvrit alors que

32. François DIONNE. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Août 1977, pp. 11 sf.

33. Dans un cas, il s'agit d'un contrat de location de poteaux (le câblodistributeur demeure propriétaire du câble); dans l'autre, il s'agit d'un contrat de location de poteaux et de câble. François Dionne ne voulait avec Québec-Téléphone qu'un contrat de premier type alors qu'il fut contraint à un contrat de second type.

34. Câblodistribution de l'Est du Québec regroupe deux actionnaires majoritaires: M. Fournier, autrefois propriétaire de Rimouski Transport, et M. Moreau, propriétaire du magasin le Syndicat de Rimouski, et trois actionnaires minoritaires dont Raymond D'Auteuil. Au départ, M. D'Auteuil avait une liste de 10 ou 12 actionnaires potentiel mais il n'a pas eu besoin d'eux pour obtenir le financement nécessaire.

des hommes d'affaires de Rimouski s'étaient groupés pour partir une entreprise de câblodistribution. L'un d'eux devait dire alors à Raymond D'Auteuil: "Les jeunes, on n'a pas besoin de vous autres. Notre affaire est en marche, dans un mois d'ici, on commence, ce sera en 1969; la patente marche, on a des capitaux, on a tout ce qu'il faut, on n'a pas besoin de vous autres."³⁵

Ce premier groupe d'hommes d'affaires n'a pas réussi à obtenir l'aide technique de RCA Victor qui travaillait à l'époque avec François Dionne, ni celle de Québec-Téléphone qui songeait à se lancer dans la câblodistribution. On sait que la câblodistribution est loin d'être sans rapport avec la téléphonie: en un sens, il existe une véritable concurrence entre ces deux systèmes.³⁶ Québec-Téléphone était apparemment tellement intéressé à la câblodistribution que cette compagnie envisagea, à un moment donné, de créer une filiale spécialisée dans ce domaine. Enfin, on pensa même à former cette compagnie avec l'aide d'employés pour se soumettre à la réglementation interdisant, à une entreprise spécialisée dans les communications, de posséder plus de 20% des actions d'une entreprise de câblodistribution.³⁷

35. Raymond D'Auteuil. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Juin 1977, pp. 26sf.

36. C'est ce qu'expose Robert E. BABE. Op. cit. p. 62 note 7 et p. 65 note 15.

37. Rappelons, nous dit Robert E. Babe, que selon la loi (1968) concernant la compagnie Bell Téléphone du Canada, "la compagnie et ses subsidiaires (selon les termes même de la loi) n'ont ni directement ni indirectement le pouvoir d'être détenteur d'une licence telle que définie dans la loi de radiodiffusion ou d'une licence pour opérer un service d'antenne collective de télévision." Cependant, ajoute Robert E. Babe, ce que la loi a interdit à Bell (et autre compagnie de téléphone) de contrôler au moyen d'une licence, l'est de façon monopolistique par le contrôle des poteaux de téléphone: en fait, ajoute Robert E. Babe, Bell Canada exerce un contrôle de répartition sur le câble aussi important que celui du CRTC." Robert E. BABE. Op. cit. p. 120.

Jusqu'à cette loi de mars 1968, c'était le Ministère des transports qui exerçait la réglementation du câble. A partir du 1^{er} août 1968, le CRTC annonce que les compagnies de câblodistribution ne peuvent agrandir leur territoire sans obtenir au préalable l'approbation du CRTC. Dans la région de Toronto. Bell exerçait jusque là le contrôle du développement de la câblodistribution. De plus, Bell Canada exerçait un contrôle par les restrictions qu'elle imposait aux compagnies de câble (v.g. le refus d'utiliser le câble bidirectionnel). A la limite, le câblodistributeur peut n'être qu'un "bill collector".

C'est ainsi qu'à la fin de 1973 Raymond D'Auteuil redécouvra la câblodistribution. A cette époque, un ami, qui quittant Rimouski pour travailler à la Régie des Services publics à Québec, lui laissa entendre que l'avenir était au câble et qu'il s'agissait d'une excellente affaire. Cet ami lui conseilla de lire le livre, Les télévisions par câble³⁸ de la fondation Sloan. "Quand j'ai réussi à avoir le volume, nous dit Raymond D'Auteuil, je l'ai lu dans une soirée pour ne pas dire une nuit, puis, le lendemain matin, j'étais d'accord (...). C'est là que j'ai fait les demandes nécessaires pour être câblodistributeur. C'était en 1974, puis j'ai écrit au Fédéral, le 3 ou 4 janvier au CRTC ou à la RSP, les deux organismes, pour avoir les formules (...). La Régie nous a répondu instantanément. Le CRTC à Ottawa nous a répondu cinq semaines après pour nous dire d'attendre un peu le jugement dans la cause qu'ils avaient entendue, soit M. Dionne." Au sujet du CRTC, Raymond D'Auteuil ajoute: "à partir du moment où j'ai vu que le CRTC ne montrait pas de la bonne foi et que Québec avait un contentieux qui n'était pas en règle avec le Fédéral et qu' [à Québec] ils ont dit: (...) vas-y (...), je les ai écoutés. C'était le ministre des communications, M. L'Allier(...) et je prétends que Bourassa s'est tenu debout dans ce domaine (...)."

Relevons au passage qu'à la fin de l'été 1977 (soit au moment où nous terminions notre enquête sur le terrain), Télédistribution Cablonis Inc. obtenait un permis pour les municipalités de Cabano, Saint-Louis du Ah! Ah!, Notre-Dame-du-Lac et Dégelis. Cette compagnie formée de 17 actionnaires (industriels, ouvriers spécialisés) prévoyait recruter encore une trentaine d'actionnaires pour des parts qui se situeraient autour de \$2,000.00. En plus de cette mise de fonds se rapprochant de \$100,000., on prévoyait un prêt de \$350,000.

Le câble permettra d'offrir à la population un bon choix de canaux: "on avait un (seul) poste, t'avais pas le choix."³⁹ Comment en est-on venu

38. SLOAN FOUNDATION. La télévision par câble (traduction). Paris, Hachette, 1973, 223p.

39. Richard CHENARD. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Août 1977, p. 4.

à former une compagnie de câblodistribution? "Il y avait, nous dit Richard Chénard, des monsieurs là-dedans qui avaient des parents qui exploitaient des réseaux de câblodistribution ailleurs, ça s'est parlé, après ça aussi au niveau du Conseil de Ville ou de la Commission scolaire. Les gens ont réalisé qu'ils manquaient de moyen de communication."

Gérald Collin, optométriste, est à l'origine de la formation de ce groupe qui fut formé dès 1974. Un autre groupe s'était formé pour les municipalités de Dégelis et Notre-Dame-du-Lac. Il s'agissait surtout de deux techniciens en radio et télévision. Télédistribution Cablouis Inc leur fut préféré par le CRTC pour des raisons (apparemment) d'ordre financier et de participation locale.

3.2.3 Les instances de réglementation

Selon les câblodistributeurs (d'entreprises récentes), la principale difficulté rencontrée n'est autre que l'existence de deux organismes de réglementation: le CRTC et la Régie des services publics (RSP). Par ailleurs, il est certain que l'obtention des fonds nécessaires (le capital) et la négociation de contrat avec les compagnies de téléphone constituent également des difficultés considérables que rencontrent toutes les entreprises avant même d'entrer en opération. Mais, ces difficultés ont été, en quelque sorte, amplifiées par les instances de réglementation.

La querelle du câble a touché directement deux entreprises: Câblorvision du Bas Saint-Laurent de Matane et Câblodistribution de l'Est de Rimouski. Cette situation a, semble-t-il, retardé le développement de l'entreprise matanaise. Par ailleurs, il n'est pas impossible que l'entreprise rimouskoise se soit développée plus rapidement qu'en temps normal afin de prendre possession de son territoire. Quoiqu'il en soit, la guerre du câble aurait favorisé la pénétration du câble dans la région: "on dit que c'est une difficulté mais ça été une maudite belle campagne de publicité (...)".

Par ailleurs, un autre câblodistributeur nous dit que la guerre du

câble entre Rimouski et Matane n'a pas favorisé le recrutement d'actionnaires pour une entreprise qui était en formation: "des gens se sont retirés." De plus, pour débiter, ajoute-t-il, il faut deux permis parce que l'Hydro-Québec refuse qu'on raccorde à ses poteaux si on n'a pas le permis du CRTC. Dès lors, "tu peux pas construire ton réseau tant que tu n'as pas tes deux permis." De plus, "quand tu parles à la Régie du CRTC, ils ne connaissent pas ça, quand tu parles au CRTC de la Régie, ils ne connaissent pas. Ça fait que cela a apeuré les gens un peu." Un autre câblodistributeur nous dit: "On serait rendu beaucoup plus loin, ici et on irait beaucoup plus rapidement, si ce n'était qu'il faut traiter avec deux organismes de réglementation." En somme, l'existence de deux organismes de réglementation concurrents constitue déjà un handicap pour les entreprises.

Les câblodistributeurs craignent la Régie plus que le CRTC. Ainsi, même lorsque le CRTC permet un tarif mensuel plus élevé que la Régie, le câblodistributeur s'en tient au tarif moins élevé. Pourquoi? Parce que, nous dit un câblodistributeur, "la Régie, c'est une sorte de cours judiciaire qui peut faire prendre des poursuites judiciaires plus rapidement que le CRTC. On est toujours sur le qui-vive entre deux organismes tant que la réglementation ne sera pas claire." Une telle situation "limite énormément tous les investissements ou expansion qu'on pourrait faire parce que le bureau de direction, ce sont des "économistes" et eux-autres lorsque quelque chose est sur l'entre-deux, ils ne prennent pas de décisions (...)"

L'existence de deux organismes concurrents de réglementation rend aussi difficile le choix des technologies. Outre la question du réseau micro-onde, les deux organismes ne voient pas la définition du câblodistributeur de la même façon. Pour le CRTC, il s'agit d'un diffuseur alors que pour la Régie, il s'agit d'un "transporteur". En conformité avec sa définition, le CRTC pourrait accepter, par exemple, que le câblodistributeur desserve les villages avec micro-onde large bande, ce qui permettrait d'éliminer le maître-câble. On dessert ainsi "le centre des villages les plus peuplés très rapidement (...) et lentement de s'expansionner (sic) des centres vers l'extérieur." Selon certains câblodistributeurs, cette technologie permettrait de desservir les villages éloignés. La Régie refuse cette

technologie pour diverses raisons mais principalement parce que la câblodistribution devrait "se généraliser" selon le modèle de la téléphonie conformément à sa définition de "transporteur".

Un des principaux reproches adressés à la Régie par les câblodistributeurs d'entreprises récentes n'est autre que celui de favoriser "l'hégémonie de Québec-Téléphone." On sait que les compagnies de téléphone voient les entreprises de câblodistribution comme des concurrents et qu'en conséquence elles tendent à contrôler et même à restreindre le développement de celles-ci. Ainsi, les compagnies de téléphone cherchent à être propriétaire de la plus grande partie de l'infrastructure nécessaire à la câblodistribution. Au Canada, par exemple, "les compagnies de téléphone contrôlent au-dessus de 70% de tout le câble coaxial utilisé par les câblodistributeurs."⁴⁰ Par ailleurs, les câblodistributeurs ne demandent aux compagnies de téléphone que le droit de se servir de leurs poteaux pour soutenir leur câble. Cette solution leur apparaît avantageuse financièrement⁴¹ et surtout indispensable pour conserver le contrôle de l'utilisation du câble. Or, plus d'un distributeur accuse la Régie de les avoir obligés à négocier la location non seulement d'un espace sur les poteaux mais du câble.⁴²

Enfin, nos entrevues montrent clairement que les câblodistributeurs sont moins critiques à l'égard du CRTC que de la Régie. Cependant, en autant qu'on dépasse la politique partisane, il apparaît aussi que le CRTC s'attire moins de critique du fait qu'il n'exerce pas sur les câblodistributeurs un contrôle aussi serré que la Régie.

40. Robert E. BABE. Op. cit. p. 89.

41. Dans certains cas, Robert E. Babe note que le prix de location est aussi élevé que le prix d'achat. La partie la plus lucrative de la câblodistribution irait alors à la compagnie de téléphone qui possède le câble. C'est aussi ce que prétendent les câblodistributeurs.

42. Les entreprises fondées entre 1956 et 1961 possèdent leur câble alors que celles fondées après 1970 le louent d'une compagnie de téléphone.

Conclusion

Sans reprendre tout ce qui a été dit précédemment, rappelons que les conditions d'implantation des entreprises fondées avant 1961 sont à plus d'un point de vue différentes de celles fondées après 1972.

1- Les entreprises de câblodistribution fondées avant 1961 visaient à mettre en place une antenne collective pour capter les signaux d'au moins une station de télévision. Cela se passe généralement dans une région éloignée de toute station de télévision. Les entreprises fondées après 1972 apparaissent dans des villes déjà dotée d'une station de télévision: la câblodistribution cherche alors à donner à cette population un choix de canaux.

2- Dans le premier cas, les membres de la communauté contribuent à la mise de fonds initiale, soit par des parts sociales, soit en payant entre \$75. et \$150.00 pour le branchement. Le leadership est généralement assuré par un technicien-réparateur de télévision et/ou par un marchand de meubles et d'appareils télévision. C'est ce personnage qui se charge de compléter la mise de fonds de départ. Cette dernière peut être évaluée à \$20,000 pour les plus petites entreprises et environ à \$45,000. pour les autres (en 1960).

Dans le deuxième cas (soit les entreprises fondées après 1972), l'entreprise est l'oeuvre d'entrepreneurs capitalistes qui investissent dans la câblodistribution parce qu'il s'agit d'un secteur à forte rentabilité. C'est sans doute pour cette raison qu'à l'origine de ces entreprises, on retrouve toujours deux groupes concurrents d'entrepreneurs. Le capital nécessaire se situerait entre \$450,000. et quelques millions.

3- Pour les entreprises de la première génération, il ne s'écoule habituellement que quelques mois entre l'idée du projet et sa réalisation.

Pour les entreprises récentes, il s'est écoulé entre trois et huit années entre le projet et sa réalisation. Compte tenu du capital à investir,

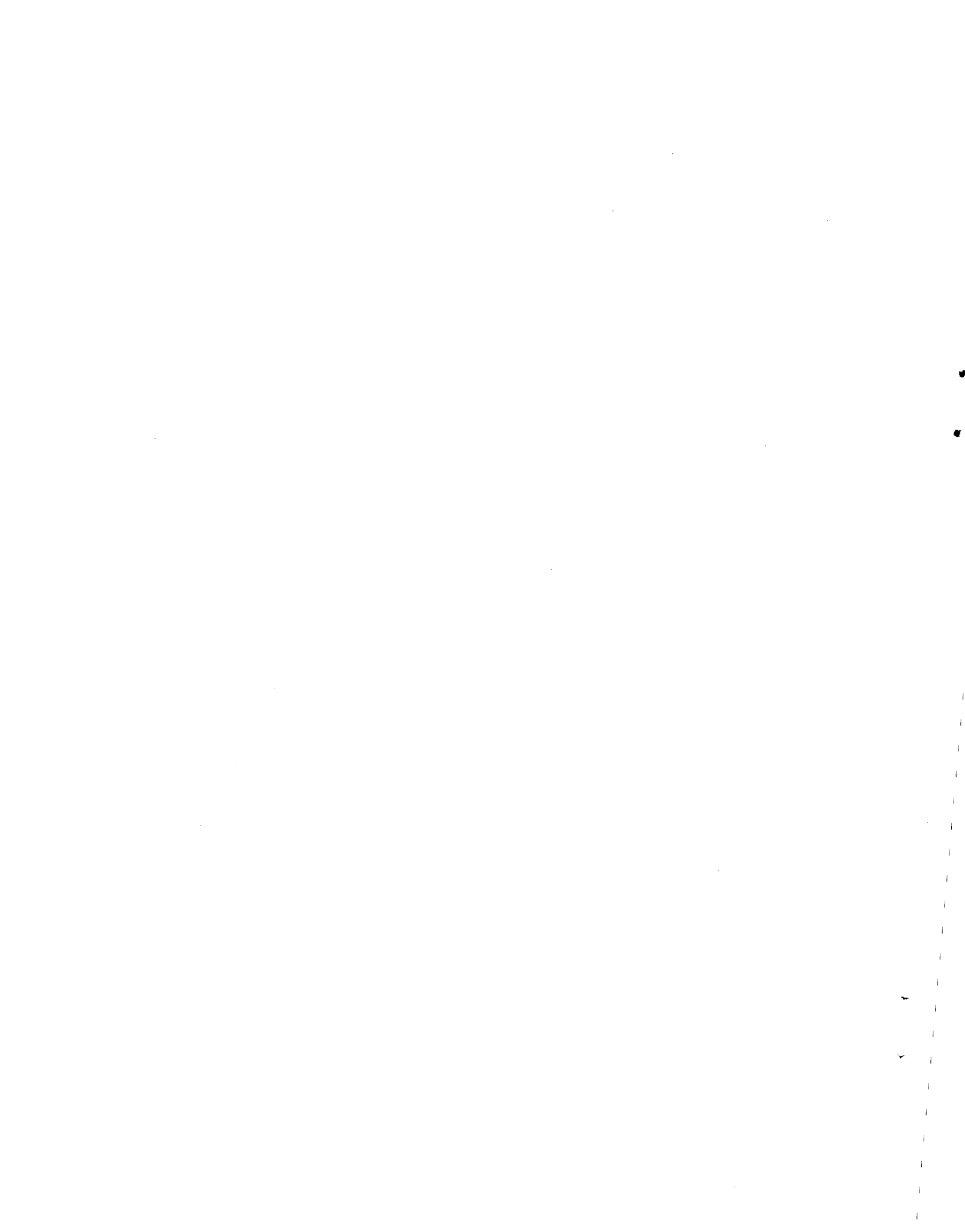
les instigateurs du projet procèdent avec un maximum de précautions (v.g. étude de marché). Cependant, ces délais sont aussi imputables aux instances de réglementation de la câblodistribution: le CRTC et la Régie des services publics.

A l'époque des entreprises de première génération, il n'existait pas de réglementation précise en ce qui concerne la câblodistribution. Il suffisait alors d'envoyer \$25.00 au ministère des transports.

4- Si les entreprises fondées avant 1961 et celles fondées après 1972 appartiennent à deux générations différentes, il faut ajouter que certaines entreprises de première génération se sont profondément transformées au cours des dernières années. Il s'agit d'entreprises qui pouvaient augmenter assez facilement le nombre de leurs abonnés qui s'élèvent maintenant au-dessus de trois ou quatre cents. Certaines de ces entreprises ont encore évolué plus que d'autres et particulièrement en terme de services offerts à la clientèle. Il s'agit d'entreprises dont la localisation permettait au câblodistributeur de capter les signaux de plusieurs stations de télévision. Enfin, un certain nombre d'"entreprises" n'ont guère évolué et sont maintenant menacées de disparition.⁴³

Dans ce contexte, on comprendra qu'une classification d'entreprises à partir de leur date de fondation ne permet pas d'évaluer leur potentiel actuel. Seule une analyse de la situation présente permet une telle évaluation. C'est ce que nous tenterons maintenant.

43 . Voir Conseil des Communications de l'Est du Québec. Des p'tites nouvelles, 21 novembre 1977.



CHAPITRE IV: DESCRIPTION DES ENTREPRISES

Le chapitre précédent nous a montré qu'il existait au moins deux catégories d'entreprises de câblodistribution: les antennes collectives fondées avant 1961 et les entreprises de câblodistribution proprement dite fondées pour une bonne part après 1972. Une analyse descriptive de ces entreprises nous permettra sans doute de préciser cette typologie.

Pour ce faire, nous avons retenu quatre variables principales: le statut juridique, la taille de l'entreprise, le potentiel technique et, enfin, les services offerts. Nous traiterons d'abord du statut juridique puisque cette dimension nous donne une caractéristique de l'entreprise comme telle (4.1). La taille de l'entreprise sera saisie à partir de deux sous-variables: le nombre d'abonnés et le nombre d'employés (4.2). Ces données sont particulièrement intéressantes dans une perspective comparative. Le potentiel technique sera cerné à partir d'une analyse quantitative et qualitative des équipements techniques (4.3). Enfin, les services offerts pourraient constituer une variable-synthèse (4.4). Quoiqu'il en soit, il est indispensable pour nous de connaître le nombre de canaux distribués et les services offerts par chaque entreprise si nous voulons étudier par la suite l'utilisation qu'en font les usagers de même que les possibilités d'évolution des diverses entreprises. Enfin, la variable économique n'est pas analysée ici puisque le chapitre V lui est consacré.

Par ailleurs, certaines données intéressantes conservées dans nos dossiers n'apparaissent pas dans ce rapport parce que nous ne pouvons les obtenir pour toutes les entreprises. Il nous apparaissait difficile de les retenir comme variable comparative. Ainsi, sous le thème des équipements techniques, nous avons regroupé les données concernant les équipements d'infrastructure (câble) et les équipements de studio mais nous n'avons pas retenu comme valeur comparative la quantité de câble posée par les entreprises, étant donné que nous possédons des données chiffrées (nombre de milles de câble posé) que pour quelques entreprises.

En conclusion, nous proposerons une synthèse de ces diverses dimensions et tenterons de proposer une typologie fondée sur cette analyse.

4.1 Le statut juridique des entreprises

Le statut juridique d'une entreprise peut être un statut de compagnie à charte fédérale ou provinciale, d'une part, de société, de coopérative ou d'entreprise personnelle, d'autre part. Avant de classer les entreprises de câblodistribution de l'Est du Québec dans l'un ou l'autre de ces statuts, voyons brièvement la signification de ces divers statuts.

4.1.1 Compagnies à charte provinciale ou fédérale

Par compagnie à charte provinciale, on entend une entreprise dont les propriétaires ou actionnaires s'incorporent en vertu de la Loi des Compagnies du Québec et par compagnie à charte fédérale, une entreprise dont les propriétaires ou actionnaires s'incorporent selon la Loi des Corporations commerciales canadiennes. En ce qui concerne nos treize entreprises de câblodistribution, six d'entre elles sont incorporées en vertu de la loi des Compagnies du Québec. Aucune entreprise de câblodistribution n'est incorporée selon la loi des Corporation commerciales canadiennes.

4.1.2 Société

En termes juridiques, une société signifie contrat entre plusieurs individus. Dans l'Est du Québec, deux entreprises de câblodistribution se sont données ce statut. Dans un cas comme dans l'autre, les sociétaires sont à parts égales.

4.1.3 Coopérative

Par coopérative, on entend une entreprise où les droits de chacun des associés sont égaux et où les surplus sont répartis, quand c'est à but lucratif, entre les membres. Pour jouir de ce statut, l'entreprise doit s'incorporer selon la loi des coopératives du Québec.

TABLEAU: VI STATUT JURIDIQUE DES ENTREPRISES

Entreprises	Statut juridique
Sirois Câble Enr. Chandler	entreprise personnelle
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	compagnie à charte provinciale de 1960
CATV Lebreux électronique Enr. Grande-Vallée	entreprise personnelle
Chouinard Télévision La Pocatière	compagnie à charte provinciale de 1956
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	société composée de 2 membres
Câblovision du Bas St-Laurent Inc. Matane	compagnie à charte provinciale de 1974
Mont-St-Pierre Télévision Enr. Mont-St-Pierre	entreprise personnelle
Coopérative de Télévision de Percé Percé	coopérative de 76 membres
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	compagnie à charte provinciale de 1974
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	compagnie à charte provinciale de 1972
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	société composée de 16 membres
Télé câble St-Pascal Enr. St-Pascal	entreprise personnelle
Câblovision Dionne Inc. St-Philippe-de-Néri	compagnie à charte provinciale de 1977

Il existe une coopérative parmi les entreprises de câblodistribution dans l'Est du Québec. Cette coopérative de câblodistribution est greffée sur une coopérative d'alimentation: le permanent en charge de la coopérative d'alimentation s'occupe aussi de la "coopérative de télévision". Cette "coopérative" de câblodistribution regroupe 76 membres et elle est à but non lucratif. On reçoit les services du câble en devenant membre de la coopérative.

4.1.4 Entreprise personnelle

L'entreprise personnelle est celle dont le propriétaire est unique. Dans la région, on compte 4 entreprises personnelles.

4.1.5 Statut juridique et nombre d'abonnés

A première vue, il existe un lien entre le statut juridique et le nombre d'abonnés. Ainsi les petites entreprises, celles ayant moins de cinquante abonnés, ont tendance à être des entreprises à propriétaire unique. Il est possible que ce soit parce qu'elles demandent moins d'investissements ou parce qu'elles ne sont que des antennes communautaires et non de véritables entreprises de câblodistribution. Nous remarquons aussi que lorsque ces petites entreprises ont plusieurs propriétaires, ce sont souvent des sociétaires à parts égales et que ceux-ci sont en même temps employés de l'entreprise. Quoiqu'il en soit, nous y reviendrons. Les entreprises de plus grande envergure en ce qui concerne le nombre d'abonnés présentent une structure de gestion plus complexe. Ce sont des compagnies ayant plusieurs actionnaires comme administrateurs. Enfin, à la différence des petites entreprises, les principaux actionnaires ne sont généralement pas des employés de l'entreprise.

4.2 La taille de l'entreprise

La variable taille de l'entreprise englobe des données sur le nombre d'abonnés (foyers câblés et abonnés potentiels) et sur le personnel employé (le nombre d'employés et leurs fonctions).

TABLEAU VII

FOYERS CABLES (janvier 1978)

Entreprises	Foyers câblés
Sirois Câble Enr. Chandler	920
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	304
CATV Lebreux électronique Enr. Grande-Vallée	485
Chouinard Télévision La Pocatière	2000
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	124
Câblovision du Bas St-Laurent Inc. Matane	4270
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	128
Coopérative de Télévision de Percé Percé	76
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	10100
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	3750
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	45
Télescâble St-Pascal Enr. Saint-Pascal	600
Câblovision Dionne Inc. St-Philippe-de-Néri	345
TOTAL	23147

4.2.1 Les foyers câblés

Le tableau VII, foyers câblés, indique que quatre entreprises ont 128 abonnés et moins, soit les entreprises de Ste-Marthe, de Mont-Saint-Pierre et Ruisseau-à-Rebours, Marsoui et la coopérative de Percé. De plus,

TABLEAU VIII

FOYERS CABLES/FOYERS CABLABLES

Entreprises	Foyers câblables	Foyers câblés	% du territoire câblé
Sirois Câble Enr. Chandler	1400	920	65.71%
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	700	304	43.42%
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée	500	485	97%
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	2800	2000	71.42%
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	122	124	101.6%
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	7000	4270	61%
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	160	128	80%
Coopérative de Télévision de Percé Percé	106	76	71.69%
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	12000	10100	84.16%
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	3200	3750	117.18%
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	60	45	75%
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	800	600	75%
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	500	345	69%
TOTAL	29348	23147	78.87%

trois autres entreprises ont moins de cinq cents abonnés: Câblovision Dionne de Saint-Philippe-de-Néri, CATV Lebreux électronique de Grande-Vallée et R. et O. Jalbert de Grande-Rivière. Entre cinq cents et mille abonnés on retrouve deux entreprises: Sirois Câble de Chandler et Télécâble Saint-Pascal. Enfin, quatre entreprises ont plus de 2000 abonnés: les entreprises de Rimouski, Rivière-du-Loup, La Pocatière et Matane. Ces quatre entreprises desservent à elles seules 88% des foyers câblés de l'Est du Québec.

Le CRTC prévoit deux catégories de licence: les licences de télévision par câble de classe "A" et les licences de télévision par câble de classe "B". Appartiennent à la classe "A", les entreprises dont le nombre d'abonnés atteint 3,000 abonnés et plus. Dans l'Est du Québec, il n'y aurait que trois entreprises dans la classe "A", soit celles de Rimouski, Rivière-du-Loup et Matane.

Le rapport entre les foyers câblés et les foyers câblables, dans le périmètre où le câble est accessible, est très élevé pour certaines entreprises. Ainsi pour CATV Lebreux de Grande-Vallée 97% de ses foyers câblables sont câblés alors que ce rapport est de 101.6% pour G. et D. Télévision de Marsoui (tout le village est câblé de même que certains édifices commerciaux). De même, Rivière-du-Loup câble TV présente un rapport de 117.18%; cela pourrait s'expliquer par des statistiques périmées concernant la population totale de Rivière-du-Loup et par une très forte clientèle commerciale dans le centre ville.

Cinq autres entreprises ont un rapport de plus de 70%: Câblodistribution de l'Est Inc. de Rimouski avec 84%, Mont-Saint-Pierre Enr. avec 80%, la Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. de même que Télécâble Saint-Pascal Enr. avec 75% et enfin la Coopérative de Télévision de Percé avec 72%.

Ces huit entreprises ont donc peu de possibilités d'expansion dans le territoire qu'elles desservent à l'heure actuelle. Pour augmenter leurs abonnements, elles devront donc couvrir de nouveaux territoires. Si l'on excepte R. et O. Jalbert de Grande-Rivière dont la moyenne est inférieure à 50%, toutes les autres entreprises ont câblé leur territoire à plus de 60%.

Entreprises	temps plein	t. partiel (régulier)	occasionnel	sous-traitant
Sirois Câble Enr. Chandler				
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	1			
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée				
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	6		tech. + prog.	
G. et D. Télévision Enr. Marsoui		2	technicien	
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	19			firme Doucet de Québec à l'occa- sion (technique)
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre		1		
Coopérative de Télévision de Percé Percé		2		Québec-Téléphone (technique)
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	13	5	tech. (inst.)	
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	5	5		
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe		1	technique	
Télécâble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	3	1	installateur	entretien (technique)
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	1	1	2	

TABLEAU X

REPARTITION DU PERSONNEL SELON LES TACHES

Entreprises	Administration		Technique		Programmation	
	t. plein	t.partiel	t. plein	t.partiel	t. plein	t.partiel
Sirois Câble Enr. Chandler						
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	1					
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée						
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	2		3		1	
G. et D. Télévision Enr. Marsoui		1		1		
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	7		12			
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre		1				
Coopérative de Télévision de Percé Percé		1		1		
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	4	2	6		3	3
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	1	4	3	1	1	
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe		1		1		
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	1	1	1			
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri		1	1			

Cela dit, le rapport entre le nombre de foyers câblés et le nombre de foyers câblables là où le câble est disponible est moins significatif en régions périphériques qu'en zones urbaines. Ainsi, le rapport est de 84% pour l'ensemble de l'Est du Québec: ce qui est élevé. Mais, le nombre de foyers câblés par rapport à l'ensemble des foyers de la région n'est que de 35%.¹ Ce qui est peu élevé. Que dire sinon que dans les régions à dominante rurale, le câble est moins accessible qu'ailleurs mais que, dans les zones urbaines de ces mêmes régions, les foyers s'abonnent au câble plus qu'ailleurs.²

4.2.2 Le personnel

Les entreprises de câble de l'Est du Québec emploient 47 personnes à temps plein et 18 personnes à temps partiel régulier. Le personnel occasionnel s'occupe de technique et d'installation de même que de programmation. Evidemment, le personnel affecté à la pose du câble (branchement, réparation, etc.) a sans doute atteint actuellement un sommet dans la mesure où les entreprises les plus importantes sont en pleine expansion. C'est dire qu'une bonne partie du personnel technique ne peut être qu'un personnel instable. Notons au passage que nos chiffres correspondent à la période d'été et plus précisément au mois d'août.

Au niveau de la répartition des tâches, nous avons divisé le personnel en trois catégories:

- personnel administratif, soit le personnel affecté à l'administration proprement dite, à la vente, au secrétariat
- personnel technique, soit les techniciens de studio et de l'équipement (câble, réception et installation)
- personnel affecté à la programmation, soit le personnel de production, de la régie, etc.

1. D'après le recensement de 1971, on compte dans l'Est du Québec 69,892 foyers.

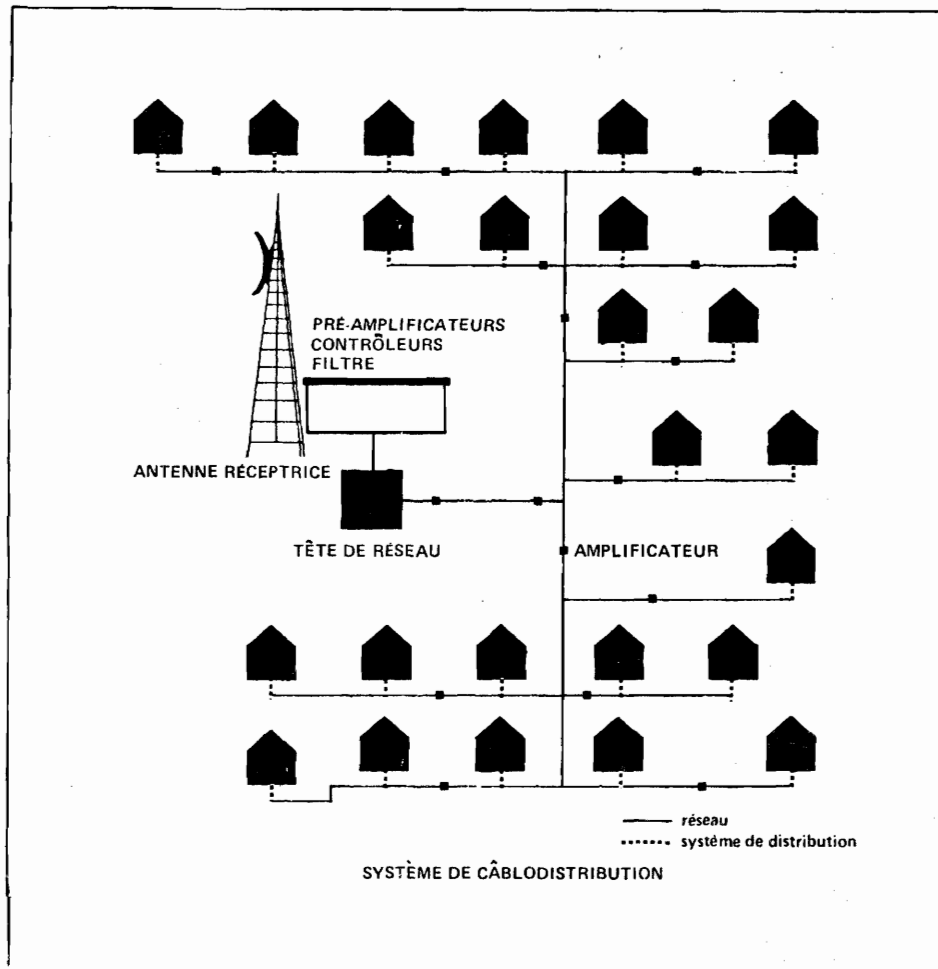
2. Pour l'ensemble du Québec, le rapport foyers câblés sur foyers câblables est de 65% alors qu'il est de 84% sur l'Est du Québec.

Ainsi, le personnel administratif comprend 16 personnes travaillant à temps plein et 12 personnes à temps partiel. Le personnel technique est composé de 26 personnes travaillant à temps plein et de 4 personnes à temps partiel. Au niveau de la programmation, on retrouve 5 personnes à temps plein et 3 à temps partiel. Comme on le voit, le personnel technique constitue actuellement la catégorie de personnel la plus importante (30 employés sur un total de 65). Le personnel administratif avec 28 employés suit de près le personnel technique. On peut supposer que cette catégorie surpassera le personnel technique pour la raison indiquée plus haut. Enfin, le personnel affecté à la programmation demeurera vraisemblablement le moins important.

Les données au tableau IX sur le personnel ne sont pas sans rapport avec celles du tableau VIII sur le nombre d'abonnés par entreprise. Ainsi, à une exception près, les entreprises ayant moins de 1000 abonnés n'emploient guère de personnel à temps plein autre qu'un permanent qui voit aussi bien à l'administration qu'à la technique. Dans la plupart des cas, ce permanent est le propriétaire. Et, dans le cas des entreprises ayant moins de 500 abonnés, ce permanent ne travaille qu'à temps partiel pour son entreprise de sorte qu'il est disponible pour d'autres activités. Enfin, quelques entreprises donnent des contrats à des sous-traitants³ pour la partie technique.

Au point de vue du personnel, les entreprises ayant plus de 2000 abonnés appartiennent à une classe à part. Elles emploient un personnel plus spécialisé et plus nombreux. Ainsi, les quatre entreprises qui ont plus de 2000 abonnés emploient pratiquement la totalité du personnel à temps plein (43 employés sur 47) et plus de la moitié du personnel à temps partiel régulier (10 sur 18). Selon les catégories citées précédemment, ce personnel peut être réparti comme suit: 20 employés dans le secteur administratif dont 14 à temps plein, 25 dans le secteur technique dont 24 à temps plein et 8 dans le secteur programmation dont 5 à temps plein.

Sous-traitant: dans le cas de nos entreprises de câblodistribution, il s'agit de contrats techniques que le propriétaire de l'entreprise confie à un tiers lorsque ses propres services techniques sont "dépassés" ou en core lors d'un bris majeur.

CARTE V: Carte d'un système de câblodistribution⁴

4. Extrait de Québec Science, Vol.15, no. 4, décembre 1976.

4.3 Les équipements techniques

A propos des équipements techniques, nous traiterons successivement des équipements de réception et du câble(4.3.1), de la structure de soutènement (4.3.2) et de l'équipement de studio (4.3.3).

Les progrès technologiques ont été nombreux au cours des dernières années,⁵ mais le principe de fonctionnement d'un système de câblodistribution est demeuré sensiblement le même. Il est composé de trois parties principales: la tête de réseau, le réseau et le système de distribution:

"La tête de réseau est constituée de l'antenne réceptrice, dite "communautaire", accompagnée d'équipements tels que préamplificateurs, filtres, contrôleurs, etc. Les principales fonctions de la tête de réseau sont de capter le signal provenant soit "des airs" (signaux UHF ou 4HF), soit d'un réseau de micro-ondes, ou soit d'un satellite, de le purifier et de l'amplifier."

"Le réseau lui-même établit la connexion entre la tête du réseau et la région desservie. Il doit donc comporter un nombre suffisant de canaux pour transporter tous les programmes offerts aux abonnés du câble. Plusieurs réseaux peuvent originer d'une même tête et couvrir différentes régions. Quant au système de distribution, il assure la jonction entre le réseau et le téléviseur de l'abonné."

Ces divers éléments sont visualisés dans la carte que nous avons reproduite à la page précédente.

4.3.1 L'équipement de réception et de câble

Le tableau XI portant sur l'équipement de réception nous montre que onze entreprises sur treize sont propriétaires de leurs tours. Les tours des deux autres entreprises appartiennent à Québec-Téléphone.

5. PIGEAT, Henri Saint écran. Solar, Paris, 1974. 219p.

6. BRUNEL, L. "De la guerre des poteaux à la citée câblée", Québec Science, Vol. 15, no. 4, décembre 1976. pp. 16-21.

TABLEAU XI

L'EQUIPEMENT DE RECEPTION

Entreprises	Tour	Propriété
Sirois Câble Enr. Chandler	115 pieds	l'entreprise
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	150 pieds	l'entreprise
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée	100 pieds de haut 120 pieds de diamètre	l'entreprise
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	4 tours de 50 pieds reliées par passe- relles	l'entreprise
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	75 pieds	l'entreprise
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	100 pieds	Québec- Téléphone
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	40 pieds	l'entreprise
Coopérative de Télévision de Percé Percé		l'entreprise
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	tour auto-portante 145 pieds	Québec- Téléphone
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	structure en H de 200', 32' entre polygones	l'entreprise
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	15 pieds	l'entreprise
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	60 pieds	l'entreprise
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	80 pieds de type H	l'entreprise

TABLEAU XII

QUALITE ET PROPRIETE DU CABLE

Entreprises	Câble	propriété de l'entreprise	Locateur
Sirois Câble Enr. Chandler	unidirectionnel	100%	
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	unidirectionnel	100%	
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée	unidirectionnel	100%	
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	bidirectionnel à 80%	A-D → 100% B → 99% C → 90%	Bell Canada (0.26/mois)
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	unidirectionnel	100%	
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	unidirectionnel	100% loués	Québec-Téléphone
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	unidirectionnel	100%	
Coopérative de Télévision de Percé Percé	unidirectionnel	100%	
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	bidirectionnel en partie	A, B, C → loués 100% D → prop. 100%	Québec-Téléphone
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	bidirectionnel en partie	100%	
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	unidirectionnel	100%	
Télécâble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	bidirectionnel en partie	100%	
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	unidirectionnel	100%	

A= Tronc

C= Câble secondaire

B= Câble principal

D= Ligne d'abonné

TABLEAU XIII

STRUCTURE DE SOUTÈNEMENT DU CÂBLE

Entreprises	Nombre de poteaux	Conduits souterrains	Propriété	Locateur	Taux de location par poteau
Sirois Câble Enr. Chandler	620		52.4% propriétaire 47.6% locataire	Hydro-Québec	\$3.50
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	100		100% loués	Québec-Téléphone Hydro-Québec	\$2.25 \$3.50
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée	789		63.4% propriétaire 36.6% locataire	Hydro-Québec	\$3.25
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	575	.66 mille	8.7% propriétaire 91.3% locataire	Hydro-Québec	\$3.50
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	68		100% loués	Québec-Téléphone	\$2.00
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane			100% loués	Québec-Téléphone	
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	131		100% loués	Hydro-Québec	\$3.50
Coopérative de Télévision de Percé Percé	105		100% loués	Québec-Téléphone	\$1.00
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	*		100% loués	Québec-Téléphone	*
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	1400	2m. propriété de l'entreprise	100% loués	Cité de Rivière- du-Loup	\$1.00
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	28		100% loués	Hydro-Québec	\$3.50
Télécâble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal			25% propriétaire 75% locataire	Hydro-Québec	\$3.50
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	225		22% propriétaire 78% locataire	Hydro-Québec	\$3.50

* Cas spécial: entente avec Québec Téléphone sur l'utilisation de tous les poteaux d'où location du câble et des poteaux à \$38.70 par mois le $\frac{1}{4}$ mille de câble.

Le tableau XII révèle que dix entreprises sur treize sont propriétaires de leur câble. Mais, trois des entreprises qui ne le possèdent pas sont parmi les plus grosses et comptent 70% des abonnés de l'Est du Québec. Toutes les entreprises appartenant à la catégorie antenne communautaire (câblodistribution de la première génération) sont propriétaires de leur câble, ces entreprises représentent actuellement moins de 2% des abonnés dans la région.

Par ailleurs, seulement quatre entreprises sur treize ont un câble bidirectionnel qui couvre au moins une partie du réseau.⁷ On sait que la communication unidirectionnelle permet de transmettre un message d'un point à un autre, mais celui qui le reçoit ne peut y répondre, alors que la communication bidirectionnelle se caractérise par une possibilité de dialogue: chaque poste devient émetteur et récepteur. En fait, le câble constitue un moyen de télécommunications au même titre que les satellites ou les réseaux micro-ondes: il n'est donc pas limité au transport de programmes de télévision de masse.

La considération de l'aspect unidirectionnel ou bidirectionnel du câble de chacune des entreprises étudiées est essentielle pour évaluer le potentiel de ces entreprises en regard d'une utilisation plus variée du câble et même autre que celle qui a cours présentement.

4.3.2 La structure de soutènement

Le tableau XIII montre que la structure de soutènement, soit les poteaux, constitue un lourd fardeau sur le plan monétaire pour les entreprises. Aucune d'entre elles n'a complètement la propriété des poteaux soutenant le câble. Huit entreprises les louent à 100% de l'Hydro-Québec ou de Québec-Téléphone ou encore de la Cité de Rivière-du-Loup alors que les cinq autres ne les louent qu'en partie puisqu'elles sont propriétaires d'une partie des

7. Ainsi, pour Câblodistribution de l'Est Inc., de Rimouski, la communication est bidirectionnelle avec le Colisé, le CEGEP, l'UQAR, le Musée, la Grande Place et l'École secondaire Paul-Hubert.

TABLEAU XIV

L'EQUIPEMENT DE STUDIO

Entreprises	Studio de production	Equipement de studio*	Couleur	Noir et blanc
Sirois Câble Enr. Chandler		passable		oui
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	oui 30 x 60	passable	oui	oui
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée				
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	oui	bien		oui
G. et D. Télévision Enr. Marsoui				
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane				
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre				
Coopérative de Télévision de Percé Percé				
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	oui 20 x 12 et à l'UQAR 18 x 12	très bien	oui	
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	oui 20 x 22	bien		oui
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe				
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal				
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri				

* Les cotes passable, bien et très bien sont liées au fait que l'entreprise possède une quantité plus ou moins grande d'appareils et qu'elle produit en couleur ou en noir et blanc.

poteaux. Enfin, notons au passage que ces cinq entreprises ont été fondées entre 1957 et 1961: il s'agissait alors d'antennes communautaires. Les tarifs de location de l'Hydro-Québec sont fixes et plus élevés que ceux de Québec-Téléphone ou de la Cité de Rivière-du-Loup. Les taux de location de Québec-Téléphone varient selon la date de négociation des contrats entre les parties. Dans un avenir rapproché, on peut prévoir que les taux tendront à s'uniformiser et que les contrats actuels seront renégociés.⁸

Enfin, notons que seulement deux entreprises possèdent des conduits souterrains pour faire passer le câble. Ces conduits n'ont toutefois pas beaucoup d'importance numérique (en milles) par rapport aux poteaux.

4.3.3 L'équipement de studio

Quatre entreprises possèdent ou louent un studio de production. En revanche, cinq entreprises peuvent se servir d'équipement de studio. Seulement deux de ces entreprises sont propriétaires de cet équipement alors que les autres le louent en partie ou en totalité.

Pour évaluer l'équipement de ces diverses entreprises, nous avons eu recours à un employé de l'audio-visuel à l'UQAR, M. Réal Bellavance, superviseur technique. Pour nos dossiers, nous avons recueilli toutes les données possibles, soit du microphone au modulateur de fréquence sans oublier la "marque" de chaque appareil. Dans le présent rapport, nous nous limiterons à classer l'équipement des diverses entreprises en trois groupes: passable, bien, très bien. Ces catégories sont relatives puisqu'une entreprise dont l'équipement est passable, l'emporte sur une entreprise qui n'a aucun équipement.

Le tableau XIV indique que deux entreprises ont un équipement passable. Le fait que ces entreprises aient peu d'appareils et que leurs équipements ne permettent que des productions en noir et blanc, leur vaut le qualificatif de passable. Deux autres entreprises ne peuvent produire éga-

8 . Entrevue téléphonique avec Claude Gendron de Québec-Téléphone.

lement qu'en noir et blanc mais sont mieux équipées que les précédentes. Nous les classons dans le groupe des bien équipées. Enfin, une entreprise se mérite le qualificatif de très bien, elle peut produire en couleur et le nombre d'appareils disponibles est beaucoup plus important que chez les précédentes.

Nous verrons plus loin, comment les services offerts par une entreprise de câblodistribution et particulièrement la production locale sont liés à l'équipement technique.

4.4 Les services offerts

Comme nous l'avons indiqué également en introduction, la câblodistribution a connu deux ou trois phases depuis ses origines. Il importe de revenir rapidement sur ces diverses phases puisque l'évaluation des services offerts n'a de sens qu'en référence à l'une ou l'autre de ces phases.

La première génération de la câblodistribution avait pour premier objectif de rendre accessible un signal qui ne l'était pas ou encore d'améliorer la qualité d'un signal. Le câble apportait une solution aux problèmes de l'éloignement ou des accidents de terrain. C'est pourquoi, au Québec, la câblodistribution a vu le jour en 1952 dans la Mauricie et déjà en 1958, il y avait 75 entreprises⁹ réparties sur tout le territoire québécois. A ce stade, il faut parler d'antenne collective dont le but premier est la transmission d'un ou de quelques canaux.

Dans une deuxième phase, les entreprises de câblodistribution vont assurer à leurs abonnés un choix de canaux de plus en plus vaste. Nous sommes en pleine télévision de masse. C'est l'ère de l'abondance.¹⁰ Mais, peu à peu, on tendra à proposer autre chose que la télévision de masse. On vise-

9. CHAUVEAU, Michel "Il était une fois... la câblodistribution". Antennes, no. 1, 1^{er} trimestre 1976, p. 4.

10. SLOAN FOUNDATION. La Télévision par câble. Paris, Hachette, 1973. P. 15

TABLEAU XV

STATIONS DE TELEVISION RETRANSMISES

Entreprises	Canal de distribution chez l'abonné	Langue	Identification	Origine	Chaîne (réseau)	Canal ou fréquence de (réception)
Sirois Câble Enr. Chandler	2	F	CHAU-TV5	Percé	RC	2
	4	F	Télé 4	local	et RQ (sur cassettes)	
	6	A	CKAM-TV	Upsalquitch	CEC	12
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	2	F	CHAU-TV5	Percé	RC	2
	4	F	local-comm.	local	er RQ (sur cassettes)	
	5	F	CHAU-TV	Carleton	RC	5
	6	A	CKAM-TV	Upsalquitch	CBC	12
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée	2	A	CKAM-TV	Upsalquitch	CBC	12
	4	F	CBGAT-TV	Matane	RC	9
	5	F	CHAU-TV	Carleton	RC	5
	6	F	CJBR-FM	Rimouski	RC	101.5
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	2	F	CBVT	Québec	RC	11
	4	F	CFCM-TV	Québec	TVA	4
	5	A	CKMI-TV	Québec	CBC	5
	7	F	CKRT-TV	Rivière-du-Loup	RC	7
	8	F	CIVQ-TV	Québec	ORTQ	15
	9	F	CHGB-MF	La Pocatière		102.9
	11	F	CEVT	Québec	RC	11
	12	F	CJBR-TV	Rimouski	RC	3
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	2	F	CBGAT	Matane	RC	9
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	2	F		local	local	
	3	F	CJBR-TV	Rimouski	RC	3
	7	F	CBGAT	Matane	RC	9
	10	A	WEZF-TV	Burlington	ABC	
	11		CJPM-TV	Chicoutimi	TVA	
	12	A	CFCF-TV	Montréal	CTV	
5	F		Presse canadienne			
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	2	F	CBGAT	Matane	RC	0
Coopérative de Télévision de Percé Percé	3	A	CKAM-TV	Upsalquitch	CBC	12
	5	F	CHAU-TV	Carleton	RC	5

TABLEAU XV

STATIONS DE TELEVISION RETRANSMISES (suite)

Entreprises	Canal de distribution chez l'abonné	Langue	Identification	Origine	Chaîne (réseau)	Canal ou fréquence de (réception)
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	2	F	Etoile filante	locale		2
	4	F				4
	5	F	Température-services			
	6	F	CJPM-TV	Chicoutimi	TVA	6
	7	F	CKRT-TV	Rivière-du-Loup	RC	7
	8	F	CIVQ	Montréal	ORTQ	
	9	F	CBGAT	Matane	RC	9
	11	A	WEZF-TV	Burlington	ABC	
	12	A	CFCF	Montréal	CTV	
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	2	F	CKRT-TV	Rivière-du-Loup	RC	7
	3	F	CJBR-TV	Rimouski	RC	3
	4	F	CFCM-TV	Québec	RVA	4
	5	A	CKMI-TV	Québec	CBC	5
	6	F	CJPM-TV	Chicoutimi	TVA	6
	7	F	CKRT-TV	Rivière-du-Loup	RC	7
	8	F	CIVQ-TV	Québec	ORTQ	15
	9	F	local-comm.			
	11	F	CBVT	Québec	RC	11
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	5	F	CBGAT	Matane	RC	9
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	2	F	CBVT	Québec	RC	11
	3	F	CJBR-TV	Rimouski	RC	3
	4	F	CFCM-TV	Québec	TVA	4
	5	A	CKMI-TV	Québec	CBC	5
	6	F	CJPM-TV	Chicoutimi	TVA	6
	7	F	CKRT-TV	Rivière-du-Loup	RC	7
	8	F	CIVQ	Québec	ORTQ	UHF-15
	9	F	CHOI-FM	Québec		
	11	F	local-comm. CBVT	Québec	RC	11
Câblvision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	2		local			
	3	F	CJBR-TV	Rimouski	RC	3
	4	F	CFCM-TV	Québec	TVA	4
	5	A	CKMI-TV	Québec	CBC	5
	6	F	CJPM-TV	Chicoutimi	TVA	6
	7	F	CKRT-TV	Rivière-du-Loup	RC	7
	8	F	CIVQ	Québec	ORTQ	15
	11	F	CBVT	Québec	RC	11

TABLEAU XVI

SERVICES SONORES FM ET AM

Entreprises	Fréquence de distribution chez l'abonné	Langue	Identification	Origine	Chaîne	Fréquence de (réception)
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	92	F		Musique locale		Bandes & disques
	94	F	CBAF-MA	Moncton	RC	1390 KHZ
	96	F	CIINC-MA	New-Carlisle	RC	610 KHZ
	98	A	CFCY-MA	Charlottown		630 KHZ
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	89.1	F	CKRL-MF	Ste-Foy		89.1
	95.3	F	CBV-MF	Québec	RC	95.3
	98.1	F	CHRG-MF	Québec		98.1
	102.9	F	CHGB-MF	La Pocatière		109.9
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	100.00	F	CBJ-FM	Chicoutimi	RC	100.0
	101.5	F	CJBR-FM	Rimouski	RC	101.5
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	102.9MHZ	F	CAGB-MF	La Pocatière		102.9
	101.5	F	CJBR-MF	Rimouski	RC	101.5
	95.3	F	CBV-MF	Québec	RC	95.3
	98.1	F	CHOI-MF	Québec		98.1
	89.1	F	CKRL-MF	Québec		89.1
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	244	F	CHOI-FM	Québec		98.1
	258	F	CJBR-FM	Rimouski	RC	101.5
	270	F	CHGB-FM	La Pocatière		102.9
	225	F	CKVL-FM	Verdun		96.9
	206	F	CKRL-FM	Québec		89.1
	216	F	CBV-FM	Québec	RC	95.3
	231	FCA	CHOM-FM	Montréal		97.7
	289	F	CFGL-FM	Laval		105.7
Câblvision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	89.1	F	CKRL-FM	Ste-Foy		89.1
	95.3	F	CBV-FM	Québec	RC	95.3
	98.1	F	CHOI-FM	Québec		98.1
	100.5	F	CJBR-FM	Rimouski	RC	100.5
	102.9	F	CHGB-FM	La Pocatière		102.9

ra, comme c'est le cas avec Vidéotron, à satisfaire des besoins spécifiques. Ce sera la télévision "à la carte." Dès lors, le câblodistributeur se définit non seulement comme un transporteur mais aussi comme un producteur. Le câble est alors utilisé pleinement comme un moyen de communication original.

Au niveau des services, la câblodistribution de première génération, que nous appelons aussi antenne collective, n'offre que quelques canaux et parfois un seul. La câblodistribution de seconde génération (télévision de l'abondance) offrent plusieurs canaux dont certains proviennent de l'étranger (des Etats-Unis, entre autre) et des productions communautaires. Enfin, la câblodistribution de troisième génération s'amorce à peine, mais les possibilités entrevues¹¹ laissent supposer qu'elle s'imposera dans les années à venir. En effet, "rien ne s'oppose techniquement à ce que les systèmes de câbles coaxiaux qui distribuent les signaux radio soient adaptés pour offrir, en circuit fermé, d'autres services faisant appel à l'ordinateur, aux banques d'information et à des écrans de visualisation, qui autrement pourraient être assurés par les entreprises de télécommunications."¹² Dans une région périphérique comme l'Est du Québec, le cadre de référence de ces trois phases est encore indispensable pour évaluer et comparer les services offerts par les divers câblodistributeurs. Voyons maintenant en détail ces divers services.

4.4.1 Les canaux retransmis

Le tableau XV concernant les canaux retransmis indique que trois entreprises ne distribuent qu'un seul canal à leurs abonnés (il s'agit en l'occurrence de CBGAT de Matane, propriété de Radio-Canada). Quatre autres entreprises offrent de deux à quatre canaux y compris un canal local mais on ne peut parler de télévision de l'abondance puisque les canaux offerts

11. TAYLOR, James R. "Le fédéralisme et la câblodistribution. L'expérience canadienne." Communications, Paris, Seuil, no. 21, 1974. pp. 170-183.

12. Livre vert du gouvernement Fédéral. Vers une politique nationale de la télécommunication, 1973.

sont tous affiliés à Radio-Canada. Toutefois, deux de ces entreprises retransmettent les émissions de Radio-Québec sur cassettes et avec un retard de quinze jours.

Seulement six entreprises sur les treize offrent une certaine variété de canaux donnant accès aux réseaux TVA, Radio-Canada, ABC, CTV, QRTV, CBC sans oublier le canal local. Fait à noter, toutes les entreprises offrant plus d'un canal à leurs abonnés diffusent au moins un canal de langue anglaise.

Enfin, six entreprises offrent à leur clientèle un service sonore MF ou MA (tableau XVI).

4.4.2 La production locale et la production communautaire

Parmi les services offerts, il est essentiel de s'arrêter davantage à la structure de la télévision communautaire et de la production locale si nous voulons saisir un des enjeux actuels de la câblodistribution. Il nous faut d'abord identifier les distinctions au niveau des définitions tant de la production locale que de la production communautaire.

Même si le public ne réussit pas toujours à distinguer les productions locales des productions communautaires (là où les deux existent), les câblodistributeurs font généralement bien la distinction. Celle-ci a été imposée par la R.S.P. qui définit la production locale comme étant cette partie de la programmation dans laquelle l'entreprise publique de câblodistribution joue un rôle de création, de réalisation ou de mise en scène alors que la production communautaire (T.V.C.) est celle produite par un groupe de gens d'un village ou d'une ville situé dans le territoire desservi par le câblodistributeur.¹³ Les productions communautaires relèvent donc d'une association incorporée distincte de l'entreprise de câblodistribution.

13. Gouvernement du Québec. Règlement relatif aux entreprises publiques de câblodistribution. A.C. 3565-73, Québec, Editeur officiel, 25 septembre 1973. 10 p.

Par ailleurs, un règlement du CRTC relatif aux entreprises de réception de radiodiffusion (télévision par câble) lie la TVC au câblodistributeur.

"Il est obligatoire, dit le CRTC, pour tous les titulaires de licence de fournir un canal communautaire." Puis ce règlement précise que "programmation communautaire désigne la programmation distribuée par un titulaire sur la canal communautaire et produite soit

- a) par le titulaire
- b) par les membres d'une communauté desservie par le titulaire, avec ou sans l'aide de ce dernier,
- c) par un autre titulaire ou par les membres d'une communauté desservie par un autre titulaire si une telle programmation est intégrée dans une programmation produite par le titulaire ou par les membres d'une communauté qu'il dessert, ou
- d) par un exploitant de réseau autorisé par le Conseil à fournir de la programmation communautaire au titulaire et comprend une annonce de promotion des services que le titulaire est autorisé à fournir, en message d'intérêt public, une annonce de promotion d'une émission diffusée par une station canadienne et une annonce d'identification d'un canal.¹⁴

En somme, la réglementation du CRTC ne distingue pas la production locale de la production communautaire comme le fait la RSP. En revanche, le CRTC exige que le titulaire ne doit pas distribuer sur le canal communautaire, sous réserve des conditions de sa licence,

- a) une programmation autre qu'une programmation communautaire
- b) du matériel publicitaire
- c) un long-métrage ou
- d) un signal ou la reproduction d'un signal.¹⁵

De son côté, la Régie permet la diffusion de longs métrages sur le canal local et autorise la publicité. Dans les années à venir, il est pro-

14. CRTC. Politique relative aux entreprises de réception de radiodiffusion (télévision par câble). Ottawa, 16 décembre 1970. 50p.

15. Idem.

TABLEAU XVII

PRODUCTIONS LOCALES

Entreprises	Canal local	Heures de prod. semaine	Genre de production automatisée	Heures de prod. semaine	Genre de production non-automatisée
Sirois Câble Enr. Chandler	4	20	Musique plus indicatif de télécâble (disques et bandes sonores de l'entreprise)	4	Karaté, entrevue avec professeur, les Caisses populaires. Cassettes de RQ. Films de l'ONF
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	4	7	Annonces d'activités sociales et religieuses messages aux touristes, l'été	3	Education populaire
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	9	140	Promotion de leurs émissions Spectacles à l'affiche en ville Messages d'association	10	Emissions d'affaires publiques (discussions lignes ouvertes) d'éducation populaire (cours sur divers sujets non scolaires, artisanat, etc.) films ONF, OFQ vidéographe
Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. Matane	2 5	2-5 17	Messages (fond musical de CJBR-FM) Presse Canadienne		Emissions de l'UQAR
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	4	85	Messages (no. de tél. tels ceux des pompiers, police, hôpital; horaire de la biblio.mun. identification du canal diapositives comm.)	19	Education populaire, divertissement intérêt scolaire, information
	5	140	Marché aux puces, offre de service, horaire du 2 et du 8, activités socio-culturelles, devinettes, avis de décès, avis officiels.	20	Production de d'autres câblo. La Pocatière Télésage, Télécâble de Qué. de la Rive Sud, de l'OFQ vidéographe, films émissions de l'UQAR, du CEGEP et de la polyvalente.
Télécâble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	9	4-5	Messages - photos, assemblées, loisir information		
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	2		Carrroussel - fond sonore de CHOI-FM Québec		
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	9	20 env.	Heure, météo, messages d'intérêt communautaire	1	Télédiffusion des séances du Conseil mun., hockey, karaté, organisations sportives (boxe, balle-molle) émissions religieuses

bable que ces différences de réglementation s'estompent.

Quoi qu'il en soit, nous estimons que de telles définitions et législations ont marquées fondamentalement l'évolution des productions locales et communautaires chez les câblodistributeurs de notre région. Nous utiliserons, dans le présent rapport, la distinction établie par la Régie¹⁶ entre production locale et production communautaire premièrement parce qu'elle était encore en vigueur à l'été 1977 et deuxièmement parce qu'elle permet de bien circonscrire le contexte de l'élaboration d'un tel service par les câblodistributeurs.

4.4.2.1 La production locale

En ce qui a trait à la production locale, 8 entreprises sur 13 ont une production automatisée avec carroussel, messages d'intérêt public et musique de fond alors que 6 entreprises sur 13 ont une production locale automatisée et aussi une production non-automatisée. Les émissions locales non-automatisées portent sur différents sujets d'intérêt local, telles des informations locales et régionales, des émissions d'affaires publiques avec lignes ouvertes, des émissions de divertissements comprenant le sport, l'artisanat qui se font dans la localité ou la région desservie par l'entreprise de câble.

A cela s'ajoute des échanges de production entre câblodistributeurs, de films de l'ONF et des émissions de Radio-Québec qui peuvent être diffusées sur le canal local.

Evidemment, le nombre d'heures de production automatisée est plus élevé pour toutes les entreprises par rapport au nombre d'heures de production

16. Définitions de la Régie des Services Publics. "Emission communautaire": toute production préparée et réalisée par et pour les citoyens de la communauté desservie par la câblodistribution, à partir des ressources humaines de la communauté, avec ou sans l'aide de l'entreprise publique de câblodistribution et orientée vers des objectifs communautaires. "Emission locale": toute production préparée et réalisée par l'entreprise publique de câblodistribution et se rapportant à des événements de toutes sortes ayant lieu dans le territoire desservi ou dans son voisinage immédiat.

non-automatisée, car celle-ci fait appel à plus de ressources humaines et techniques.

4.4.2.2 La production communautaire

A l'été 1977, il existait cinq "télévisions communautaires" (T.V.C.) dans la région. En effet, seulement cinq entreprises de câblodistribution sur treize permettaient à un groupe de personnes formé en association de TVC de produire et surtout de diffuser leurs productions par l'entremise du câble. Comment expliquer une telle situation?

Il y a au départ un facteur d'ordre essentiellement technique, à savoir qu'il n'y a que huit (8) entreprises sur treize (13) qui offrent un canal local, et parmi elles, seulement cinq ont un studio et de l'équipement qui leur appartient ou qu'elles ont loués à un tiers.

De plus, il est très important de compléter l'explication de la situation par un facteur économique-politique qui a profondément marqué l'évolution des TVC dans la région (et probablement ailleurs).

La majorité des entreprises se sont soumises plus rigoureusement à la réglementation du CRTC plutôt qu'à celle de la RSP. Le CRTC leur permettait de ne pas faire de distinction entre la production locale et la production communautaire (TVC). Ainsi, pour le propriétaire du câble, le contrôle de la forme et du contenu de la production locale est plus facile, la surveillance de la qualité technique du matériel de production est davantage assurée; en fait, la maîtrise de tout le processus de production et de diffusion est d'autant plus majorée pour le producteur-propriétaire. La réglementation de la RSP était moins conforme à l'attitude de "libre entreprise" du propriétaire. Il faut ajouter à cela l'enjeu politique fédéral-provincial entre le rôle de diffusion et celui de distribution qu'on veut octroyer à l'entreprise de câble.¹⁷ Un enjeu politique qui se concrétisait dans des procédures administratives obligatoires et complexes: celles-ci

17. TAYLOR, James. Jam.cit.

TABLEAU XVIII

LA PRODUCTION COMMUNAUTAIRE

Entreprises	Canal	Heures de production	Genre de production	Fonctionnement de la TVC
La Pocatière	9	1	Orienté vers les problèmes sociaux monte un dossier sur un problème du milieu	Un permanent payé par une subvention Très liée à la production locale
Rimouski	2		La TVC de Rimouski n'existe plus depuis septembre 1977 faute de subvention	
Mont-Joli	2		A Mont-Joli: production à caractère régional (Métis) portant sur la culture, le sport, le loisir et les actualités	2 permanents grâce à une subvention de \$20,000.00 du MCQ
Rivière-du-Loup	9	4-5	Affaires publiques locales écologie - environnement consommation "Nous les travailleurs" "Culture en vrac"	Accréditée par la R.S.P. 5 salariés s'occupant d'animation, de programmation et de technique, bénévoles en 1976 a reçu \$30,000. en subvention
Saint-Pascal	9	3	Emissions d'information locale, sur des sujets d'intérêt public, sur l'école le milieu	Incorporée en vertu de la 3e loi des Compagnies sans but lucratif, n'a pas de permanent, fonctionne uniquement grâce à des bénévoles

devenant lourdes et exigeantes pour les propriétaires d'entreprises (surtout chez les moyennes).

Ceci dit, cinq TVC ont réussi jusqu'ici à se maintenir tant bien que mal dans la région. Il s'agit de la TVC de La Pocatière, de celle de Mont-Joli, de Rivière-du-Loup, de Saint-Pascal et de Grande-Rivière.

TVC La Pocatière:

Cette TVC a été mise sur pied en 1972: cela a semblé fonctionné assez bien pendant trois ans.¹⁸ Le groupe communautaire faisait environ une dizaine d'heures par semaine. Mais bientôt, comme il arrive souvent ailleurs, le problème de la participation s'est posé au point qu'il a été difficile de recruter de "nouvelles personnes pour faire partie du conseil d'administration, donc l'intérêt commençait à manquer." Dès lors, le...câblodistributeur a décidé "de prendre les choses en main tout en laissant au groupe communautaire la possibilité de fonctionner." L'année dernière le groupe communautaire n'a rien produit alors que, cette année, il a un permanent grâce à une subvention. Actuellement, les productions communautaires et les productions locales (environ 15 heures par semaine) sont diffusées sur le même canal de sorte que "maintenant ici, en fin de compte, on fait difficilement la distinction entre les deux."¹⁹

Selon le câblodistributeur de La Pocatière, "le rôle du groupe communautaire (...), c'est ce qu'il va faire cette année: prendre un problème spécifique qui existe dans la région et là l'exploiter à fond." "Cela, l'ancien groupe communautaire ne l'avait pas compris puisqu'il n'essayait que de faire de la télévision locale de sorte qu'il voulait prendre notre rôle." Cette année le groupe communautaire va donc s'orienter vers les problèmes sociaux et la production de dossier sur ces problèmes alors que le câblodistributeur s'occupera de la partie locale et du bulletin de nouvelles. Ces

18. Une étude plus approfondie de cette étape serait probablement nécessaire; mais ce n'est pas là l'objet "direct" de notre recherche.

19. Extrait de l'entrevue avec M. Chouinard de La Pocatière.

deux productions feront toutefois partie de la même grille horaire.

On peut déjà soupçonner l'ambiguïté des rôles et des "missions" de chacun des groupes, les distinctions souvent raffinées entre la nature des producteurs, et les difficultés de l'association communautaire de préciser ses orientations et ses moyens d'interventions dans le milieu à partir d'un outil-médium comme celui de la télévision. En somme, le point de vue du CRTC l'emporte ici sur celui de la Régie.

La TVC de Mont-Joli:

La TVC de Mont-Joli, Diffusion communautaire de la Mitis, a été accréditée par la Régie des Services Publics en 1976. Le câblodistributeur leur prête de l'équipement (couleur) et un technicien pour l'entretien de cet équipement. Le groupe communautaire possède son propre studio de production à Mont-Joli. Au départ, il y a eu un projet PIL en vue de "sensibiliser la population par des ateliers de travail" et leur montrer "comment on peut monter une TVC." Un second projet PIL a permis une production assez régulière entre janvier et juillet 1977: "On a fait 229 émissions de vingt minutes, une couple de demi-heures, pis à peu près 17 émissions d'une heure. Ça totalisait 93 heures." Au niveau du contenu, ces émissions touchaient l'artisanat, poterie et céramique, l'entretien des plantes, la culture, la "politique au sens général du mot."²⁰ Le groupe a également réalisé une recherche sur la région de la Mitis car la TVC de Mont-Joli ne veut pas se limiter à cette ville: elle s'adresse aussi aux villages environnants qui ont le câble.

Cette année, la TVC de Mont-Joli a reçu une subvention de \$20,000 du Ministère des Communications, Aide aux Média communautaires, qui a permis l'engagement de deux permanents. De plus, suite à la décision du câblodistributeur de discontinuer sa production locale à Mont-Joli, la TVC a dû "mener une lutte" (l'expression est d'eux) pour conserver le canal 2 à Mont-Joli.

20. Extrait de l'entrevue avec Denis Desrosiers de la TVC de Mont-Joli réalisée par Rita Giguère Dionne, en octobre 1977.

Dans le cas de Mont-Joli, le fonctionnement actuel de la TVC nous apparaît comme étant un des plus dynamique dans la région. L'expérience est relativement récente²¹ et il est plus difficile de cerner actuellement "l'endurance" d'une telle entreprise. On ne peut que souhaiter que l'enthousiasme de départ se maintienne et que la participation continue à augmenter.

La TVC de Rimouski:

Jusqu'à l'automne 1977, Câblodistribution de l'Est Inc. permettait le fonctionnement de deux TVC, l'une pour le secteur de Mont-Joli, l'autre pour le secteur de Rimouski. Dans le cas de Rimouski, le câblodistributeur prêtait au groupe communautaire l'équipement et le studio. Un animateur-coordonnateur payé par une subvention du Ministère des Communications assurait la permanence. Au départ, les groupes communautaires ont eu des PIL et des "Canada au travail". Puis, la TVC aurait préféré que "le câblodistributeur soit obligé à leur donner tant par abonné pour pouvoir fonctionner." Selon le câblodistributeur, la TVC de Rimouski a été "controlée par un petit groupe qui se disent marxistes-léninistes", des gars qui "charrient un peu."

A la suite de la convocation de deux assemblées générales où le quorum ne fut pas atteint, la TVC de Rimouski décida en octobre 1977 de se saborder. Dans les conditions actuelles, la TVC de Rimouski n'a jamais réussi à soulever un intérêt qui lui aurait donné une base suffisante pour solutionner le problème de la permanence. De plus, les groupes populaires obtenaient directement du câblodistributeur, ce que la TVC ne pouvait leur accorder qu'indirectement, soit de l'équipement et un studio. En somme, la TVC de Rimouski n'a pas réussi à s'imposer par rapport aux productions locales du câblodistributeur (17 heures par semaine) et à l'accessibilité de celles-ci pour des groupes dit "populaires".

Notons au passage que "l'Etoile filante", radio communautaire, qui

21. Elle est accréditée par la RSP depuis 1976.

est diffusée par le câblodistributeur (sur le canal 4), constitue déjà une réussite au niveau de la production communautaire. Ce médium est tout-à-fait indépendant du câblodistributeur pour sa production.

La TVC de Rivière-du-Loup

La TVC de Rivière-du-Loup est accréditée par la Régie des Services Publics depuis 1976. Grâce à une subvention de \$30,000 du Ministère des Communications pour l'année 1976-77, elle emploie cinq personnes qui s'occupent d'animation, de programmation et de technique. Leur production concerne les affaires publiques locales, l'écologie, la consommation, les travailleurs, l'artisanat, en somme, tous les aspects de la vie communautaire.

Le câblodistributeur de Rivière-du-Loup fournit l'équipement (évalué à \$13,000 ou \$14,000) et un technicien pour l'entretien de celui-ci. Les relations entre le câblodistributeur et la TVC n'ont pas été faciles au début.²² Le câblodistributeur admet qu'on a connu alors des "difficultés de tous genres" alors que les représentants de la TVC disent: "il (le câblodistributeur) voulait rien savoir." En somme, la TVC a dû s'organiser en dépit de profondes résistances de la part du câblodistributeur: "Pour lui, on est un poste concurrent, on est pas un complément à son service de câblodistribution mais on est carrément un concurrent. Il voulait prendre le leadership du canal communautaire. Il a essayé, un moment donné, de former un comité de programmation sur lequel il y aurait eu 10 à 15 représentants de l'organisme. Et, çà on a perçu çà comme étant un essai de vouloir doubler la TVC et le lendemain on a présenté une demande d'accréditation."²³ Que conclure sinon que la TVC est née d'une certaine mobilisation populaire.

Actuellement, la TVC produit autour de 4 heures par semaine. En plus de la subvention de l'Aide aux média communautaires du Ministère des Communications, la TVC bénéficie de subvention de \$35,000 provenant de

22. Est-il nécessaire d'indiquer que les postes de radio et de télévision locaux possèdent la plus grande partie des actions de l'entreprise de câblodistribution.

23. Carl THERIAULT et Bouchard LEVESQUE. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Septembre 1977, p. 1.

Canada au travail. Dans ce contexte, on comprend qu'une des préoccupations de la TVC soit l'établissement "d'assises financières permanentes." Enfin, la TVC de Rivière-du-Loup considère qu'une certaine autonomie à l'égard du câblodistributeur est indispensable. En ce sens, l'utilisation d'un studio indépendant de celui du câblodistributeur est une autre condition essentielle à la crédibilité de la TVC.

Ici encore, nous voyons la difficulté des rapports entre la TVC et le câblodistributeur. Il y a souvent incompatibilité entre les exigences de routine dévolues au câblodistributeur (en même temps que la perte de contrôle du processus de production) et les exigences des membres de la TVC dont les intérêts sont habituellement opposés à ceux des propriétaires d'entreprise.

La TVC de Saint-Pascal

A Saint-Pascal, la TVC est incorporée en vertu de la 3e loi des compagnies sans but lucratif: elle est ainsi tout à fait distincte de l'entreprise de câblodistribution. La TVC de Saint-Pascal fonctionne depuis janvier 1972 soit un an après que le câblodistributeur ait intéressé plusieurs personnes du milieu à cette idée de TVC.

Actuellement, elle n'a pas de permanent et fonctionne sous le régime du bénévolat. Elle produit environ 3 heures d'émission par semaine, soit des émissions d'information locale et d'intérêt public: l'école, le loisir, etc... La TVC de Saint-Pascal semble se maintenir assez bien grâce aux ressources du bénévolat. Le câblodistributeur croit d'ailleurs à la nécessité de bien distinguer production locale et production communautaire: la première serait lucrative alors que la seconde serait à la fois plus gratuite et plus engagée. En raison de leur structure de fonctionnement, ces deux types de production évoluent ici parallèlement bien qu'il soit difficile de distinguer clairement le produit local du produit communautaire.

La TVC de Matane:

Il existe une TVC à Matane depuis 1975 mais, chose curieuse, elle n'a pas encore diffusé ses émissions sur le câble. Câblovision du Bas Saint-Laurent Inc. et la TVC de Matane cherche toujours à négocier un protocole d'entente. Sans préjuger de cette négociation, relevons que le câblodistributeur se voulait favorable à la TVC car, selon lui, il avait innové dès 1972 en prévoyant un studio pour ces productions. Par ailleurs, la TVC de Matane "a réuni pratiquement tous les corps intermédiaires qui étaient intéressés à la diffusion par câble." Elle a eu plusieurs discussions avec le câblodistributeur et a exprimé son désir de jouir d'une complète autonomie. A date, le câblodistributeur matanais fait valoir qu'il ne peut "déléguer ses responsabilités," pour ce qui sera diffusé sur le câble. Il n'est pas le premier câblodistributeur à tenir un tel langage.

Même si la TVC de Matane n'a pas encore diffusé d'émission sur le câble, il faut noter qu'elle fut jusqu'ici très active et qu'elle a des productions à son actif. De plus, elle a élaboré une stratégie pour atteindre le milieu rural qui la rapprocherait plus du vidéographe que de la TVC. Ceci dit, cette TVC semble avoir réalisé au cours des deux dernières années une sensibilisation remarquable quant à la signification que peut avoir une TVC pour une petite ville et son milieu rural.

La TVC de Grande-Rivière

En 1976, un groupe de citoyens de Grande-Rivière s'est constitué en un organisme de télévision communautaire. Dès les premiers temps, le groupe a utilisé la télévision pour sensibiliser la population au rôle de la TVC dans le milieu.

Le conseil d'administration se compose de 9 membres venant de divers milieux de Grande-Rivière. Ces membres sont aussi présentement les permanents de la TVC subventionné par un projet de Canada au Travail d'une durée de 9 mois, soit de novembre 1977 au mois d'août 1978.

Pour l'année 1978, ce comité de télévision communautaire de Grande-Rivière a comme objectifs d'établir une corporation sans but lucratif de télévision communautaire à Grande-Rivière, d'obtenir l'accréditation de diffusion communautaire du câblodistributeur et les argents nécessaires à leur fonctionnement. Par la suite, ils pourront organiser les mécanismes nécessaires à la réalisation d'une programmation-type.²⁴

Ainsi, toutes ces expériences de télévisions communautaires doivent à la fois s'ajuster aux exigences du câblodistributeur et s'assurer la participation de la population. Cette double exigence constitue un véritable défi. D'une part, le câblodistributeur est intéressé à conserver le contrôle des productions communautaires: son soutien financier par le biais de prêts d'équipements et parfois de personnel justifiera ce contrôle. En dernière analyse, le câblodistributeur fera appel au principe de la "neutralité" idéologique dont il se dit garant comme propriétaire du câble. D'autre part, le groupe communautaire doit assurer la mobilisation et la participation d'une population qui ne connaît pas nécessairement l'intérêt et les avantages de la TVC, et d'une population qui est loin d'être homogène dans ses intérêts et ses besoins. On entrevoit ainsi les enjeux socio-politiques qui se profilent derrière ces expériences. Il s'agit de situations-limites qui révèlent comment les communications se développent dans une région et comment la participation populaire est en quelque sorte exclue (pratiquement) d'un tel développement.

Comme nous venons de le voir, les principaux services offerts par les câblodistributeurs dans notre région se limitent à la retransmission de canaux traditionnels et aux productions locales et communautaires. Sous le terme de productions locales, on retrouve, dans quelques cas, des services fonctionnels (v.g. marché aux puces) qui laissent entrevoir le potentiel technique du câble. Mais, dans la majorité des cas, ce potentiel est en attente.

24. Cette TVC a demandé une subvention de \$60,000. au Ministère des Communications du Québec et suite à une entrevue téléphonique en février 1978, nous apprenions qu'elle diffusait 5 heures par semaine régulièrement.

Conclusion

L'analyse des quatre variables retenues pour la description des entreprises de câblodistribution nous permet de proposer une typologie de ces entreprises. En effet, les données recueillies et classifiées (voir le tableau XIX) rendent possibles une comparaison des entreprises basée sur leur situation actuelle.

Comme nous le disions précédemment (4.4), il existe trois types d'entreprises de câblodistribution, soit les antennes collectives ou entreprises de première génération donnant accès à la télévision, les entreprises dites de deuxième génération ou télévision de l'abondance offrant un vaste choix de canaux et enfin les entreprises de l'avenir ou troisième génération offrant non seulement un choix de canaux mais aussi d'autres services comme la production locale et la possibilité de la bidirectionnalité.

Cette typologie se base surtout sur les services offerts qui constituent une sorte de variable-synthèse. En effet, les services offerts supposent un certain développement technologique de l'entreprise et ce développement n'est généralement possible que s'il existe un nombre d'abonnés le permettant. Les services offerts permettent ainsi de savoir si l'entreprise a atteint un développement de première génération, de seconde génération ou même de troisième génération. Cela dit, notre classification est faite en tenant compte de nos quatre variables.

Dans le tableau XIX, les variables (nombres d'abonnés, personnel, qualité du câble, équipements de studio et services offerts) sont classées dans première génération, seconde génération et en potentiel pour la troisième génération. La somme de ces diverses mesures²⁵ permet de classer les entreprises dans l'une ou l'autre de ces catégories.

25. La première génération est indiquée par le signe ○, la seconde par le signe ●. Le □ indique qu'il y a potentiel pour la génération suivante. Pour les diverses variables, nous avons:

Nous dénombrons quatre entreprises de première génération, soit Marsoui, Mont-Saint-Pierre, Percé et Ste-Marthe. En effet, ces antennes qui ont moins de mille abonnés et pas de potentiel, n'ont aucun personnel régulier autre que le propriétaire ou le président de l'entreprise qui assure la permanence. Sur le plan technique, elles utilisent un câble unidirectionnel permettant uniquement de transmettre un message d'un point à un autre sans possibilité de retour, elles ne possèdent aucun studio ni équipement de studio et trois d'entre elles ne retransmettent à leurs abonnés qu'une seule station de télévision, soit CBGAT (Radio-Canada) de Matane. Ces entreprises sont d'ailleurs menacées de disparaître car Radio-Canada étudie "la possibilité d'inclure ces localités dans son plan accéléré de rayonnement, en Gaspésie."²⁶

Quant aux entreprises de Chandler de Grande-Rivière et de Grande-Vallée, elle ne sont ni des antennes collectives, ni entreprises de seconde

... suite no. 25.

- 1^o le nombre d'abonnés: = moins de 1,000
 = de 1,000 à 3,000
 = plus de 3,000
- le personnel: = aucun personnel régulier autre que le propriétaire ou le permanent
 = personnel régulier (au moins 1 personne à temps plein)
 = équipe
- 2^o l'équipement technique:
- le câble: = unidirectionnel
 = bidirectionnel
- le studio et l'équipement de studio: = aucun équipement
 = passable
 = bien et très bien
- 3^o les services offerts: = un seul canal retransmis
 = quelques canaux mais affiliés au même réseau
 = vaste choix de canaux
 = choix de canaux + production locale + autres services

TABLEAU XIX

TYPOLOGIE DES ENTREPRISES

Entreprises	Nombre d'abonnés	Personnel	Qualité du câble	Equipement de studio	Services offerts	TOTAL
Sirois Câble Enr. Chandler	☐	○	☐	●	●	☐
R. et O. Jalbert Ltée Grande-Rivière	☐	○	☐	●	●	☐
CATV Lebreux Electronique Enr. Grande-Vallée	☐	○	○	○	☐	☐
Chouinard Télévision Ltée La Pocatière	●	●	●	●	●	●
G. et D. Télévision Enr. Marsoui	○	○	○	○	○	○
Câblovision du Bas St-Laurent Inc. Matane	●	●	☐	☐	●	●
Mont-Saint-Pierre Télévision Enr. Mont-Saint-Pierre	○	○	○	○	○	○
Coopérative de Télévision de Percé Percé	○	○	○	○	☐	○
Câblodistribution de l'Est Inc. Rimouski	●	●	●	●	●	●
Rivière-du-Loup Câble TV Ltée Rivière-du-Loup	●	●	●	●	●	●
Société de Télévision de Ste-Marthe Enr. Ste-Marthe	○	○	○	○	○	○
Télé câble Saint-Pascal Enr. Saint-Pascal	☐	●	●	○	●	●
Câblovision Dionne Inc. Saint-Philippe-de-Néri	○	●	○	○	●	●

○ = câblodistribution de première génération

● = câblodistribution de deuxième génération

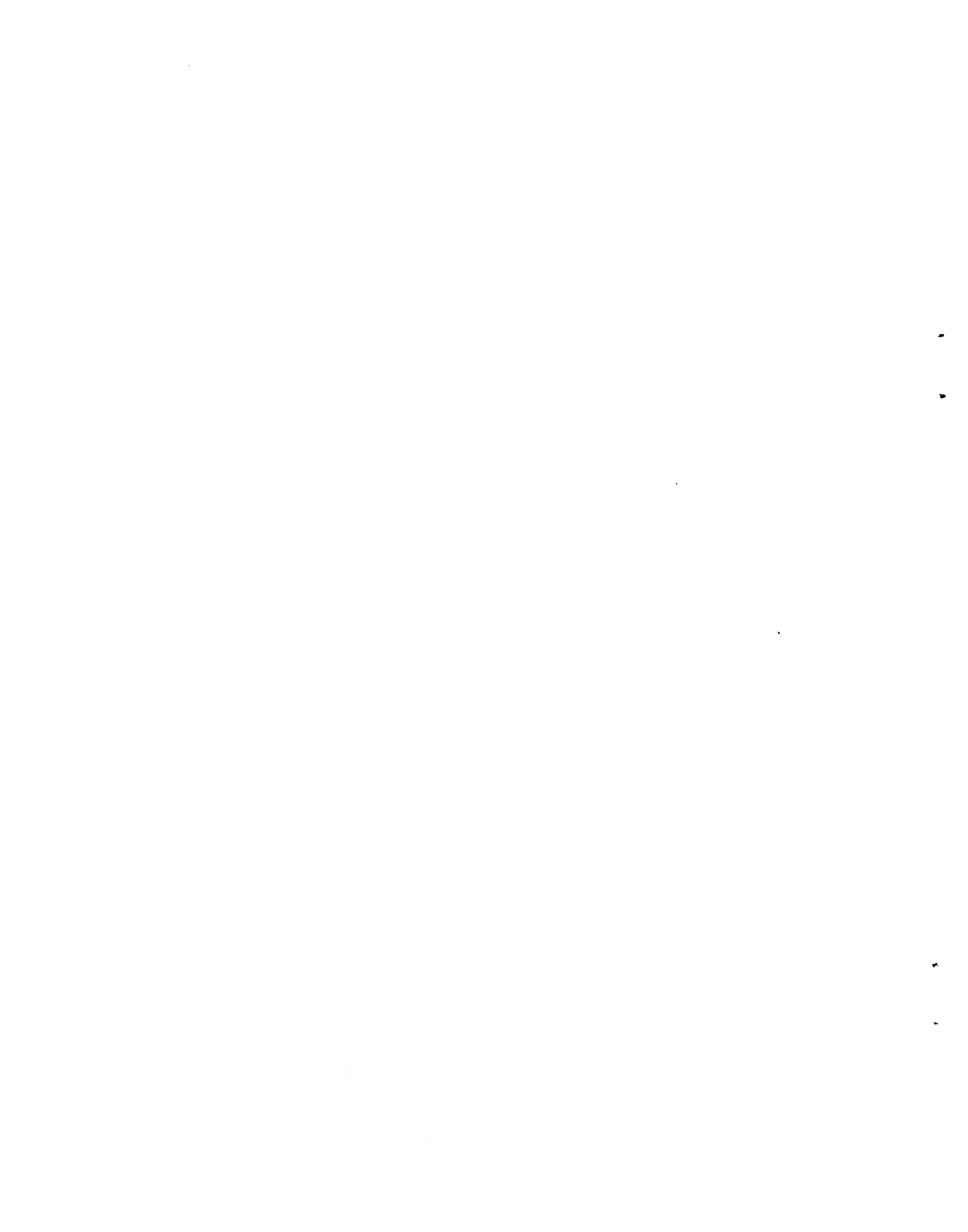
☐ = potentiel pour la génération suivante

génération. Les entreprises de Chandler et de Grande-Rivière ont des possibilités d'évolution au niveau du nombre d'abonnés, de l'équipement technique et des services offerts. Quant à celle de Grande-Vallée, son nombre d'abonnés interdit de la placer dans les entreprises de première génération bien qu'elle partage les caractéristiques de celles-ci.

Les entreprises de Saint-Pascal et de Saint-Philippe-de-Néri sont des entreprises de deuxième génération avec des possibilités d'évolution au niveau du nombre d'abonnés pour Saint-Pascal et des services offerts (en terme de production locale) pour l'entreprise de Saint-Philippe.

L'entreprise de Matane est en pleine évolution, on peut la situer comme faisant le passage de la deuxième génération à potentiel de troisième génération: ses points les plus faibles sont l'équipement technique et les services offerts (la production locale n'est pas encore amorcée). Enfin, trois entreprises ont de toute évidence le potentiel nécessaire pour continuer l'évolution vers la câblodistribution de l'avenir. Il s'agit des entreprises de Rimouski, de Rivière-du-Loup et de La Pocatière même si cette dernière est moins avancée que les deux autres en ce qui concerne les abonnés et l'équipement de studio. Enfin, la troisième génération de la câblodistribution comme telle n'existe pas encore dans l'Est du Québec.

L'étude des états financiers des entreprises (chapitre V) complètera les données nécessaires à une typologie finale. Enfin, l'étude des projets d'avenir des câblodistributeurs (chapitre VI) posera à nouveau le problème de l'évolution de ces entreprises selon les diverses catégories que nous venons de poser.



CHAPITRE V: L'ANALYSE FINANCIERE

Comme nous l'avons déjà indiqué, la présente recherche vise à présenter l'offre de câblodistribution dans l'Est du Québec. Un tel objectif ne saurait être atteint sans dresser un portrait comptable et financier des entreprises de câble de la région.

Deux raisons nous ont particulièrement incité à présenter cette analyse financière. En premier lieu, la réputation de taux de rentabilité exceptionnels¹ que sont supposées connaître ces entreprises. Bien que soumises aux normes et contrôle du CRTC, ces entreprises jouissent d'une position de monopole dans leur région respective qui expliquerait leurs taux de rentabilité exceptionnels. Mais, encore, fallait-il établir ce taux. En second lieu, le fait que "contrairement à ce que l'on serait porté à croire, les coûts d'investissements par kilomètre de réseau ont tendance à croître avec l'importance de la couverture du système... Une constatation similaire est faite au niveau des coûts de fonctionnement."² Même s'il nous a été impossible de vérifier ces deux hypothèses dans le cas des 10 entreprises dont nous avons pu obtenir des renseignements financiers, celles-ci viennent toutefois soulever des questions fort pertinentes pour des recherches futures. Dans le cas précis de notre recherche, l'examen de ces deux hypothèses exigeait des données financières s'échelonnant sur plus d'une année, ce que nous n'avons pu obtenir.

Cela dit, nous souhaitons faire cette analyse financière sur les bases suivantes: examen des états financiers de ces entreprises, comparaison de certaines données financières entre elles, comparaison de certains résultats avec l'étude de R.E. Babe, examen de certaines hypothèses quant au développement futur de ces entreprises.

-
1. Robert E. BABE, dans son livre Cable Television & Telecommunications in Canada, introduit ainsi son chapitre sur la rentabilité des entreprises de câble: "The exceptionally high profitability of nature cable systems is known to most observers of the industry..."
 2. Louis BRUNEL. "De la guerre des poteaux à la cité câblée." revue Québec-Science, décembre 1976, p. 17.

Le présent chapitre consiste donc en une présentation des principales conclusions d'une analyse financière de chacune des 10 entreprises de câble qui nous ont fourni les deux états financiers suivants: le bilan et l'état des revenus et dépenses pour l'exercice financier se terminant en 1976. Cette présentation comporte donc trois parties: une première pour poser les limites de notre analyse et les questions à retenir (5.1), une seconde pour répondre à ces questions pour chacune des dix entreprises (5.2) et, enfin, une dernière partie pour esquisser des conclusions générales (5.3).

5.1 Limites et méthodes

Bon nombre de questions sont liées à l'analyse financière des entreprises. Ainsi, celles de la rentabilité de ces entreprises, de leur apport au développement économique de la région et au développement des média communautaires, de leur propriété, etc... Cependant, toutes ces questions ne sont pas de nature purement financière. Chose certaine, il est impossible de répondre à toutes ces questions à partir des seules données financières et comptables que nous avons recueillies. Il s'agit là d'une première limite importante que connaît notre analyse financière. Mais, avant d'aller plus loin, quelques précisions sur l'analyse financière s'imposent.

Le bilan d'une entreprise est avant tout un portrait comptable de cette entreprise à un moment précis de son existence. Il représente à une date donnée la résultante d'un ensemble de transactions qui ont eu lieu depuis la création de l'entreprise. Plus précisément, il indique dans sa partie gauche, l'actif, les formes sous lesquelles tout le capital de l'entreprise a été investi. Ainsi il est important de voir comment ces argents ont été utilisés. Par exemple, préfère-t-on acheter des actifs immobiliers plutôt que de payer des frais de location? La partie droite du bilan, le passif et l'avoir des propriétaires, nous présente les sources de ce même capital. Qui est, ou qui sont les propriétaires réels de l'entreprise? Combien ont-ils investi d'argent? A-t-on réinvesti les bénéfices réalisés dans le passé? L'importance relative de chacune des sources de capital (les comptes à payer, l'endettement bancaire, les parts des propriétaires et les bénéfices accumulés) influent sur la bonne santé financière de l'entreprise,

affectent son taux de rentabilité et le taux de risque couru par tous ceux qui sont intéressés à l'entreprise de câble (propriétaire, prêteurs, public...).

Le bilan est un portrait, avons-nous dit, il est donc statique. Il est cependant le résultat de toute une dynamique et de multiples transactions. Une analyse de l'état des revenus et des dépenses, qui présente l'ensemble des résultats d'opération pour une année, est donc nécessaire et vient compléter l'étude du bilan.

Nous avons au moment de débiter l'analyse un certain nombre de questions précises: quel est l'investissement de départ pour les propriétaires d'une entreprise de câble? Les équipements sont-ils désuets? Les propriétaires renouvellent-ils leurs équipements? Quel est le niveau d'endettement de chaque entreprise, à court et à long terme? Quelle est la part des propriétaires dans le financement total de l'entreprise? Quel est leur taux de profit? Quel est le % de réinvestissement de chacune? Quelles sont les rubriques des dépenses qui expliquent le mieux les résultats des opérations? Les intérêts et frais financiers sont-ils bien couverts par les bénéfices nets d'opération? Finalement, l'entreprise de câble est-elle rentable?

A partir des états financiers nous avons compilé des données, présentées sous forme de tableaux que l'on retrouve soit dans le texte, soit en annexes, et qui donnent les réponses à ces questions. Nous commenterons partiellement ces résultats pour chacune des entreprises étudiées et nous ferons à la fin des remarques plus globales qui concernent l'ensemble des entreprises et leur rôle de câblodistributeur.

Toutefois cette analyse financière, faite à partir des états financiers des entreprises de câble, connaît des limites qu'il importe de souligner. Par exemple, les chiffres que nous avons obtenus sont souvent incomplets du fait d'une comptabilité trop peu détaillée ou encore méconnue des propriétaires mêmes de l'entreprise. L'enquête en effet a été faite auprès du propriétaire ou directeur général de l'entreprise que nous estimions être l'informateur le plus valable des actions et orientations de l'entreprise; trop souvent cependant celui-ci connaissait très peu ou pas du tout

la comptabilité de son entreprise, celle-ci étant habituellement prise en charge par une firme comptable. Ajoutons à cela que les données comptables que nous possédons ne concernent qu'un seul exercice financier, ce qui nous empêche de faire des comparaisons et de suivre l'évolution financière de chaque entreprise. Une seule entreprise, Câblodistribution de l'Est Inc., nous a remis ses états financiers pour plusieurs périodes. Il est intéressant de voir à partir de ce seul cas comment l'investissement très important en capital de départ pouvait être récupéré rapidement à partir du moment où un certain seuil, en termes de nombre d'abonnés, était franchi.

Il y a de plus trois entreprises qui n'ont pu ou n'ont pas voulu nous remettre leurs états financiers. L'une d'entre elles était la deuxième en importance en termes de foyers câblés. Une dernière limite à cette analyse vient de la très grande diversité des entreprises étudiées, les chiffres d'affaires pouvant varier entre \$3,000. et \$500,000. Il devient alors impossible de faire des comparaisons judicieuses entre l'une et l'autre entreprise.

5.2 Les entreprises

Comme nous l'avons montré au chapitre III et au chapitre IV, les entreprises de câblodistribution de l'Est du Québec peuvent être regroupées en deux groupes: les entreprises de première génération (les antennes collectives) et les entreprises de seconde génération (la câblodistribution proprement dite).

Cette polarisation des entreprises en deux groupes nous a permis d'observer certaines caractéristiques propres à l'une ou l'autre de ces catégories. Ainsi, les entreprises de première génération qui comptent un nombre peu élevé d'abonnés (au plus 128), nous ont fourni dans bien des cas des données financières incomplètes (5.2.1). Les entreprises de seconde génération qui comptent généralement un nombre important d'abonnés, ont été regroupées dans une autre partie (5.2.2). Enfin, dans une dernière partie, nous établissons des comparaisons avec l'étude de Babe (5.2.3).

TABLEAU XX:

DONNÉES FINANCIÈRES SUR LES ENTREPRISES DE PREMIÈRE GÉNÉRATION

Entreprises "Antennes communau- taires"	Nombre d'abonnés	Actif total moyen par abonné	Revenu moyen par abonné	% de Finan- cement des actifs par les propriétaires	Bénéfice net après impôt/ventes propriétaires	% de désuétude des Immobilisa- tions
<u>V</u>	124	\$74.	\$48.	46%	+ 8%	10%
<u>VII</u>	128	33.	67.	68%	- 6%	17%
<u>VIII</u>	76	138.	45.	100%	- 17%	70%
<u>XI</u>	45	100.	61.	85%	+ 17%	48%

5.2.1 Les entreprises de première génération (les antennes collectives)

5.2.1.1 L'entreprise V

Nous avons des données trop incomplètes pour cette entreprise et ne pouvons en dire que peu de choses. Nous avons cependant calculé qu'il fallait environ \$74.00 d'actifs par abonné pour faire fonctionner l'entreprise. Ses 124 abonnés lui rapportent à leur tour en moyenne \$48.00 par abonné.

Il est intéressant de noter toutefois que la rubrique de dépense "entretien (matériaux et fourniture)" compte pour un pourcentage important des dépenses totales d'exploitation, soit 25% (voir tableau XXVI).

L'entreprise semble rentable. Une bonne part du financement total des actifs, soit peut-être un peu moins de 50%, doit provenir de la part des propriétaires et des bénéfices réinvestis. Des données incomplètes nous empêchent d'en dire plus. Mentionnons seulement que l'année 1976 a donné des bénéfices nets de \$542.00 aux deux propriétaires de l'entreprise et que le taux de désuétude de ses immobilisations est très bas, soit 10%.

5.2.1.2 L'entreprise VII

Cette entreprise, qui est la propriété personnelle d'un individu, compte 128 abonnés. Il en coûte à ce propriétaire \$33.00 d'actifs par abonné; chacun en retour lui rapporte en moyenne \$67.00. C'est le revenu moyen le plus important de toutes les entreprises étudiées. La part du propriétaire dans le financement total est de \$2,971.00 pour des besoins de \$4,315.00. Cela représente 68% du total. Son financement additionnel lui vient de ses fournisseurs.

Comme l'entreprise V, celle-ci connaît un taux de désuétude de ses immobilisations qui est très bas, soit 17%.

5.2.1.3 L'entreprise VIII

L'entreprise VIII est la 2e plus petite entreprise étudiée en termes de nombre d'abonnés. Elle en compte 76. C'est la seule entreprise qui a été incorporée en vertu de la Loi des associations coopératives.

Elle compte un montant d'actifs totaux de \$10,534.00, soit \$138.00 par abonné, ce qui représente le montant le plus élevé parmi toutes les entreprises étudiées. L'entreprise a réalisé des revenus de \$3,393.00, soit \$45.00 en moyenne par abonné. C'est là le deuxième plus bas montant de tous ceux étudiés.

L'entreprise réalise des pertes depuis le début de ses opérations; le déficit accumulé est de \$2,382.00 au 31 décembre 1975. Elle n'est toutefois pas en difficulté financière; elle a \$3,364.00 en caisse et un certificat d'épargne de \$1,200.00.

La rubrique qui fait la différence à l'état des revenus et dépenses entre les entreprises V et VII (deux entreprises de tailles analogues), c'est celle des salaires. L'entreprise présente un montant de \$1,745.00 à l'item "salaires". Il faudrait pour pouvoir comparer VII et VIII, indiquer dans l'état des revenus et dépenses de l'entreprise VII, le retrait de \$4,050.00 fait par le propriétaire à titre de rémunération personnelle (voir tableau XXVI). Cela diminuerait d'autant le revenu net de \$3,456.00 présenté à ses états financiers. Il présenterait alors une perte de \$594.00.

Il y aurait sans doute des corrections de ce genre à faire dans les états financiers des entreprises I et V qui ne font aucune mention de salaires versés, et cela, à seule fin de rendre leurs états financiers comparables.

Dans le cas de la coopérative, le montant des amortissements accu-

mulés est de \$9,472.00 et correspond à 70% des immobilisations totales. C'est de loin le taux de désuétude le plus élevé de toutes les entreprises étudiées et cela laisse deviner des équipements anciens et démodés.

5.2.1.4 L'entreprise XI

L'entreprise XI est une société qui compte 16 membres ayant des parts égales. C'est la plus petite des entreprises étudiées en termes de nombre de foyers cablés; elle n'en compte en effet que 45. Ainsi le coût moyen par abonné en actifs totaux est-il aussi élevé, soit \$100.00. En retour chaque abonné rapporte en moyenne \$61.00 de revenu à l'entreprise; c'est le 2e plus élevé des montants calculés.

L'entreprise connaît un fonds de roulement négatif de \$158.00 et la mesure de son ratio de liquidité est de .69. Toutefois le niveau de liquidité de cette entreprise est confortable; il y a \$356.00 en caisse au 31 août 1976. De plus on sait que \$842.00 ont été versés au cours de l'année sur une dette totale à la caisse populaire de \$1,196.00; le solde à payer n'est plus que de \$354.00. Mentionnons également que la part des propriétaires dans le financement total de l'entreprise est de 85%; c'est de loin le 2e plus fort pourcentage de financement apporté par les propriétaires dans leur entreprise, et ce fait souligne le très bas niveau d'endettement de l'entreprise, soit 15%.

Comme le niveau des ventes est peu élevé, \$2,747.00, l'entreprise connaît un taux de rotation de ses immobilisations qui est bas, soit .69. Cela signifie que chaque dollar investi en immobilisations ne lui rapporte en revenus que \$.69. Finalement, l'entreprise connaît un taux de désuétude de ses immobilisations égal à 48%.

TABLEAU XXI

DONNEES FINANCIERES SUR LES ENTREPRISES DE SECONDE GENERATION

Entreprises	Nombre d'abonnés	Actif total moyen/foyer câblé	Revenu moyen/foyer câblé	% de financement des actifs par les propriétaires	ratio de liquidité	additions nettes aux immobilisations en 1976	% Immobilisations Actifs totaux	% de dépense: "Entretien mat. et fourniture"/ Revenus totaux	% de dépense: "Salaires"/ Revenus totaux
<u>I</u>	918	\$46.	\$54.	62%	.20	\$20,000.	95%	30%	?
<u>IV</u>	1,653	76.	64.	42%	.80	50,000.	87%	17%	39%
<u>IX</u>	4,075	137.	100.	(4%)	.50	275,000.	90%	5%	35%
<u>X</u>	3,400	53.	55.	42%	.45	66,895.	80%	5%	27%
<u>XII</u>	570	135.	80.	49%	.17	15,471.	60%	9%	22%
<u>XIII</u>	345	135.	55.	29%	.90	4,434.	76%	9%	?

5.2.2 Les entreprises de seconde génération

5.2.2.1 L'entreprise I

L'entreprise I est de petite taille et la propriété d'un seul individu. Elle a des actifs totaux de \$43,000.00 pour un nombre total de 918 abonnés. Il faut donc investir environ \$46.00 d'actifs par abonné pour cette entreprise. Elle réalise par contre un revenu moyen par abonné de \$54.00.

Parmi les entreprises étudiées, elle est une de celles qui ont généré le plus fort montant de vente par dollar d'immobilisation, soit \$1.25. Elle a un fonds de roulement qui est négatif, soit -\$8,000.00 et son ratio de liquidité (disponibilités/exigibilités) est à peine de .20. Cela peut sembler nettement défavorable à cette entreprise, surtout si l'on pense au "prêteur" qui exige souvent des ratio de liquidité supérieurs à 2.0. Cependant l'on peut remarquer que l'entreprise connaît un endettement à long terme plutôt faible, \$6,000.00 et une part des propriétaires dans le financement total qui dépasse les 50% (tableauXXX), ce qui nous indique sans doute un taux de réinvestissement des profits qui est important. De plus l'année 1976 a montré des additions nettes de \$20,000.00 aux immobilisations. Celles-ci ont entièrement été payées grâce aux opérations courantes; comme le niveau d'endettement à long terme est resté le même, cela explique aisément que l'entreprise ait connu une baisse nette de son fond de roulement de \$6,236.00 pour un résultat net final en fin d'année de -\$8,000.00.

Ces investissements nouveaux ont amélioré grandement le % de désuétude de cette entreprise (amortissements accumulés ÷ immobilisations totales au coût d'origine). Il est maintenant de 38% et reflète la moyenne des entreprises étudiées (voir tableau XXX).

Des \$49,784.00 de revenus réalisés, \$30,044. sont absorbés par les dépenses d'exploitation de l'entreprise et là-dessus \$15,389.00 apparaissent à la seule rubrique "entretien (matériaux et fournitures)" (voir tableau XXV).

Même si l'entreprise n'a réalisé qu'un mince bénéfice de \$2,541.00 elle montre toutefois un "cash flow" (bénéfice net avant amortissement et impôt) de \$18,328. Le montant de "cash flow" pour couvrir les frais financiers de \$1,412. est de \$19,740.; l'entreprise couvre donc 13 fois ses intérêts et frais financiers, ce qui représente une position financière très confortable.

5.2.2.2 L'entreprise IV

Cette entreprise, une compagnie à but lucratif, dont la propriété réelle est entre les mains d'un actionnaire qui détient plus de 50% des actions, est dans le cadre de notre étude une entreprise moyenne qui compte 1653 abonnés. Le montant total de ses actifs étant de \$125,891.00, il lui a donc fallu investir \$76.00 par abonné câblé. Elle réalise d'autre part un revenu moyen par abonné de \$64.00.

L'entreprise connaît un taux de rotation de ses immobilisations aux environs de 1.00, ce qui signifie que chaque dollar d'actif immobilisé suffit à générer \$1.00 de vente (tableau XXX).

Un ratio de liquidité de .80 et un fonds de roulement de -\$3,852.00 s'expliquent également dans le cas de cette entreprise du fait d'additions importantes de plus de \$50,000.00 au chapitre des immobilisations. En effet, malgré l'obtention d'un prêt à long terme de \$28,579.00, il a fallu, pour payer la différence, puiser à même le fonds de roulement. Ce dernier est alors passé de \$11,214.00 en début d'année à -\$3,852.00 en fin d'année.

La part des propriétaires \$47,929. représente 42% du financement des actifs totaux de l'entreprise. C'est donc une part importante. La part réellement versée par les propriétaires de l'entreprise s'élève cependant à un total moindre, soit \$16,700. Cette somme représente 13% des actifs totaux de l'entreprise au 31 août 76, la différence entre \$47,929. et \$16,700. représentant les montants de bénéfices nets réalisés par l'entreprise et qui ont été réinvestis dans celle-ci.

Environ 50% des dépenses totales d'exploitation (tableau XXVI) ont été

absorbées par les "salaires". Cela représente une somme de \$41,980.00 par rapport à \$84,561.00. La rubrique "entretien (matériaux et fourniture)" compte également pour un pourcentage important des dépenses totales d'exploitation, soit \$14,741.00 par rapport à \$84,561.00. L'entreprise IV est une des rares firmes qui fait de la programmation et de la production elle y a consacré plus de 10% de ses dépenses.

L'entreprise présente elle aussi une bonne capacité à payer ses frais financiers avec un taux de couverture de 4, soit \$21,951.00 de revenus nets pour \$4,518. de frais d'intérêt (voir tableau XXX).

5.2.2.3 L'entreprise IX

L'entreprise IX est une compagnie à charte provinciale et compte 6 actionnaires, dont l'un détient près de 90% des actions.

C'est l'entreprise la plus importante du groupe étudié et elle compte plus de 10,000 abonnés. Chaque abonné a nécessité au 31 août 1976 un montant d'actif moyen de \$137.21. De son côté l'entreprise, à la même date, réalisait un revenu moyen par foyer câblé de \$100.34. Ces deux données sont parmi les plus élevées trouvées chez toutes les entreprises étudiées. Cependant, comme cette entreprise a connu un très fort taux d'abonnement au câble dans l'année qui a suivi ces états financiers, passant de 4,075 à 10,100 foyers câblés, cela vaut le coup que nous réexaminions ces derniers chiffres. Faisant l'hypothèse que le niveau d'actif de l'entreprise est demeuré le même en 1977, le montant d'actif total par foyer câblé devient donc égal à \$55.00 (\$559,167 ÷ 10,100) soit l'un des plus bas parmi les entreprises étudiées. Quant aux revenus totaux, si nous faisons l'hypothèse que les nouveaux arrivants ont porté leur niveau au double de ce qu'ils étaient, cela signifierait un revenu moyen par foyer câblé de \$80.97 (\$817,818 ÷ 10,100), soit le plus élevé des revenus parmi les entreprises étudiées.

Chaque dollar d'actif immobilisé rapporte en moyenne \$1.15 de revenu à l'entreprise. Elle a ainsi le meilleur "taux de rotation des immobilisations" après les entreprises XI et I respectivement (tableau XXX).

L'entreprise IX présente une situation à court terme qui lui semble très défavorable; elle a en effet un ratio de liquidité égal à .10 (54,600. ÷ 578,427.) Il faut cependant se garder de conclure trop vite et examiner la composition des exigibilités. Dans ce cas précis, nous retrouvons un emprunt bancaire de \$345,036.00 et un billet à demande de \$125,000. En contre partie, l'entreprise n'aurait contracté aucune dette à long terme; en effet cette rubrique du bilan est égale à zéro. Les deux emprunts à court terme qui totalisent \$470,036.00 n'ont vraisemblablement aucune chance d'être remboursé dans les délais normaux du court terme (moins d'un an). De plus, ces deux emprunts ont nécessité la garantie personnelle du propriétaire réel de l'entreprise et sont susceptibles d'être renouvelés à l'échéance aux mêmes conditions. Dans ce cas, mieux vaut pour fins de calcul les considérer comme des emprunts à long terme. Le nouveau ratio de liquidité calculé alors sur cette base est égal à .5 (54,600 ÷ 108,397.) et est nettement meilleur que celui calculé précédemment. Cela demeure toutefois un ratio de liquidité encore trop faible pour une entreprise de cette dimension. Mentionnons toutefois que seule l'entreprise VII possédait un ratio de liquidité supérieur à 1.0, soit 1.1. En effet ce type d'entreprise, qui reçoit des revenus mensuels réguliers, n'a pas besoin de maintenir des liquidités aussi importantes que d'autres entreprises où les revenus sont plus incertains, ou du moins plus variables.

L'entreprise IX possède un des taux de désuétude les plus favorables, soit 12% (67,000. ÷ 556,000.). Ce taux reflète la jeunesse de l'entreprise (incorporée en 1974) et son dynamisme puisque l'on constate qu'elle a acquis pendant cette année 1975-1976 pour plus de \$275,000.00 de nouvelles immobilisations.

A l'état des revenus et dépenses, (tableau XXVI) le montant des dépenses d'exploitation totalise \$411,755.00. En regard des revenus totaux de \$408,909.00 l'entreprise présente donc des revenus nets d'opération avant intérêts et avant amortissement de -\$2,846.00. Les intérêts étant de \$51,906. et les amortissements de l'année de \$59,941.00, l'entreprise montre une perte nette \$115,459.00 pour la période se terminant au 31 août 1976, ce qui fait passer la perte cumulée à \$167,260.00. Dans le cas de cette entreprise, nous

avons pu avoir accès à des données plus récentes et celles-ci nous ont montré (nous ne retrouvons pas ces données dans les tableaux) que, dans la période de 12 mois qui a suivi, cette perte cumulée a été complètement effacée. Le rythme de profit de cette entreprise était d'environ \$12,000.00 à \$15,000.00 net par mois à l'automne 1977.

La part initiale des propriétaires dans l'investissement total nécessitée par cette entreprise est de 26% ($148,000 \div 559,000$) et représente pour une entreprise de cette taille un montant substantiel.

Il est important de mentionner finalement dans le cas de cette entreprise que près de 28% de ses dépenses d'exploitation sont consacrées à la programmation et à la production (tableau XXVII). C'est l'entreprise qui consacre le plus fort pourcentage de ses revenus à ce type d'activité.

5.2.2.4 L'entreprise \bar{X}

L'entreprise \bar{X} est une compagnie à but lucratif qui a 4 ans d'existence au moment de l'étude et qui compte 16 actionnaires dont l'un détient 51% des actions ordinaires. Elle compte 3,400 abonnés et est ainsi la 3e plus importante des entreprises qui font l'objet de notre étude. Chaque abonné a nécessité un investissement moyen en actif de \$58.00 alors que le revenu moyen par abonné pour l'entreprise a été de \$55.00 (tableau XXX).

L'entreprise \bar{X} est celle qui a obtenu le meilleur rendement en termes de ventes par dollar d'actif immobilisé, soit \$1.30 ($188,003 \div 143,714$). C'est aussi l'entreprise qui garde un des meilleurs ratios de liquidité, soit .45. C'est de plus l'entreprise qui a généré le plus fort taux de rendement pour ses actionnaires ordinaires soit 377% (calculé sur la valeur comptable initiale des actions ordinaires: $18,869 \div 5,000$). Ce taux fabuleux s'explique du fait que l'investissement de départ des propriétaires n'a été que de \$5,000.00. Ce montant correspond à peine aujourd'hui à un peu plus de 2.7% de la valeur nette des actifs totaux de l'entreprise (tableau XXV). Cela semble incroyable que des actionnaires privilégiés et des prêteurs aient couru le risque d'une structure de capital qui leur était aussi défavorable;

les propriétaires ont sans doute apporté des garanties de poids. Il est probable de plus que les détenteurs d'actions ordinaires soient aussi ceux qui détiennent les actions privilégiées. La part réelle des propriétaires seraient alors de 27%. Cette pratique d'émettre des actions privilégiées est utile aux propriétaires de l'entreprise qui peuvent se rembourser en faisant racheter leurs actions privilégiées par l'entreprise. De toute façon, le fait que les actionnaires principaux de cette entreprise possèdent des actions dans d'autres entreprises qui ont des activités apparentées à celles de la câblodistribution n'est sans doute pas étranger à cette affaire. En effet, deux d'entre eux détiennent respectivement 52% et 33% des actions du poste de télévision local et un autre, lui, détient 82% des actions du poste de radio local.

L'année 1976 a été très bonne en termes financiers pour l'entreprise X; en effet, on a ajouté des immobilisations nouvelles pour un montant de \$66,895.00 en même temps que l'on diminuait la dette à long terme de \$28,674., tout cela en effet ayant été financé à même les fonds provenant des opérations (revenus nets plus les amortissements comptables) pour un montant de \$66,822. et grâce à une diminution du fonds de roulement de \$25,742.00.

L'entreprise a généré des revenus nets après impôts de \$18,869.00. De cette somme, \$3,150.00 sont retournés en dividendes aux propriétaires pour un rendement de 63% ($3,150 \div 5,000$), le solde ayant été réinvesti. On prévoit investir à nouveau \$40,000.00 en équipements au prochain exercice financier 1976-77 pendant lequel on estime pouvoir réaliser \$66,000.00 additionnels en revenus.

L'entreprise est déjà très rentable, elle a absorbé ses coûts de départ et elle continuera de générer des profits; ses abonnés en sont les garants.

5.2.2.5 L'entreprise XII

C'est une entreprise à propriétaire unique qui compte 570 abonnés câblés. Chacun en moyenne coûte en termes d'actifs totaux \$135.00 à l'entreprise et lui rapporte \$80.00 en revenus. Dans les deux cas, ce sont les

montants les plus élevés que nous ayons vus (tableau XXX).

L'entreprise XII connaît un taux de rotation de ses immobilisations qui est faible, soit .60; elle réalise néanmoins le 2e meilleur taux de rendement sur ses actifs totaux, soit 16% ($\$12,227 \div \$77,359.$) et également le 2e meilleur taux de rendement sur ses revenus totaux, soit 26% ($\$12,227 \div \$46,008.$). Le taux de rendement net pour ce propriétaire est sans doute très élevé et dépasse facilement 50%.

La composition des actifs présente un placement de l'entreprise dans une entreprise d'habitation pour une somme de \$27,000.00 soit le 1/3 des actifs totaux. Comme l'entreprise ne paie pas de frais de loyer, c'est sans doute là le lieu de résidence de celle-ci. Voilà une des rares entreprises étudiées qui est propriétaire de la bâtisse qu'elle occupe.

L'entreprise montre un ratio de liquidité très faible, soit .17; un montant de \$16,715.00 apparaît cependant au chapitre des exigibilités à titre de "revenus différés" et vient par là fausser le calcul global et l'interprétation qu'on pourrait en faire.

Malgré des investissements nouveaux en immobilisations au cours de la dernière année pour un montant de \$15,471.00, cette entreprise connaît un des % de désuétude les plus élevés, soit 60% ($\$50,987 \div \$96,896.$).

Cependant l'entreprise est en bonne situation financière du fait des bénéfices importants qu'elle réalise. Il y a de plus cette part importante que le propriétaire a pris au financement de l'entreprise, soit 50%; cela suppose un taux important de réinvestissement des profits.

5.2.2.6 L'entreprise XIII

Cette entreprise est une compagnie à but lucratif qui compte 3 actionnaires dont l'un possède 95% de toutes les actions ordinaires. Elle compte 345 foyers cablés; chacun lui coûte en moyenne \$135. en actif total et rapporte \$55.00 en revenus d'abonnements (tableau XXX).

Ses revenus totaux sont peu élevés; ils génèrent cependant un bénéfice net avant intérêts, amortissements et impôts de \$14,217.00, ce qui met l'entreprise en mesure de couvrir 4 fois ses frais d'intérêts et de banque qui s'élèvent à \$3,830.00. Ce niveau de revenus plutôt bas est mis en lumière également par un taux de rotation des immobilisations de .58, ce qui est le taux le plus bas devant l'entreprise VII (tableau XXX).

Le ratio de liquidité de l'entreprise est cependant un des meilleurs avec .90; toutefois l'entreprise a négocié au cours du dernier exercice trois petits prêts d'environ \$1,000.00 chacun avec trois institutions financières différentes. Tout laisserait croire que l'entreprise a un fonds de roulement qui est insuffisant.

La part des propriétaires dans le financement total de l'entreprise est d'environ du tiers. Ce sont les prêteurs donc qui financent les deux autres tiers de l'actif total de l'entreprise XIII.

Le taux de rendement net sur les revenus est excellent, soit 25%. Toutefois le 6% de rendement net sur les actifs totaux nous rappelle une fois de plus le niveau élevé des actifs de l'entreprise (tableau XXIX).

5.2.3 Comparaisons avec l'étude de Robert E. Babe et commentaires³

L'hypothèse fondamentale de l'étude de R. Babe est que les entreprises de câble connaissent, pour des raisons technologiques, certaines déséconomies d'échelle à un certain moment de leurs croissances.

Certaines entreprises qu'il a étudiées peuvent difficilement être comparées à celles qui ont été l'objet de notre étude, la raison principale étant la taille des entreprises.

Toutefois cette étude canadienne a justifié que nous accordions plus d'attention à certaines données financières importantes, relativement au nombre de milles de câbles et au nombre de foyers câblables et câblés.

Nous relevons donc certaines données d'entreprises comparables dans l'étude de Babe et, après les avoir confrontées à celles de notre étude, nous présentons certains commentaires additionnels à ceux des sections 5.2.2.1 à 5.2.2.6.

Mentionnons finalement qu'il nous a été impossible de séparer clairement les coûts en immobilisations et les coûts d'opération, dans le cas des "frais d'installations", par exemple, non plus qu'il a été possible d'imputer différemment les montants d'amortissement le cas échéant. Les données financières utilisées sont celles fournies par les entreprises de câbles et nous faisons l'hypothèse qu'elles étaient comparables entre elles et avec celles de l'étude de Babe.

3. Robert A. BABE, déjà cité, chapitre III, "Cost Analysis."

5.2.3.1 Coût en immobilisations par mille de câble

TABLEAU XXII COUT EN IMMOBILISATIONS PAR MILLE DE CABLE

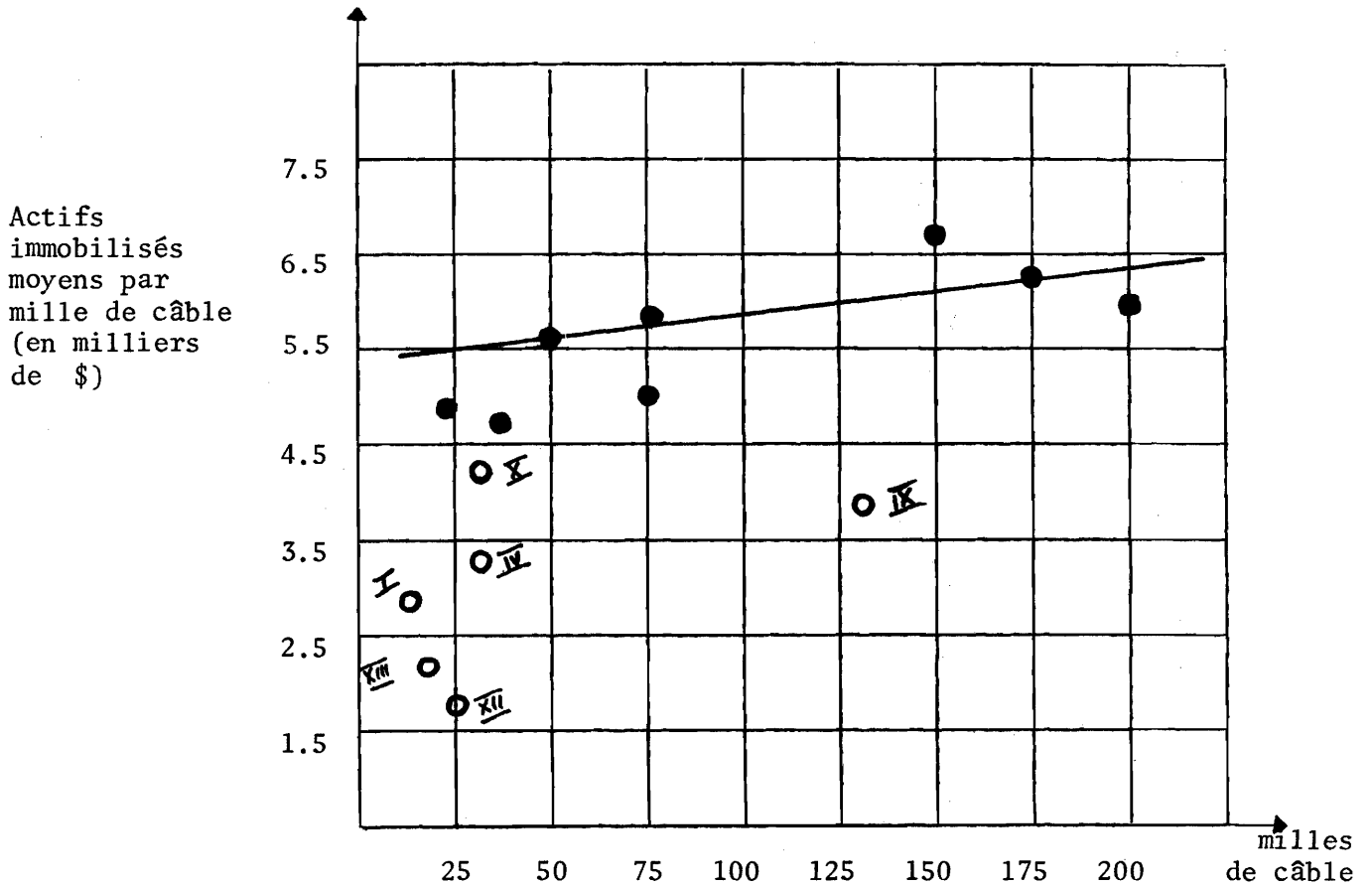
Entreprises	Total: Actifs immobilisés	Nombre total de milles de câble	Actifs immobilisés par mille de câble
<u>I</u>	\$40,501.	14.25	\$2,842.
<u>IV</u>	109,484.	32.8	3,338.
<u>IX</u>	489,715.	129.1	3,793.
<u>X</u>	143,714.	33.	4,354.
<u>XII</u>	45,909.	24.4	1,881.
<u>XIII</u>	35,213.	17.	2,071.

Le graphique qui suit est celui utilisé par Babe dans son étude.⁴ Pour fins de comparaison, nous n'avons retenu qu'une partie du graphique, soit celle correspondant à des entreprises de câble de taille analogue à celles de notre étude, i.e. celles ayant entre 0 et 200 milles de câble.⁵

4. R. E. BABE, op. cit., p. 20.

5. Sur tous les graphiques qui suivent les cercles en noir représentent les entreprises étudiées par Babe et les cercles en blanc celles que nous avons étudiées.

GRAPHIQUE I ACTIFS IMMOBILISÉS MOYENS PAR MILLE DE CÂBLE



La courbe statistique montrée sur ce graphique représente la tendance qui se dégageait à partir des études de Babe auprès d'une quinzaine d'entreprises. Cette courbe montre une tendance à la hausse de l'investissement moyen en actifs immobilisés par mille câblé au fur et à mesure que la dimension de l'entreprise croît. Les six entreprises que nous avons étudiées et comparées dans ce cas précis semblent confirmer cette tendance. Il est important de noter toutefois que le coût moyen calculé pour chacune d'elle est nettement inférieur à ceux calculés pour des entreprises de même taille (moins de 75 milles de câble) dans l'étude de Babe.

5.2.3.2

TABLEAU XXIII

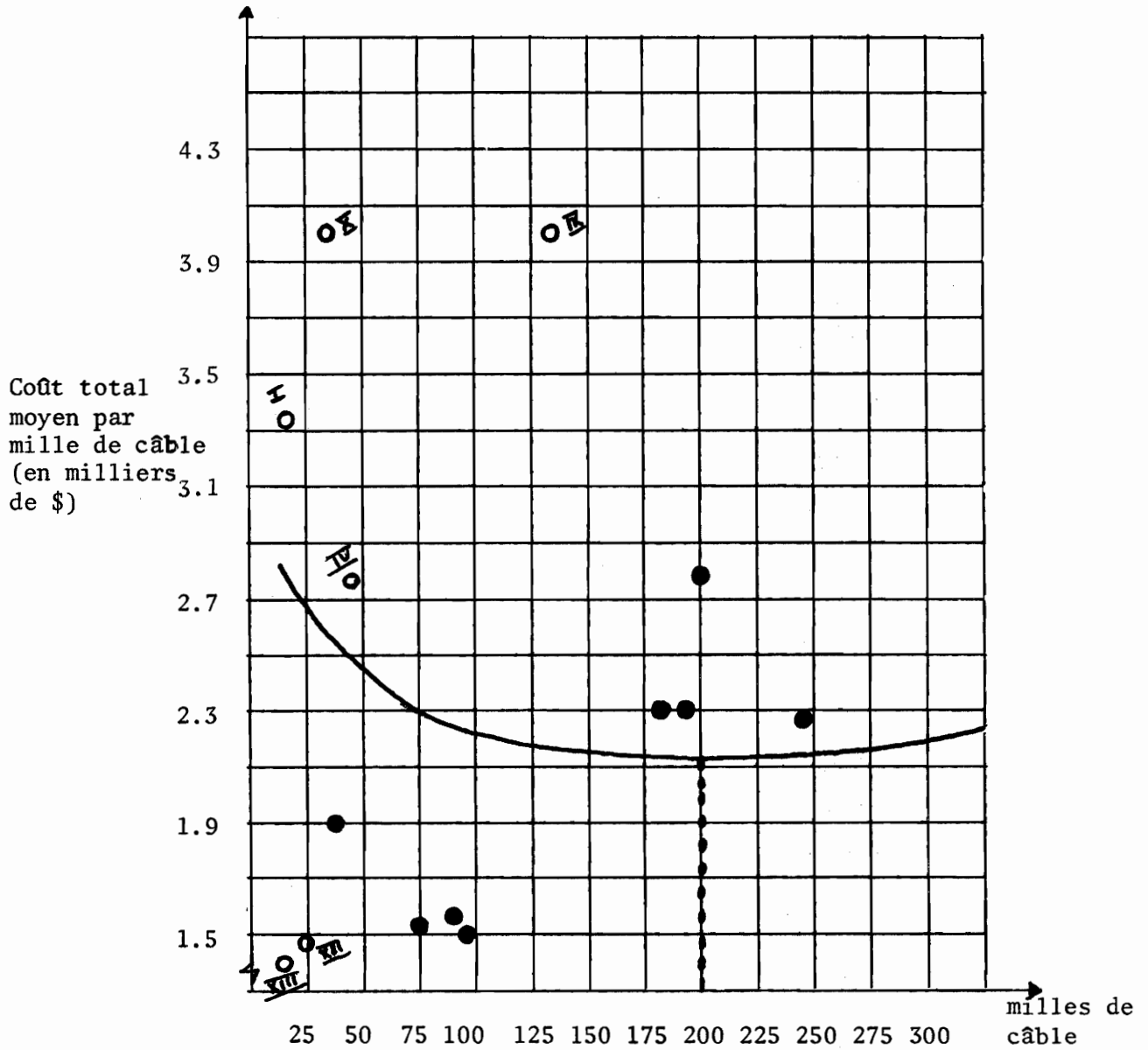
COUT TOTAL PAR MILLE DE CABLE

(1) Entreprises	(2) Nombre de milles de câble	(3) Coûts d'opération mille de câble	(4) Dépréciation (amortissement) mille de câble	(5) Coût total mille de câble (3) + (4)
<u>Etude de Babe:</u> ⁶				
A	18	2053.	500.	2553.
B	74	1081.	510.	1542.
C	75	1247.	311.	1559.
E	89	837.	587.	1425.
F	180	1675.	657.	2333.
G	185	1709.	628.	2338.
H	200	2206.	601.	2808.
<u>Notre étude:</u>				
<u>I</u>	14.25	2352.	963.	3315.
<u>XIII</u>	17.	516.	210.	726.
<u>XII</u>	24.	1149.	258.	1407.
<u>X</u>	33.	2632.	1453.	4085.
<u>IV</u>	38.8	2420.	365.	2785.
<u>IX</u>	129.1	3597.	464.	4061.

6. R. E. BABE, op. cit., p. 26.

Le graphique qui suit est celui utilisé par Babe dans son étude.⁷ Pour fins de comparaison, nous n'avons retenu qu'une partie du graphique, soit celle correspondant à des entreprises de câble de taille analogue à celle de notre étude, soit celles ayant entre 0 et 200 milles de câble.

GRAPHIQUE II COUT TOTAL MOYEN PAR MILLE DE CÂBLE



7. R. E. BABE, *op. cit.*, p. 25.

La courbe statistique montrée sur ce graphique représente la tendance qui se dégageait à partir des études de Babe auprès d'une quinzaine d'entreprises. Cette courbe montre une tendance à la baisse du coût total moyen par mille de câble pour les entreprises qui n'ont pas encore atteint le total de 200 milles de câble, point où la courbe de coût est à son minimum et une tendance à la hausse du même coût pour ces entreprises qui ont au-delà de 200 milles de câble. Toutefois, il faut attirer l'attention sur les écarts extrêmes entre les coûts observés (les divers points sur le graphique) et la courbe théorique qui exprime la tendance qui se dégageait. Il faut remarquer également que nos six entreprises étudiées s'écartent encore plus que les autres de la courbe théorique.

5.2.3.3 Coût moyen par foyer câblable et/ou câblé

Comme le souligne Babe dans son étude, cette mesure du coût moyen est moins déterminante dans l'étude de la grandeur des économies d'échelle possibles que celle du coût moyen au mille câblé.⁸ Toutefois, dans la mesure où les entreprises de câble envisagent d'étendre leur système au réseau rural, la compilation de certaines données relatives au coût moyen par foyer câblable et/ou câblé peut nous fournir des renseignements intéressants.

Comme dans les deux tableaux précédents, nous reprenons certaines données de l'étude de Babe, celles relatives à des entreprises analogues aux nôtres (cette fois là en termes du nombre de foyers câblables) et nous présentons dans un tableau global certains résultats d'entreprises choisies dans les deux études (celle de Babe et la nôtre).

Le calcul des résultats présentés dans ce tableau a été fait sur la base du nombre de foyers câblables. Ils ne sont pas repris sur la base du nombre de foyers effectivement câblés. Dans un tel cas, les résultats ne seraient pas sensiblement modifiés et nos comparaisons, estimons-nous, demeurent valables puisque les entreprises étudiées connaissent des taux de

8. R. E. BABE, op. cit., p. 27.

TABLEAU XXIV COMPARAISONS ENTRE LES ENTREPRISES DE L'EST DU QUEBEC AVEC CELLES ETUDIEES PAR BABE

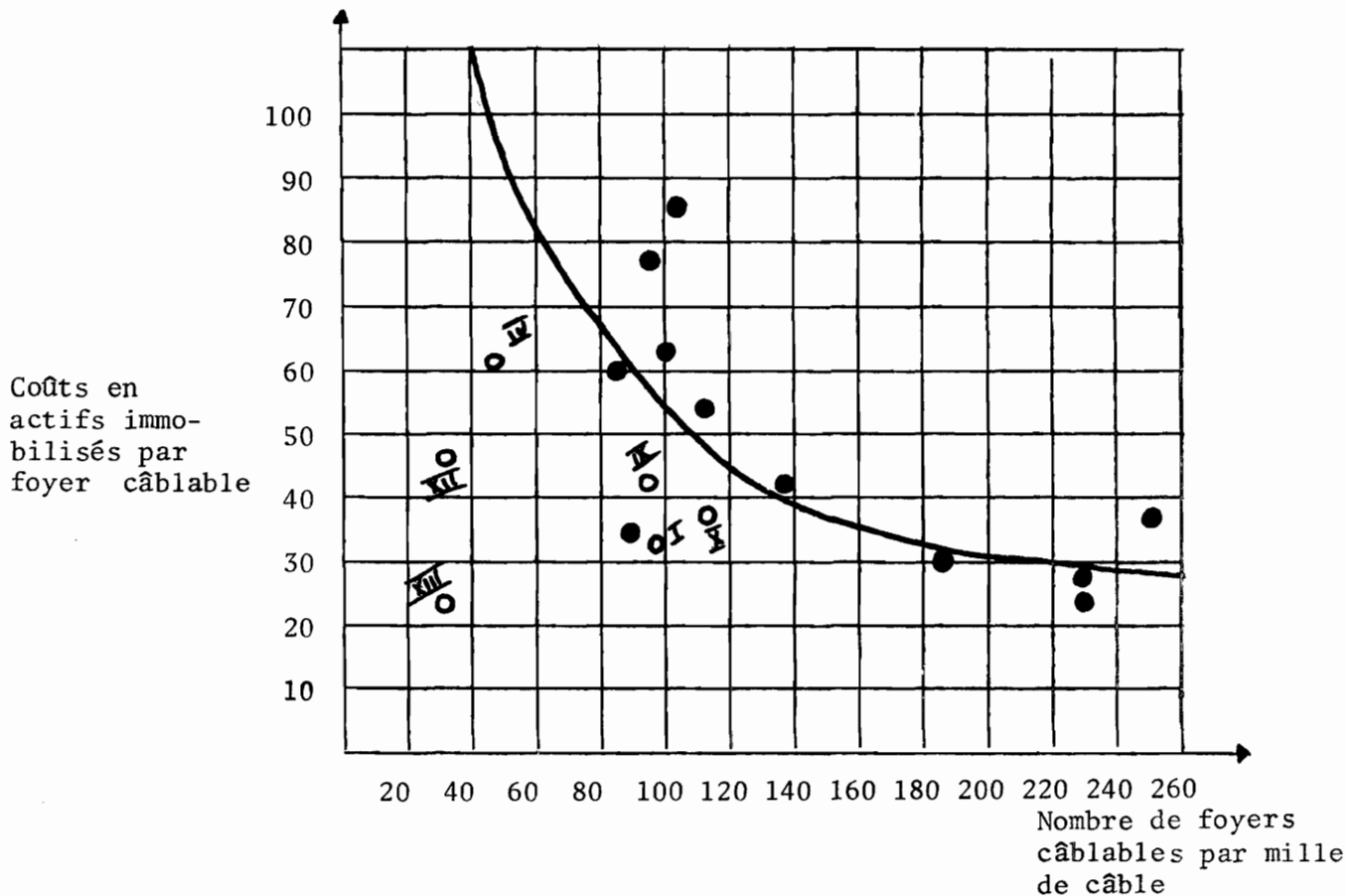
(1) Entreprises	(2) Nombre de milles de câble	(3) Nombre de foyers câblables	(4) % de pénétration Foyers câblés Foyers câblables x 100%	(5) Nombre de foyers câblables par mille de câble (3) ÷ (2)	(6) coût en Immobilisations par foyer câblable	(7) Amortissements par foyer câblable	(8) Coût d'opération par foyer câblable	(9) Coût total moyen par foyer câblable (7) + (8)
<u>Etude de Babe:</u>								
A	18	992	88%	55.1	\$90.79	\$9.08	\$37.10	\$46.18
B	74	6178	54%	83.5	61.12	6.12	12.96	19.08
C	75	7000	71%	93.3	33.41	3.34	13.37	16.71
D	89	12500	73%	140.5	41.78	4.18	9.60	13.78
E	150	14400	nk	96	61.67	6.17	nk	nk
F	180	42500	18%	236.1	27.86	2.79	7.10	9.89
G	185	43407	34%	234.6	26.80	2.68	7.29	9.97
<u>Notre étude:</u>								
<u>I</u>	14.25	1400	65%	98.	\$28.92	\$9.80	\$23.94	\$33.74
<u>XIII</u>	17.	500	60%	29.	70.42	7.15	17.56	24.71
<u>XII</u>	24.	700	81%	29.	65.68	8.86	39.39	48.25
<u>X</u>	33.	3600	94%	109.	39.92	13.32	24.13	37.45
<u>IV</u>	38.8	1745	94%	45.	62.74	8.13	53.81	61.94
<u>IX</u>	129.1	12370	32%	96.	39.58	4.84	37.54	42.38

9. Ce tableau est tiré de l'étude de R.E. Babe, déjà citée, p. 29.

pénétration (nombre de foyers câblés/nombre de foyers câblables) relativement élevés et semblables, exception faite de l'entreprise IX.

Le graphique qui suit, tiré du tableau XXIV, met en évidence un problème particulier relativement à la venue du câble au monde rural, soit celui de la densité de la population. En effet, quelle population minimum faut-il atteindre pour justifier l'installation du câble dans les campagnes là où la dispersion des populations est très grande?

GRAPHIQUE III COÛTS EN ACTIFS IMMOBILISÉS PAR FOYER CABLABLE



Dans ce graphique, le coût en actifs immobilisés par foyer câblable est mesuré en fonction de la densité des foyers câblables. La courbe statistique faite à partir des études de Babe et que nous reproduisons sur ce graphique nous montre l'importance d'une densité de population câblable

forte sur les coûts d'investissements. Il suffit de voir sur cette courbe comme les coûts en actifs immobilisés par foyer câblable diminuent rapidement lorsque la densité de foyer câblable s'approche de 100. Cette courbe met en évidence également un autre fait non moins important, soit celui de la baisse substantielle des coûts d'investissements lorsque le taux de pénétration s'accroît. Ainsi l'entreprise IX, dans le cas de notre étude, a connu la rentabilité en moins d'un an lorsque son taux de pénétration du marché est passé de 32% à 84%.

On remarquera de plus sur ce graphique que le coût en actifs immobilisés par foyer câblable pour chacune des six entreprises de notre étude se situe en bas de la moyenne statistique calculée (la courbe du graphique) dans l'étude de Babe.

Il faudrait ajouter cependant, en nous référant au tableau XXIV, que les six entreprises de notre étude connaissent un coût total moyen par foyer câblable qui est supérieur, de loin, à tous ceux observés dans l'étude de Babe, exception faite de l'entreprise A qui connaît un coût total de \$46.18 par foyer câblable. Au fait, l'entreprise A est sans doute celle qui possède le plus de caractéristiques qui la rapprochent des six entreprises que nous avons étudiées: elle n'a que 18 milles de câble, elle compte un petit nombre de foyers câblables par mille de câble, soit 55, et elle connaît un fort taux de pénétration, soit 88%.

Cette dernière remarque met en évidence les difficultés pour les six entreprises de câble étudiées de prolonger le câble dans les campagnes compte tenu du faible nombre de foyers câblables par mille câblé qu'elles possèdent déjà et des coûts énormes afférents à cela. En effet, aucune des six entreprises ne connaît un coût total moyen par foyer câblable qui est inférieur à \$25.00 alors que toutes les entreprises, sauf une, dans l'étude de Babe connaissent un coût total moyen par foyer câblable qui est inférieur à \$19.00.

De toute façon, le fait que nous connaissions des coûts d'investissement pour nos six entreprises qui soient si inférieurs à ceux de Babe,

et des coûts totaux qui leur soient si supérieurs nous oblige à nous méfier des conclusions trop hâtives. Force est toutefois de constater que ces comparaisons que nous avons faites avec l'étude de Babe ont apporté des lumières nouvelles aux résultats que nous avons déjà compilés et commentés.

5.3 Conclusions générales à l'analyse financière

Au terme de cette analyse financière, malgré les limites que nous avons déjà soulignées et malgré le fait que nous n'ayons pu comparer cette étude avec une autre semblable réalisée dans une région analogue à celle de l'Est du Québec, nous pouvons quand même dégager des conclusions que nous présentons dans les six volets qui suivent.

5.3.1 Les rendements des revenus nets de ventes observés chez les entreprises étudiées sont toujours relativement élevés et varient en moyenne entre 10% et 25%. Toutefois, le rendement des revenus des propriétaires, lorsqu'on pouvait le calculer, est encore plus élevé et il atteint même dans le cas de l'entreprise \bar{X} le niveau de 58%. Il s'agit là d'un revenu net après impôt disponible aux propriétaires de l'entreprise. Dans tous les cas cependant où l'entreprise était jeune et en pleine croissance, l'on réinvestissait la presque totalité des bénéfices réalisés. Cela nous explique le très fort pourcentage de l'investissement total qui avait été financé par le ou les propriétaires de l'entreprise. Cela avait comme conséquence que l'entreprise présente une structure de capital forte où le taux de risque pour les prêteurs est relativement bas, ce qui place ces entreprises en bonne position dans le cas où elles doivent négocier des emprunts.

Au sujet des entreprises qui ont connu des déficits, une seule entreprise parmi celles étudiées est encore dans cette position, il faut rappeler qu'une fois un certain seuil franchi en termes de nombres d'abonnés, l'entreprise connaît des profits et surtout un rythme de profits qui permet de récupérer rapidement les pertes accumulées et la mise de fonds des propriétaires. Nous avons déjà cité le cas de l'entreprise \bar{IX} à ce sujet.

5.3.2 Le niveau des actifs est élevé dans la plupart des entreprises.

Il faut admettre cependant qu'un certain niveau d'actifs est nécessaire au démarrage d'une entreprise de câble. Toutefois rien n'indique à l'entreprise d'aller chercher plus d'abonnés avec relativement peu de frais additionnels. Ce sont justement ces revenus réalisés à la marge qui permettent aux entreprises de câble de devenir rapidement rentables.¹⁰

Les trois entreprises (IV, IX et X) qui ont réalisé un chiffre d'affaires supérieur à \$100,000. (donc qui ont passé un certain temps de rodage) semblent vouloir présenter un coût en actif moyen par foyer câblé autour de \$55.00 par année. En retour, le revenu moyen annuel réalisé par foyer câblé tourne autour de \$50.00 pour ces trois entreprises. Il s'agit là de deux tendances propres à la région? Méritent-elles d'être comparées avec des résultats obtenus ailleurs? Sont-elles comparables? En effet, on sait que les territoires desservis dans la région sont vastes et que le nombre de foyers câblables dans chacun d'eux est limité.

5.3.3 Le chiffre d'investissement de départ

Trois entreprises seulement nous ont fourni le chiffre d'investissement de départ des propriétaires par rapport à la valeur actuelle nette comptable des actifs de l'entreprise aux termes de l'exercice financier de 1976. Ce sont les entreprises IV, IX et X qui présentaient respectivement des rapports de 13%, 26% et 2.8%. N'oublions pas qu'à cette date l'entreprise IX n'était pas encore entrée dans sa phase de profits accélérés; ce taux de 26% serait sûrement moindre aujourd'hui. D'après les chiffres qui nous ont été fournis par les autres entreprises, et sans que nous puissions le préciser clairement, tout indique que celles-ci connaîtraient des rapports semblables qui seraient rarement supérieurs à 12% ou 15%. Cela montre clairement comment, dans le cadre de notre économie capitaliste nord-américaine, un propriétaire privé (il n'y avait qu'une seule coopérative parmi les entreprises étudiées), avec une mise de fonds relativement réduite, peut

10. Nous le rappelons, les chiffres obtenus ne nous permettent pas de vérifier cette hypothèse de R. E. Babe qui dit que les coûts d'investissement, au delà d'un certain seuil en termes de foyers câblés, augmentent au fur et à mesure de la hausse du nombre de foyers câblés.

devenir le propriétaire d'un investissement en actif important, qui peut lui être d'une valeur 6 à 10 fois supérieure, sans que cela ne lui coûte davantage que son investissement de départ: un fort pourcentage de réinvestissement des profits de la firme, lié à une capacité d'imprunter toujours plus grande, font le reste. Ainsi toutes ces entreprises, propriétés de quelques individus, risquent donc d'être mises en vente à tout moment. Le propriétaire peut souvent avoir hâte de vendre puisque ces entreprises, dans l'ensemble, arrivent rapidement à des niveaux de rentabilité intéressante. Ainsi le propriétaire privé qui cherche d'abord à spéculer voudra hâter la vente de son entreprise pour récupérer le plus rapidement possible l'investissement qu'il a fait. Mais, qui dans tout cela se soucie des suites de la vente? Qu'en est-il du public? Celui-ci est le premier intéressé puisque c'est lui qui paie finalement. En réalité, celui-ci a très peu à dire sur cette spéculation et très peu à dire également sur la programmation et la production de l'entreprise du câble. Enfin, en Gaspésie, il n'a parfois même pas la liberté de s'abonner ou non au câble lorsque celui-ci est le seul moyen d'avoir accès à la télévision.

5.3.4 Les ratios de liquidité et le taux de désuétude

Un bon indice de la santé financière des entreprises de câble est le fait qu'ils maintiennent des ratios de liquidité (disponibilités + exigibilités) très bas et, pour la plupart, inférieurs à 1.0. De plus, dans bien des cas, on a vu des additions nouvelles aux immobilisations de l'entreprise être financées à même les fonds provenant des opérations (bénéfices nets plus amortissements), quitte à ce qu'un emprunt vienne à l'occasion combler la différence. Tout cela montre qu'il s'agit d'entreprises ne connaissant pas de difficultés financières à court et à long terme.

Les entreprises de câble étudiées ont en général un taux de désuétude des immobilisations qui est bas. La plupart des entreprises qui étaient l'objet de l'étude, surtout chez les importantes, étaient des entreprises jeunes. Le % de réinvestissement des profits était élevé, les additions nouvelles aux immobilisations importantes, tout cela se faisant en parallèle avec une rentabilité elle aussi importante dans chaque cas. L'entreprise

de câble, pourrions-nous avancer, présente donc un secteur où les occasions de profits de ce fait sont importantes. Il serait donc utile de rappeler, ou de se dire, que le développement de ce type d'entreprise ne devrait pas être le fruit d'une concurrence échevelée et que le public, celui qui paie finalement pour tout cela, devrait y retrouver son compte.

5.3.5 La part de la production locale

Seulement trois entreprises, parmi celles qui nous ont fourni des données comptables, font de la programmation et de la production. L'une y consacre 10% et une autre, la plus grosse, y met 25% de ses dépenses d'exploitation. Parce qu'elle est une entreprise au service du grand public et qu'elle jouit d'une sorte de monopole dans ce domaine, il est dans doute important que l'entreprise de câble développe les productions locales qui rendent compte à la population câblée de ce qui se passe chez elle. Une seule entreprise y consacre des sommes importantes; c'est peu. De plus faudrait-il connaître, avant de pouvoir parler de son degré d'engagement envers un public, les ressources financières que cette entreprise a mises à la disposition de la télévision communautaire (TVC) dans sa zone. En effet, on sait qu'il est obligatoire pour tous les titulaires de licence de fournir un canal communautaire. L'entreprise IX a par exemple souvent prêté équipements et techniciens à la TVC (on ne peut cependant connaître la proportion du 25% de dépenses en production qui aurait servi à cela). La TVC on le sait, est fortement dépendante des subventions gouvernementales pour sa vie et sa survie. A long terme, il faut en convenir, ce n'est pas une solution pour la télévision communautaire. C'est pourquoi il nous semble qu'il faille envisager une participation financière plus forte des entreprises de câble aux TVC. En effet, il ne suffit pas de donner légalement à la communauté la possibilité d'utiliser le câble; il faut aussi lui donner les ressources financières nécessaires à une telle utilisation. Il faudrait alors envisager d'autres politiques, d'autres ententes qui garantirient un minimum de ressources financières stables, par exemple, une part des revenus tirés des abonnements.

En entrant dans le domaine des communications, on entre dans le do-

maine public. Or les entreprises de câble sont des entreprises privées; elles sont entre les mains d'individus qui parfois n'ont rien à voir avec les communications et qui souvent se soucient peu des carences des communications en milieu rural, par exemple. Faudrait voir à ce que ces propriétaires privés ne tirent pas tous les marrons du feu au nom d'un service dit communautaire alors que les communautés desservies n'exercent aucun contrôle sur ce médium. Dans bien des cas, celui qui contrôle cet outil de communication, c'est un propriétaire unique. Avec 51% des actions, ce propriétaire détient 100% du pouvoir et peut prendre des décisions qui concernent la "vie de foyer" de toute une communauté.

Au cours de notre enquête, deux dirigeants d'entreprises de seconde génération nous ont avoué qu'ils souhaiteraient que la propriété privée de leur entreprise soit transformée en propriété coopérative. Tout laisse supposer que de tels souhaits ne se réaliseront jamais à moins d'une politique précise à cet égard. La formulation d'une telle politique est elle-même tout à fait problématique. Quoiqu'il en soit, la câblodistribution est bel et bien un service public dont l'exercice ne saurait être laissé à l'arbitraire. De même, si l'on ne se préoccupe que de la seule rentabilité financière, il a tout lieu de croire que le milieu rural ne sera jamais câblé. Il importe donc de s'interroger sur l'avenir du câble.

TABLEAU XXV

ANALYSE DU BILAN DES ENTREPRISES

Entreprises	I *		IV		V *		VII *		VIII *		IX		X		XI *		XII *		XIII *	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
INVESTISSEMENT																				
I. court terme	2200		16407		700		1570		2812		54600		34746		519		29440		11153	
I. Total	42701	5%	125891	13%	9050	8%	4315	36%	10534	27%	559167	10%	181990	20%	4430	12%	77539	40%	46566	24%
I. long terme	40501		109484		8350		2746		7722		504567		147244		3910		45919		35413	
I. Total	42701	95%	125891	87%	9050	92%	4315	64%	10534	73%	559167	90%	181990	80%	4430	88%	77539	60%	46566	76%
FINANCEMENT																				
Dettes court terme	10188		20259		4829		1344		0		578427		94910		668		23815		12319	
Financement total	42701	25%	125891	16%	9050	53%	4315	31%	10534	0	559167	103%	181990	52%	4430	15%	77539	31%	46566	26%
Dettes long terme	6000		57703		0		0		0		0		9900		0		14768		20956	
Financement total	42701	14%	125891	46%	9050	0	4315	0	10534	0	559167	0	181990	5%	4430	0	77539	20%	46566	45%
AVOIR DES ACTIONNAIRES (Propriétaires)																				
Actions ordinaires/Fin. total			16700	13%							148000	26%	5000	2%						
Actions privilégiées/Fin. Total													45000	25%						
Bénéfices cumulés/Fin. total ou Apport des prop. + Bén. cum. Financement total	26513	62%	41571	29%	4121	47%	2971	68%	10534	100%	(167260)	(30%)	27180	15%	3762	85%	38776	49%	13291	29%

* Ces entreprises ne possèdent pas d'actions; c'est la dernière partie qui rend compte pour elles de l'apport des propriétaires et des bénéfices accumulés

TABLEAU XXV

ANALYSE DU BILAN DES ENTREPRISES (suite)

Entreprises Origine, montant et taux de l'endettement	I		IV		V		VII		VIII		IX		X		XI		XII		XIII		
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	
DETTES																					
Particulier	6000		11304	12%									Part.								
			7514	12%																	
B. fédérale de dévelop- pement			14700	12%										20700	(10%)						
			20000	12.5%																	
Caisse populaire					4304	12%											1197				989 (14%)
(hypothèque)																					922 (14%)
Caisse d'établissement																					17822 (12%)
																					1220 (13%)

TABLEAU XXVI

ETAT DES REVENUS ET DEPENSES COMPARES

Entreprises Etat des Revenus et Dépenses	<u>I</u>	<u>IV</u>	<u>V</u>	<u>VII</u>	<u>VIII</u>	<u>IX</u>	<u>X</u>	<u>XI</u>	<u>XII</u>	<u>XIII</u>
Revenus	49784.	106512.	6051.	8604.	3393.	408909.	188003.	2747.	46008.	19167.
Salaires - permanent - temps partiel		41980.				145920.	52046.			
Bénéfices marginaux		1674.				10715.	2382.			
Sous-traitants						2079.				
Loyer: locaux	580.	4848.	1200.			6357.	2265.			
Assurance	1630.	4840.	275.			5743.	2404.			
Location équipement						163966.				
Entretien et location véhicules	5733.	4195.	300.			5012.	4609.			
Frais: voyage & déplacement	960.	690.	900.			20529.	1983.			
Fournitures de bureaux Facturation abonnés	1665.	1389.	150.			11738.	4681.			
Frais légaux vérification	220.	1860.	281.			7500.	4785.			
Droits et redevances: R.S.P.		415.	146.			1514.	870.			
Taxes et licences	1231.	803.	215.			330.	1754.			
Frais de gestion		1548.								
Entretien (matériel et four- niture)	15389.	14741.	1055.			20458.	10626.			

TABLEAU XXVI

ETAT DES REVENUS ET DES DEPENSES COMPARES (suite)

Entreprises Etat des Revenus et Dépenses	<u>I</u>	<u>IV</u>	<u>V</u>	<u>VII</u>	<u>VIII</u>	<u>IX</u>	<u>X</u>	<u>XI</u>	<u>XII</u>	<u>XIII</u>
Loyer des câbles et poteaux	1082.	1078.	136.				1400.			
Comm. ventes										
Publicité		1002.	25.20			1258.	97.			
Bandes magnétoscopiques	200.	530.								
Films - diapositives		145.								
Décors		361.								
Autres dépenses	1354.	2405.	200.			8636.	21256.			
TOTAL: dépenses d'exploitation	30044.	84561.	4883.	5147.	3970.	411755.	111158.	2268.	27061.	4949.
Intérêt et frais financiers	1412.	4518.	726.			51906.	3222.		518.	3820.
Amortissements	13723.	14195.				59941.	47953.		6202.	3579.
Impôts	2604.	5171.					6980.			
Bénéfices nets après impôts	2541.	(1598.)	542.	3456.	(577.)	(115459.)	18869.	478.	12227.	6808.
Retraits/dividendes				4050.			3150.		832.	

TABLEAU XXVII

ANALYSE DE L'ETAT DES REVENUS ET DEPENSES
(classification fonctionnelle des dépenses totales d'exploitation)

Entreprises	<u>I</u>		<u>IV</u>		<u>V</u>		<u>IX</u>		<u>X</u>		<u>XI</u>		<u>XIII</u>	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<u>Dépenses d'administration</u> <u>Revenu total</u>	$\frac{2991}{49784}$	6%	$\frac{32246}{106512}$	30%	$\frac{2192}{6051}$	36%	$\frac{104370}{408909}$	25%	$\frac{35744}{188003}$	19%	$\frac{855}{2747}$	31%		
<u>Dépenses techniques</u> <u>Revenu total</u>	$\frac{23688}{49784}$	47%	$\frac{42691}{106512}$	40%	$\frac{1191}{6051}$	19%	$\frac{178928}{408909}$	43%	$\frac{75317}{188003}$	40%	$\frac{707}{2747}$	25%		
<u>Dépenses de vente et de marketing</u> <u>Revenu total</u>	$\frac{1665}{49784}$	3%	$\frac{850}{106512}$.7%	$\frac{25}{6051}$.4%	$\frac{15048}{408909}$	3%	$\frac{97}{188003}$.05%				
<u>Dépenses de programmation et de production</u> <u>Revenu total</u>	$\frac{1700}{49784}$	3%	$\frac{8772}{106512}$	8%			$\frac{113409}{408909}$	27%						
<u>Dépenses totales d'exploitation</u> <u>Revenu total</u>	$\frac{30044}{49784}$	60%	$\frac{84561}{106512}$	79%	$\frac{4883}{6051}$	80%	$\frac{411755}{408909}$	100.6%	$\frac{111158}{188003}$	59%	$\frac{2162}{2747}$	78%	$\frac{4952}{11760}$	42%

TABLEAU XXVIII

ANALYSE DE L'ETAT DES REVENUS ET DEPENSES

(Présentation de certaines rubriques et dépenses en pourcentage des dépenses totales d'exploitation)

Entreprises	<u>I</u>	<u>IV</u>	<u>V</u>	<u>VII</u>	<u>VIII</u>	<u>IX</u>	<u>X</u>	<u>XI</u>	<u>XII</u>	<u>XIII</u>
Salaires		39%			51%	36%	28%	24%	23%	
Loyer des locaux	1%	4.5%	20%			1.5%	1%			2.2%
Loyer des câbles et poteaux	2%	1%	2%	5%	3%	40%	.7%	3.5%		5.4%
Publicité		.9%	2%			.3%	.05%		1%	.4%
Frais financiers	3%	4%	12%			13%	1.7%	3.8%		32%

TABLEAU XXIX

ANALYSE DE LA RENTABILITE

Entreprises	I		IV		V		VII		VIII		IX		X		XI		XII		XIII	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
Bénéfice net Revenu	$\frac{2541}{48794}$	5%	$\frac{3573}{106513}$	3%	$\frac{542}{6051}$	9%	$\frac{3456^*}{8604}$	40%	$\frac{(577)}{3393}$	(17%)	$\frac{(115459)}{408909}$	(28%)	$\frac{18869}{188003}$	10%	$\frac{479}{2747}$	17%	$\frac{12227}{46008}$	26%	$\frac{2975}{11760}$	25%
Bénéfice net Actifs totaux	$\frac{2541}{42701}$	6%	$\frac{3537}{125891}$	2.8%	$\frac{542}{9050}$	6%	$\frac{3456^*}{4315}$	80%	$\frac{(577)}{10543}$	(5%)	$\frac{(115459)}{559167}$	(21%)	$\frac{18869}{181990}$	10%	$\frac{479}{4429}$	11%	$\frac{12227}{77359}$	16%	$\frac{2975}{46566}$	6%
Bénéfice net Avoir des propriétaires (actionnaires ordinaires)	$\frac{2541}{26513}$	9%	$\frac{3537}{58271}$	6%	$\frac{542}{4121}$	13%	$\frac{3456}{2971}$	116%	$\frac{-(577)}{10534}$	(5%)	$\frac{(115459)}{19260}$	599%	$\frac{18869}{32180}$	58%	$\frac{479}{3761}$	12%	$\frac{12227}{38776}$	31%	$\frac{2975}{13291}$	22%
Dividendes versés Valeur nominale des actions ordinaires													$\frac{3150}{5000}$	63%						

* Données avant l'impôt

TABLEAU XXX

RATIOS DIVERS

Entreprises RATIOS DIVERS	<u>I</u>	<u>IV</u>	<u>V</u>	<u>VII</u>	<u>VIII</u>	<u>IX</u>	<u>X</u>	<u>XI</u>	<u>XII</u>	<u>XIII</u>
% de Rotation des Immobilisations	$\frac{49784}{40501}$	$\frac{106512}{109484}$	$\frac{6051}{6750}$	$\frac{2745}{8604}$	$\frac{3393}{4134}$	$\frac{578000}{489000}$	$\frac{188003}{143714}$	$\frac{2747}{3910}$	$\frac{46008}{77359}$	$\frac{19167}{35213}$
	1.25%	.99%	.90%	.30%	.80%	1.15%	1.3%	.69%	.60%	.58%
Ratio de liquidité (Disponibilité:exigibilités)	$\frac{2200}{10188}$	$\frac{16407}{20259}$	$\frac{700}{4829}$	$\frac{1510}{1344}$	$\frac{2812}{\emptyset}$	$\frac{54000}{578000}$	$\frac{34746}{94910}$	$\frac{519}{668}$	$\frac{3940}{23815}$	$\frac{11153}{12319}$
	.20%	.80%	.14%	1.1%	-	.10%	.45%	.80%	.17%	.90%
% DE DESUETUDE:										
Amortissements accumulés Immobilisations totales	$\frac{24999}{65500}$	$\frac{59365}{168849}$	$\frac{750}{7500}$	$\frac{686}{3432}$	$\frac{9472}{13606}$	$\frac{67000}{556000}$	$\frac{150083}{293797}$	$\frac{3649}{7560}$	$\frac{50987}{96896}$	$\frac{7170}{42389}$
	38%	36%	10%	17%	70%	12%	50%	48%	60%	16%
Bénéfice net avant l'impôt + Frais fin. et amortissement Frais financiers	$\frac{19750}{1412}$	$\frac{21951}{5418}$	$\frac{1168}{726}$			$\frac{(2846)}{52672}$	$\frac{76845}{3222}$			$\frac{14207}{3831}$
	13 fois	4 fois	1.3 fois			nulle	28 fois			4 fois
Investissement de départ des propriétaires Valeur actuelle net comptable des Actifs de l'entreprise à la fin de 1976		$\frac{16700}{125891}$				$\frac{148000}{559167}$	$\frac{5000}{181990}$			
		13%				26%	2.8%			
Montant total d'Actifs Nombre d'abonnés	$\frac{43000}{918}$	$\frac{125891}{1653}$	$\frac{9504}{124}$	$\frac{4315}{128}$	$\frac{10334}{76}$	$\frac{559167}{4075}$	$\frac{181990}{3400}$	$\frac{4430}{45}$	$\frac{77359}{570}$	$\frac{46566}{345}$
	\$46.	\$76.	\$74.	\$33.	\$138.	\$137.	\$53.	\$100.	\$135.	\$135.
Revenus totaux Nombre d'abonnés	$\frac{48784}{918}$	$\frac{106512}{1653}$	$\frac{9050}{124}$	$\frac{4315}{128}$	$\frac{10334}{76}$	$\frac{559167}{4075}$	$\frac{181990}{3400}$	$\frac{4430}{45}$	$\frac{46000}{570}$	$\frac{19167}{345}$
	\$54.	\$64.	\$48.	\$67.	\$45.	\$100.	\$55.	\$61.	\$80.	\$55.



CHAPITRE VI: L'AVENIR DE LA CABLODISTRIBUTION
 DANS UNE REGION PERIPHERIQUE

Notre schéma d'entrevue des câblodistributeurs contenait un certain nombre de questions sur le rôle et l'avenir de la câblodistribution. Les câblodistributeurs nous ont répondu évidemment à partir de la situation de leur entreprise. Une première analyse laisse voir clairement que les points de vue adoptés varient selon qu'ils proviennent d'entreprises de première génération (6.1) ou d'entreprises de seconde génération (6.2).

Comme nous l'avons déjà indiqué, les entreprises de première génération ne sont finalement que des antennes qui rendent accessibles le réseau de Radio-Canada (français et, dans certains cas, anglais)¹ à des populations qui autrement en seraient privées. Il s'agit en l'occurrence des entreprises de Marsoui, de Mont-Saint-Pierre, de Percé et de Sainte-Marthe. De plus, les entreprises de Grande-Rivière, de Grande-Vallée et de Chandler peuvent être assimilées à ce groupe bien qu'elles présentent des possibilités d'évolution qui manquent aux quatre premières. Enfin, notons que toutes ces entreprises ont été fondées avant 1961.

Dans la câblodistribution de seconde génération, nous retrouvons toutes les entreprises fondées après 1972, soit celles de Rivière-du-Loup de Rimouski et de Matane, et les entreprises fondées avant 1961, qui ont évolué, soit les entreprises de la Pocatière, de Saint-Pascal et de Saint-Philippe-de-Néri. A une exception près, les projets de ces entreprises ne présentent pas de différences très importantes.

6.1 La câblodistribution de première génération

Dans cette catégorie, nous considérerons d'abord les entreprises qui n'ont pas évolué depuis leur fondation puis celles qui ont évolué quelque peu. A moins d'une intervention des gouvernements, les premières n'ont pas d'avenir alors que les secondes ne sont pas complètement dépourvues de moyens d'évoluer.

1. Ces antennes ne sont finalement, selon une expression de Claude Gousse, que des "compléments de réseau".

6.1.1 Les entreprises qui n'ont pas d'avenir

A l'été 1977, les propriétaires des entreprises de câblodistribution de Marsoui, de Sainte-Marthe, de Mont-Saint-Pierre et de Percé s'interrogeaient sérieusement sur leur avenir. Compléments du réseau de Radio-Canada, ces antennes perdent leur raison d'être le jour où la Société d'Etat décide d'installer un satellite ou une antenne pour rendre son signal disponible par la voie des airs.² Ces petits câblodistributeurs étaient conscients de cette situation. Aussitôt que Radio-Canada ou CHAU-TV, "donne un service complet par antenne, nous dit le gérant de la Coopérative de câblodistribution de Percé, notre service n'aura plus sa raison d'être".³

Pour survivre, il faudrait que ces entreprises offrent d'autres stations. C'est d'ailleurs ce que la population désire: "Tout le monde en veut d'autres postes", nous dit le câblodistributeur de Sainte-Marthe.⁴ Ces entreprises peuvent-elles offrir d'autres stations? Celles situées dans Gaspé-Nord pourraient éventuellement offrir une autre station de télévision si le réseau TVA ou CBC s'implantait à Sept-Iles. "Là, ils nous annoncent un poste anglais à Sept-Iles pour l'automne. Si on est capable de le capter, nous dit le câblodistributeur de Mont-Saint-Pierre, on va mettre une antenne supplémentaire avec mixage. On va avoir /alors/"

2. Au moment où nous terminions ce rapport, M. André Giroux, directeur général de CBGAT de Matane, annonçait publiquement que la Société Radio-Canada installerait (des antennes) à St-Adelme (près de Matane) à Sainte-Anne-des-Monts et à Mont-Louis (en haut) et des ré-émetteurs à Gros-Louis et Gros-Morne. André GIROUX. "Le développement régional de la Presse électronique" Colloque du Conseil des Communications de l'Est du Québec tenu à Matane, le 13 mai dernier. En somme, les entreprises de Marsoui, Sainte-Marthe et Mont-Saint-Pierre devraient ainsi disparaître. Une question se pose: les sommes investies dans ces antennes et ré-émetteurs n'auraient-elles pas pu l'être dans la câblodistribution? Au lieu de recevoir une station, ces populations auraient alors eu accès à un choix qu'elles n'auront peut-être jamais autrement.

3. M. Albert BLONDIN. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1971, p. 2

4. M. Alphonse DION. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 3

deux postes, un anglais et un français."⁵ Sans cette possibilité, on ne voit pas de quelle façon on pourrait offrir une deuxième station. "Comment qu'on installerait une tour pour prendre Télé-Métropole, on peut pas"⁶.

Par ailleurs, aucun de ces câblodistributeurs n'envisage de s'abonner au réseau Microbec en raison du coût élevé d'abonnement. De plus, pour transformer ces entreprises, il faudrait investir. Omer Cloutier de Mont-Saint-Pierre évalue que ces investissements se situeraient entre \$50,000.00 et \$75,000. Mais qui accepterait d'investir un tel montant⁷ "pour un revenu qui va rester le même". Le revenu brut⁸ de ces entreprises se situe entre \$2,700.00 et \$9,216.00 par année. Outre la dispersion des abonnés, il faut ajouter que l'expansion de ces entreprises en terme d'abonnés est des plus réduite (à l'exception de Percé).

Dans ce contexte, ces câblodistributeurs ne voient pas d'avenir pour leurs entreprises sans l'aide du gouvernement. "C'est pas à nous autre de faire cela (les investissements nécessaires à la transformation des entreprises), c'est au gouvernement". Ou encore: "il va falloir que le gouvernement aide aux petits villages comme nous autres pour pouvoir s'installer là-dedans". Enfin, l'un d'entre eux va jusqu'à dire: "faudrait que le gouvernement s'emparerait (sic) de ces choses-là". En somme, les projets d'avenir existent, "ce qui manquent, c'est l'argent pour les faire".

Par ailleurs, la production d'émissions locales apparaît plus facilement réalisable que l'offre de nouvelles stations de télévision. Ainsi, deux de ces quatre câblodistributeurs ont des projets de production locale. Pour l'un, il s'agit de production automatisée, soit l'achat d'un "simoscope: vous placez le film qui dure trois heures dans la boîte puis vous envoyez

5. Omer CLOUTIER. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 3.

6. Alphonse DION. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 3.

7. Omer CLOUTIER. IBIDEM.

8. Le revenu brut du câblodistributeur est obtenu par le prix d'abonnement d'une année multiplié par le nombre d'abonnés.

ça directement sur le canal 8, dans le câble". Le câblodistributeur de Marsoui va plus loin: "nous autres, disent-ils, on est intéressé à en faire [de la production locale]. S'il le faut, on va acheter une caméra (...) comment que ce serait seulement pour poser des angles de Marsoui, pour discuter là-dessus, quelque chose pour que le monde s'intéresse à chez-eux, puis au moins à la Gaspésie".⁹ La production d'émissions locales apparaît indispensable pour combler les lacunes de l'information régionale de Radio-Canada.

En somme, les propriétaires d'entreprise de première génération entrevoient leur propre développement selon le modèle des entreprises de seconde génération. On connaît Vidéotron par exemple, "même si on a jamais été à Montréal pour voir comment ça marche." Vidéotron ? "Ca vaut la peine, nous dit l'un d'eux. D'abord, tu peux avoir autant d'émissions éducatives que récréatives, tu peux avoir tout ce que tu veux, au choix du client en plus". Même si la formule Vidéotron n'apparaît pas réalisable dans leur milieu, nos câblodistributeurs voient leur rôle comme un rôle de transporteur de signaux et éventuellement de producteur d'émissions. Cependant, ils sont les premiers à reconnaître que leur entreprise n'a ni les moyens, ni le potentiel pour réaliser les transformations qui leur permettraient de jouer ce double rôle. En conséquence, nous disons que ces entreprises n'ont pas d'avenir. Cela ne signifie pas, par ailleurs, qu'il n'y aurait pas possibilité de consolider ces "antennes". Mais, pour cela il faudrait l'aide du "gouvernement".

6.1.2 Les entreprises qui pourraient évoluer

Les entreprises de câblodistribution de Chandler, de Grande-Rivière et de Grande-Vallée sont des antennes, compléments du réseau de Radio-Canada français et anglais. Comme précédemment, il s'agit de câblodistribution de première génération. Ce qui les distingue des précédentes, c'est moins leur état actuel que leurs possibilités d'évolution. Le nombre actuel d'abonnés (entre 304 et 920), le potentiel d'abonnés (à l'exception de Grande-Vallée)

9. Clément GAGNE et Ghislain DESCHENES. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 3.

et un revenu brut qui se situe entre \$15,504.00 et \$61,150.00 par année fondent ces perspectives d'avenir.

Cela dit, les projets immédiats de ces câblodistributeurs ne diffèrent pas tellement de ceux exposés précédemment. En effet, les projets principaux concernent l'offre de nouvelles stations de télévision. C'est ce que la population demande: "On nous demande assez souvent si l'on va avoir d'autres canaux (...). C'est ce qu'ils veulent eux-mêmes. Ils attendent eux-mêmes?"¹⁰ C'est également ce que veulent les câblodistributeurs. Les projets de canaux, nous dit le câblodistributeur de Chandler, "c'est une chose qui est toujours en marche. J'avance toujours vers ça, et maintenant je suis ouvert à 12. J'en ai trois, on peut m'en apporter des canaux, c'est ce que j'attends".¹¹ De même à Grande-Rivière, les projets, c'est "d'augmenter le nombre des canaux."¹²

Les principales stations que ces antennes offrent à leur clientèle sont celles de Radio-Canada français (via Carleton et/ou Matane) et Radio-Canada anglais (via Upsalquitch). Or la Société d'Etat envisage d'offrir par la voie des airs non seulement le service francophone mais aussi le service anglophone.¹³ Dans ce contexte, les entreprises se doivent d'offrir d'autres stations s'ils veulent survivre. S'abonner au réseau Microbec "assez difficile" économiquement, note le câblodistributeur de Grande-Rivière. Celui de Grande-Vallée est plus catégorique: "On n'est pas capable d'embarquer là-dessus par rapport à la faible densité de population". A Chandler, on pourrait sans doute payer la facture, à condition que le réseau Microbec soit accessible.

Par ailleurs, les productions locales ne soulèvent pas un intérêt unanime comme précédemment. A Grande-Vallée, le câblodistributeur a fait une expérience qu'il considère en partie décevante: "J'ai fait l'expérience moi-même. J'ai loué un appareil, ça été une très bonne expérience (...). Sur 300 personnes qui ont pu suivre l'émission, il y a une personne qui

10. M. JALBERT. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1977, p. 9.

11. M. SIROIS. Entrevue réalisée par Alain Grisé. Juillet 1977, p. 4.

12. M. JALBERT. IBIDEM.

13. Selon le recensement de 1971, on comptait 795 anglophones dans Gaspé Nord, soit 4.2% de la population totale et 6,150 dans Gaspé-Sud soit 14.7%.

m'a dit qui avait trouvé cela intéressant, pis les autres (...), soit 20, m'ont dit que c'était plate, que je les tannais, puis les autres n'ont pas répondu. J'ai pas parti en peur pour m'acheter de l'équipement pour \$10,000.00 à \$15,000.00".¹⁴ A Chandler et à Grande-Rivière, on a également une certaine expérience à ce niveau. Le câblodistributeur de Chandler note que la TVC ne soulève pas beaucoup d'intérêt mais elle demeure un projet important: "Câ, (la TVC), c'est un projet, je veux installer mon câble, ça implique \$30,000,00 à \$35,000.00 dollars pour la ville avec des caméras, aller chercher ceux que ça intéresse, la faire notre TVC (...) Je veux que les gens s'en occupent eux-mêmes". En fait, la TVC apparaîtrait dans ces cas plus réaliste que les productions locales dans la mesure où la première permet une participation bénévole.

Enfin, ces câblodistributeurs se définissent plus comme transporteurs que comme diffuseurs ou producteurs d'émissions. Concernant ce second rôle, ils savent par expérience que leurs possibilités sont très limitées. "Pour moi, nous dit M. Sirois de Chandler, je ne voudrais pas jouer aucun rôle, aucun influence (...)". Cette position est cohérente avec le rôle de transporteur que se donne ces câblodistributeurs.

L'avenir n'est pas assuré même si ces entreprises présentent des possibilités certaines pour se transformer en câblodistribution de seconde génération. Pour ce faire, ces câblodistributeurs ne comptent que sur les ressources de leur entreprise et ne font pas appel au gouvernement comme précédemment. Cela ne signifie pas qu'ils pourraient cependant réaliser ce passage sans aucune aide extérieure. Ainsi, à propos de Vidéotron, l'un de ces câblodistributeurs nous dit: "Du côté technique, c'est réalisable mais pour la pratique, je ne le vois pas avant deux ou trois cents ans", et il ajoutait, "parce qu'on a une demande du public pour avoir seulement un poste de Radio-Québec et ça fait quatre ans qu'on en parle". Que dire sinon que l'aide du gouvernement apparaît plus problématique que les ressources de l'entreprise.

14. Robert LEBREUX. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 4.

6.2 Les entreprises de seconde génération

A ne considérer que leur situation actuelle et, en particulier les services offerts, les entreprises de seconde génération forme un groupe assez homogène. Au niveau des projets et des perspectives d'avenir, les entreprises fondées après 1972 affichent plus d'audace et de détermination que celles fondées avant 1961. Il est possible que les investissements consentis par ces dernières pour se moderniser, les aient rendues plus prudentes. Mais, à y regarder de plus près, la taille et particulièrement le nombre d'abonnés semble bien déterminer la place que chacun accorde aux projets d'avenir.

Cette précision apportée, nous considérerons les entreprises de seconde génération comme formant un tout relativement homogène. Les réponses recueillies seront regroupées autour de deux thèmes: le développement de la câblodistribution (1) et le rôle de la câblodistribution dans le développement régional (2).

6.2.1 Le développement de la câblodistribution

Chacun des câblodistributeurs s'est exprimé en fonction de son entreprise. Les propos tenus sur le développement de la câblodistribution peuvent être regroupés autour de deux sous-thèmes: l'avenir de la câblodistribution et les projets de l'entreprise. En fait, l'avenir de la câblodistribution fut l'occasion d'aborder les projets à moyen et à long terme alors que le sous-thème, les projets de l'entreprise, concerne principalement le court terme.

Dès le départ, il apparaît que tous les câblodistributeurs de seconde génération sont séduits par les possibilités du câble à moyen et long terme. Dans cette perspective, le câble, "c'est l'industrie de l'avenir. L'invention du siècle, c'est fantastique,"¹⁵ nous dit François

15. François DIONNE. Entrevue réalisée par Alain Grisé et Lucie Parent. Août 1977, p. 14.

Dionne de Matane. Il ajoute: "C'est quasiment le futur, ce qu'on fait là". De même, Germain Gélinas de Rivière-du-Loup nous avoue: "Ah! Ca /le câble/ c'est merveilleux (...) j'ai l'impression que c'est l'avenir".¹⁶ A quelques nuances près, de tels propos ont été tenus par tous les câblo-distributeur de seconde génération.

Mais pourquoi le câble représente-t-il l'avenir dans les domaines des communications? Aucun câblodistributeur ne justifie son enthousiasme par la rentabilité de cette industrie, si l'on excepte l'un d'eux, propriétaire d'une des plus grosses de ces entreprises, qui nous avoue: Le câble, "on l'a implanté pour faire de l'argent". Quoiqu'il en soit, on parle avec enthousiasme de l'avenir du câble, des services potentiels et de l'utilisation multiple d'une technologie qu'on considère relativement simple. A cet égard, Vidéotron constitue une référence qui fait autorité.

L'avenir du câble, c'est sans doute offrir une multitude de canaux éloignés: "C'est de véhiculer le monde entier sur la télévision du monde, de venir à avoir 5,000 canaux. Le monde choisira ce qu'ils veulent là-dessus". Mais l'avenir du câble, ce n'est pas seulement offrir les stations de télévision du monde entier: "Ca peut paraître drôle à dire (alors que tout le monde prend le câble pour avoir les services de diffusion des réseaux éloignés), l'avenir /du câble/ est plutôt dans les productions locales (...) plutôt dans les services que je devrais dire. Les services que le câble peut donner comme l'heure, la température ou le prix des épiceries (...) tout ça, enfin, Longueuil /Vidéotron/ a un peu illustré cette affaire-là".¹⁷

La multiplication des services et des stations de télévision disponibles au petit écran transformeront progressivement l'usage de celui-ci. A une télévision de masse, le câble opposerait dans les années à venir une télévision et des services plus spécialisés. Je vois des

16. Germain GÉLINAS. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Septembre 1977, p. 5.

17. Denis BELANGER. Entrevue réalisée par Lucie Parent et Alain Grisé. Juin 1977, pp. 13 et 5.

canaux spécialisés,"¹⁸ nous dit le câblodistributeur de La Pocatière. "C'est le moyen de l'avenir, nous dit François Dionne de Matane, dans le sens que tu n'auras pas une communication de personne à personne comme le téléphone, mais tu vas avoir un moyen de communication qui va s'adresser à un groupe de personnes, à une partie de la population qui a des intérêts communs."¹⁹

Dans cette perspective, les câblodistributeurs croient que les services offerts par le câble se multiplieront pour toucher toutes les sphères de la vie quotidienne. Relevons le service bancaire et la télé-eplette: "Vous allez faire votre épicerie par téléphone, les spéciaux de votre épicerie sont sur votre écran télévision, vous allez choisir là par téléphone. On a alors sur l'écran ce qu'il y a à vendre et dès que la facture sort au bout, \$68.13 [par exemple], vous mettez votre carte de crédit spéciale dans une boîte noire rattachée à votre télévision, votre compte à la Caisse populaire va se débiter de \$68.13, le compte à la Banque provinciale de l'épicerie va se créditer du même montant. Ca [ce service], c'est pour cinq ans, maximum dix ans. Ca veut dire qu'il y a une foule d'autres services qui se rattachent à ça."²⁰

Certains de ces services sont déjà offerts par l'un ou l'autre des câblodistributeurs. Ainsi, au niveau de l'information utile, relevons les services suivants: le marché au puce, la météo, les horaires de télévision, le bulletin de la Presse Canadienne, etc... D'autres services fonctionnels comme la télé-surveillance et la lecture à distance des compteurs d'électricité sont étudiés. A propos de la télé-surveillance Raymond D'Auteuil nous dit: "On est en train d'étudier ça en collaboration avec Québec-Téléphone, puis toutes les banques et Caisses Populaires de la région pour implanter ce système-là". A La Pocatière, et à Saint-Philippe-de-Néri, on indique à propos de la lecture des compteurs d'électricité à distance: "Ca va dépendre du prix et si ça va être rentable pour l'entreprise".

18. M. CHOUINARD. Entrevue réalisée par Lucie Parent. Juillet 1977, p. 6.

19. François DIONNE. Doc. cit. p. 14.

20. Raymond D'AUTEUIL. Entrevue réalisée par Alain Grisé et Lucie Parent. Juin 1977, p. 12.

D'autres services sont également possibles à court terme. Ainsi, un service de vidéothèque et d'émissions offertes sur demande un peu dans le genre de Vidéotron. Des canaux spécialisés sont également mentionnés: "un canal pour enfants", un canal réservé à l'information gouvernementale "Je vois entre autres, nous dit le câblodistributeur de La Pocatière, l'information gouvernementale, éventuellement, ça commence lentement. Ça pourrait être le gouvernement qui nous enverrait des cassettes et des choses comme ça". Des émissions sur demande peuvent être offertes sous deux formes: celle de Vidéotron qu'envisage Raymond D'Auteuil et celle de la télévision à péage qui, selon François Dionne de Matane, "va être un aspect très intéressant des communications".

Certains services pourraient être particulièrement intéressants pour une région périphérique. Ainsi, le projet d'un quotidien régional imaginé par Denis Bélanger²¹ de Câblodistribution de l'Est. On sait que dans l'Est du Québec le taux de pénétration des quotidiens est l'un des plus faibles et qu'il n'existe aucun médium d'information couvrant l'ensemble de cette région. Un quotidien diffusé sur le câble solutionnerait les problèmes de distribution et de coût d'impression qui rendent impossible la fondation d'un tel médium. De plus, la collaboration des autres câblodistributeurs pourrait également résoudre le problème de la cueillette de l'information. "Rien n'empêche théoriquement de relier tous les câblodistributeurs du Bas Saint-Laurent, nous dit Denis Bélanger, ne serait-ce que par le biais de mon télescripteur (...) de faire /ainsi/un véritable quotidien régional avec les informations qui viendraient de tout le monde." Ce quotidien ne serait pas une version régionale de la Presse Canadienne mais un véritable journal sur petit écran avec mise en page, photos, etc... "Faut pas que ce soit plein, ça veut dire que tu laisses des espaces libres entre chaque mot; à toutes les trois lignes, faut que tu laisses un trou d'aération; il y a une présentation, faut que tu découvres ça. Tu peux dessiner là dessus, tu peux faire des affaires, mais tout ça, c'est à étudier et à inventer (...)"

21. Denis BELANGER a obtenu une subvention du Conseil des Arts (programmes Exploitation) pour mener une recherche sur ce projet de quotidien régional. Au moment de notre entrevue, il était coordonnateur à Câblodistribution de l'Est à Rimouski.

Enfin, certains services avancés par les câblodistributeurs supposent la bi-directionnalité du câble. Ainsi, l'enseignement à domicile: "Ici, nous dit le Câblodistributeur de Saint-Pascal, le centre scolaire, tout va être câblé. Alors, ils vont faire la classe par câble, disons vers 1990 (dans dix ans). On va vers l'enseignement à la maison, ça va dépendre comment les gens sont réfractaires /ou non/ au changement".²²

De même, au niveau de la médecine, le câble pourrait permettre la consultation d'un médecin à domicile.

Ces nombreux exemples qu'on retrouve dans les études²³ consacrées à la câblodistribution, montrent un peu pourquoi les câblodistributeurs sont enthousiastes quant à l'avenir de la câblodistribution. Toutefois, à court terme²⁴ (et sans doute pour élargir leur clientèle), les câblodistributeurs sont préoccupés par l'offre de nouvelles stations de télévision.

L'abonnement au réseau Microbec était (à l'été 1977) une chose acquise pour cinq des six câblodistributeurs de seconde génération. Deux d'entre eux s'interrogeaient toutefois sur le coût. Enfin, trois câblodistributeurs songeaient alors à offrir à court et moyen terme une trentaine de canaux et le câblesélecteur à leurs abonnés.

"Là, nous dit Raymond D'Auteuil, il va falloir commencer à penser au convertisseur de fréquence (...) pour permettre aux gens de pouvoir syntoniser A, B, C jusqu'à Z (quand ils auront fini le 1 jusqu'au 13). Ca veut dire que dans cinq ans d'ici, à Rimouski, il y aura peut-être 30-35 canaux opérationnels (...) ça s'est fait ailleurs et ça va pouvoir se faire ici". A moyen terme, Louis-Georges Paradis de Saint-Pascal prévoit une abondance de stations: "Nous autres, on se rend jusqu'à 360 mégacycles et on peut passer 36 canaux. A court terme, on a 9 postes et l'année prochaine, si tout va bien, on va se rendre à 12 postes et il

22. Louis-Georges PARADIS. Entrevue réalisée par Rita Giguère Dionne. 7 octobre 1977, p. 6.

23. Voir notre bibliographie sommaire présentée à la fin de ce rapport.

24. "Pour aider à perdre moins d'abonnés, ce serait un atout additionnel" que d'offrir de nouvelles stations, nous dit Germain GELINAS. Doc. cit. p. 5.

n'y aura plus de place sur le "millband" et puis on va avoir besoin d'un câblosélecteur". J.F. Chouinard de La Pocatière nous dit pour sa part: "On peut aller jusqu'à 20 canaux. Les canaux possibles, recevables on va les distribuer au fur et à mesure qu'ils vont rentrer. En fin de compte, dans une région comme la nôtre, ça va probablement se limiter, dans les cinq à dix prochaines années, à l'accroissement de la production disponible". En somme, l'augmentation des nombres de canaux offerts aux abonnés constitue une priorité pour les cinq prochaines années même si l'on reconnaît que l'avenir de la câblodistribution se situe ailleurs.

6.2.2 Le rôle de la câblodistribution dans le développement régional

Selon les câblodistributeurs de seconde génération, la câblodistribution peut jouer un certain rôle dans le développement régional. Ce rôle se situerait à deux niveaux: celui des communications et celui des autres dimensions de la réalité régionale.

Dans le domaine des communications régionales, la câblodistribution pourrait jouer un rôle révolutionnaire dans le sens qu'elle contribuerait à un réaménagement des diverses composantes du système actuel de communication. Elle pourrait également contribuer à une transformation des contenus.

Ce bouleversement pourrait signifier la remise en cause de certains services. Ainsi, la câblodistribution pourrait menacer la rentabilité des stations de télévision dont les auditoires sont déjà restreints. "Si on laisse la câblodistribution se développer sans coordination, nous dit le câblodistributeur de Rivière-du-Loup, j'ai l'impression que beaucoup de stations régionales qui desservent les régions rurales, où le câblodistributeur n'ira jamais, vont perdre des services parce que, dans les grandes villes, ce n'est pas le cas mais, dans des régions comme la notre ici, c'est très important que le câblodistributeur ne se lance pas dans les commerciaux, dans la vente des journaux". Comme on le sait, ce danger ne risque pas de se produire à Rivière-du-Loup... mais, il est bien possible que la câblodistribution

en fractionnant les auditoires, diminue les revenus publicitaires des stations de télévision situées en région périphérique.

De plus, la câblodistribution menacerait non seulement les média électroniques mais aussi les média écrits. "C'est une forme dangereuse des communications, nous dit François Dionne de Matane, c'est-à-dire que /la câblodistribution/, c'est excessivement dangereux pour les autres. Si on développe adéquatement ce moyen de communication-là, la Presse Canadienne, puis tantôt ce sera la Presse régionale, donc j'ai bien l'impression qu'ils vont en prendre pour leur rhume." En somme, certains services que peut offrir le câble pourraient entrer en concurrence directe avec des entreprises offrant des services comparables. Enfin, aucun câblodistributeur ne nous a indiqué que le développement de la téléphonie pourrait être modifié par celui de la câblodistribution. Cependant plus d'un câblodistributeur ont identifié, lors de leur implantation, les compagnies de téléphone comme premier obstacle à leur développement.

En raison de son taux de pénétration et des services qu'elle offre actuellement, la câblodistribution ne constitue pas encore une menace pour les entreprises de communication en place. Cela ne signifie pas, par ailleurs, qu'elle n'exerce pas déjà une influence sur la formation du goût et de la demande du consommateur. "J'ai l'impression, nous dit Raymond D'Auteuil, que ça va éliminer ce qui est québécoise (...). Ce ne sera pas facile, j'ai l'impression qu'il va en rester toujours un petit peu sur les ondes mais (...) ils vont perdre de plus en plus leur côte d'écoute grâce au câble qui permet d'avoir des choses mieux (...). Maintenant, ça va peut-être un peu nous américaniser (...) ça va être à nous autres à faire leur choix". Ce lien avec les Etats-Unis que représente le câble est vu très positivement par François Dionne de Matane: "Culture, c'est pas juste français, ça. On a mis la région à l'écoute de 250 millions d'individus qui vivent à côté de nous autres. On a l'air des sauvages quand on sort d'ici. On dit pas un mot d'anglais, pas un mot; juste former l'oreille des enfants à parler anglais un peu, c'est déjà un commencement de culture". Dans une région, où toutes les entreprises de communications sont francophones et où les stations

américaines n'étaient pas disponibles, le câble permet un contact quotidien qui ne devrait pas être sans influence culturelle. ²⁵

Enfin, les câblodistributeurs de seconde génération comme ceux de première refusent de se laisser enfermer dans le rôle de transporteur de signaux. "De la retransmission et de la production également" nous dit J.F. Chouinard de La Pocatière. Dans leurs discours, les câblodistributeurs attachent beaucoup d'importance aux productions locales qu'ils distinguent de la TVC. La grosse différence entre les deux, c'est que l'une "se veut un peu trop à gauche", selon Raymond D'Auteuil, alors que l'autre veut présenter toutes les tendances ou encore, selon le câblodistributeur de Rivière-du-Loup, adopter un point de vue neutre. Je pense, nous dit Germain Gélinas, que les gens vont s'orienter eux-mêmes. C'est pas à nous autres de donner une orientation à la population". Mais, en même temps, le câblodistributeur se sent responsable du contenu: "On est toujours responsable de ce qui se dit sur nos câbles, car /c'est/ notre moyen de diffusion. On ne peut déléguer nos responsabilités". ²⁶

Ces déclarations et les comportements qu'elles supposent, révèlent bien que les câblodistributeurs se définissent plus comme diffuseurs que comme simple transporteurs de signaux. En d'autres mots, les câblodistributeurs se sentent plus proches de la radio et de la télévision que de la téléphonie où il n'existe pas de contrôle du contenu (du moins officiellement). Cette vision de la câblodistribution pourrait entrer en contradiction avec les projets d'avenir exposés précédemment par ces mêmes câblodistributeurs. Les services bancaires et les services de télé-empierre, par exemple, place le câblodistributeur dans un rôle de transporteurs. En somme, la mise en place d'émissions locales et l'expérience des TVC semblent avoir poussé les câblodistributeurs à se définir comme diffuseur. ²⁷

25. Notre enquête sur les utilisateurs de la câblodistribution se penchera sur cette question.

26. François DIONNE. IBIDEM.

27. A cela, il faudrait sans doute ajouter les définitions juridiques fournies par le CRTC.

Par ailleurs, les câblodistributeurs comptent beaucoup sur leurs productions locales pour contribuer au développement régional. Lorsqu'on demande au câblodistributeur de Rivière-du-Loup s'il contribue au développement régional, il répond: "Je pense que oui (...) l'entreprise elle-même, ²⁸ ce qu'elle apporte, peut contribuer à tout ça. Ce qu'elle fournit actuellement, c'est minime. On essaie par la production locale à faire quelque chose. L'avenir le dira, je pense bien". Les réponses du câblodistributeur de La Pocatière sont également représentatives:

- Avez-vous l'impression de contribuer au développement de la culture, du loisir et de l'information dans la région?

Dans une certaine mesure, oui.

- De quelle façon?

En produisant certaines émissions et en diffusant certaines émissions de l'extérieur qui ne seraient pas disponibles autrement.

- Avant tout, quel caractère voulez-vous donner à votre production?

On n'a pas de projet spécifique à ce niveau-là parce qu'en fin de compte, on accepte toute la production qui nous est proposée, qui est disponible et on la diffuse. On ne veut pas donner une orientation au niveau de la programmation, ce n'est pas à nous autres de le faire".

Ces réponses montrent bien l'hésitation ou mieux les contradictions caractérisant la position du câblodistributeur en région périphérique. Comme transporteur de signaux, le rôle du câblodistributeur apparaît des plus passif: il diffuse ce qu'il reçoit d'ailleurs. A ce titre, le câblodistributeur a décidé de ne pas intervenir dans la programmation et, en conséquence, il ne voit pas comment il contribuerait spécifiquement au développement régional. En revanche, le câblodistributeur pourrait favoriser le développement régional par son rôle de producteur-diffuseur.

28. C'est généralement le point de vue adopté par les entreprises de communication. Les propriétaires de ces entreprises identifient le développement de leur entreprise au développement de la région. Cela est apparu clairement au colloque du Conseil des Communications de l'Est du Québec qui s'était donné comme thème: "Les communications et le développement régional". Voir également Benoît LEVESQUE et al. Les entreprises de mass média de l'Est et leur personnel. (enquête auprès des patrons). Rimouski, GRIDEQ, 1978, pp. 107-108.

C'est donc par leurs productions locales que les câblodistributeurs pensent contribuer au développement régional.

Ainsi, en diffusant les réunions de la commission scolaire, les réunions du conseil de ville, les activités et fêtes locales, les câblodistributeurs de petites villes jouent un rôle important dans l'information locale. "Si on peut réussir à rendre les gens un peu plus conscients de ce qui se passe dans le milieu, à leur faire aimer le beau, je pense qu'on va réussir". Evidemment, il s'agit d'un "petit développement" qui peut "amener les gens à avoir une conscience un peu plus locale, un peu plus régionale et un peu plus nationale dans le sens de national québécois". Mais ce "petit développement" peut avoir des répercussions sur l'économie.

Concernant le développement économique, le câblodistributeur peut encourager les entreprises et les produits régionaux et locaux. Après avoir demandé, au Ministère de l'Industrie et du Commerce, la liste des produits québécois qu'il entendait favoriser, Raymond D'Auteuil tenta une action semblable à l'égard des compagnies d'assurance: "Puis là, j'ai demandé aux compagnies d'assurance d'ici de me fournir leur bilan et de me démontrer où ils investissent leurs revenus. Si vous ne voulez pas me les donner, c'est bien de valeur, je vais vous dénoncer (...) Dans ce sens, je pense que le câble a un rôle à jouer". De même, "au point de vue industriel (...), si on aide nos entreprises locales et régionales à se développer (...) en faisant une bonne publicité et en disant aux gens: Encourager notre monde, en allant les visiter, en allant les filmer, en montrant ce qu'ils font", on contribuera au développement régional. Il faut ajouter ici que les câblodistributeurs ne sont pas tous animés de ce régionalisme économique.

En effet, la plupart des câblodistributeurs voit leur rôle limité au domaine culturel et à celui de l'information locale. Ce double rôle serait réalisé par le transport de signaux éloignés, d'une part et par les productions locales, de l'autre. Toutefois, s'ils entrevoient bien la passivité du rôle de transporteur, ils sont aussi conscients de l'importance limitée des productions locales par rapport aux émissions venant d'ailleurs. Dans ce contexte, on comprend qu'ils soient hésitant à préciser le rôle de la câblodistribution dans le développement régional.

En résumé, l'avenir de la câblodistribution se pose différemment selon qu'il s'agit des entreprises de câblodistribution de première génération ou de celles de seconde génération.

1) les entreprises de câblodistribution de première génération ne sont, dans l'Est du Québec, que des compléments du réseau de Radio-Canada.

2) Parmi ces entreprises (il vaudrait mieux dire ces antennes), celles qui n'ont pas évolué et dont le nombre d'abonnés est inférieur à 200 disparaîtront sous peu à moins d'une aide extérieure. Celles qui ont évolué quelque peu et dont le nombre d'abonnés dépasse 300, pourraient évoluer vers la seconde génération mais leur avenir n'est pas assuré pour autant (v.g. la disponibilité du réseau Microbec et le coût d'abonnement).

3) Les entreprises de première génération entrevoient leur développement selon le modèle des entreprises de seconde génération. Ainsi, on refuse de se définir comme simple transporteurs de signaux et on envisage d'investir dans les productions locales. On peut se demander s'il ne faudrait pas imaginer une voie intermédiaire pour les régions à faible densité de population.

Dans ce contexte, on peut aussi se demander si les sommes que Radio-Canada envisage d'investir dans les relais en Gaspésie (satellite) et celles projetées par Radio-Québec pour la mise en place d'antennes, ne seraient pas socialement plus rentables si elles l'étaient dans la câblodistribution en raison des services multifonctionnels qu'elle permet.

4) Pour les entreprises de câblodistribution de seconde génération, l'expérience de Vidéotron constitue une référence faisant autorité. Les câblodistributeurs se définissent à la fois comme transporteur de signaux et comme producteur d'émissions et de services.

5) Cependant, à court terme, tous les câblodistributeurs se préoccupent de la multiplication des stations de télévision. C'est ce que demande la clientèle et, selon eux, c'est ce qui la retiendra. D'ici cinq

ans, on prévoit offrir une trentaine de canaux de sorte que le câblodistributeur sera bientôt nécessaire. Cette situation nouvelle conduira à la spécialisation des canaux et à une télévision à la carte.

6) A moyen et long terme (de cinq à dix ans), l'avenir de la câblodistribution se situerait dans les services autres que les stations de télévision (v.g. le service de télé-emplette). Ces perspectives d'avenir fondent l'enthousiasme des câblodistributeurs les plus déterminés.

7) En ce qui concerne l'apport de la câblodistribution au développement régional, les câblodistributeurs sont généralement hésitants. On accorde finalement beaucoup d'importance aux productions locales pour renforcer la conscience régionale alors que le rôle de transporteur leur permettrait de favoriser le développement d'une culture plus universelle (sinon américaine). Le peu de moyens qu'on accorde aux premières et le rôle passif qu'on joue dans le choix des émissions diffusées constituent une contradiction assez évidente à cet égard.

BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

ASSOCIATION CANADIENNE FRANÇAISE POUR L'AVANCEMENT DES SCIENCES. Compte-rendu du colloque sur les communications au Québec, tenu à Mont-Gabriel les 2 et 3 juin 1977. Montréal, ACFAC, 1977, 81p.

BABE, Robert E. Cable Television and Telecommunications in Canada. An Economic Analysis, East Lansing. Michigan State University, International Business and Economic Studies, 1975.

The Economic of the Canadian Cable Television Industry. An Arbor Michigan, Xerox University Microfilms, 1975.

BOYLE, Harry J. Discours de M. Harry J. Boyle, président du C.R.T.C. présenté dans le cadre de la deuxième séance plénière "Une télévision canadienne de première qualité - une association de réalisation." 19ième congrès annuel de l'Association canadienne de télévision par câble, Toronto, 2 juin 1976, 8p.

BRUNEL, L. "De la guerre des pôteaux à la cité câblée" dans Québec Science, vol. 15, no. 4, décembre 1976, pp. 16-21.

C.R.T.C. Projet de règlement et énoncés de politique relatifs à la télévision par câble et projet de politique concernant le service de télévision à péage.

1. Projet de règlement relatif aux entreprises de réception et de radiodiffusion.
2. Enoncé de politique relatif au canal communautaire.
3. Enoncé de politique relatif à la distribution de services radio-phoniques.
4. Enoncé de politique relatif aux services par convertisseur de fréquence.
5. Enoncé de politique relatif au canal d'émissions supplémentaires.
6. Projet de politique relatif au service de télévision à péage.
Ottawa, C.R.T.C. Avis public 1975-15, 15 février 1975.

Règlement sur la télévision par câble. DORS/75-665, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1977, 9p.

"La câblodistribution" dans Québec Science, vol. 14, no. 11, juillet 1976, p. 2.

CANTIN, Hélène. Bibliographie; études canadiennes sur les mass média. Ottawa, C.R.T.C., Information Canada, 1974, 99p.

CHAUVEAU, M. "Il était une fois... la câblodistribution" dans Antennes, no. 1, 1976, pp. 4-9.

COMMUNICATION-QUEBEC. Revue de presse spéciale. Le problème de la câblodistribution dans la région de Matane-Rimouski. Rimouski, Communication-Québec, 1974, 25p.

Revue de presse spéciale. Le problème du câble dans la région de Rimouski. Rimouski, Communication-Québec, 1974-1975, 262p.

CONSEIL DES COMMUNICATIONS DE L'EST DU QUEBEC INC. La problématique des communications dans l'Est du Québec en 1977. Partie I: la carte des média. Jean-Louis Plante, responsable de la recherche, Louiselle Lévesque, agent de recherche et Benoît Levesque, consultant. Rimouski, CCEQ, 1977, 106p.

DE GUISE, J. "L'entreprise de communication de masse" dans Recherches Sociographiques, XII, 1, janvier-avril 1971, pp. 99-103.

Elements d'une politique: la télévision à péage au Québec. Québec, Ministère des Communications, 1977, 72p.

FLICHY, P. Télédistribution et vidéo animation. Paris, La Documentation française, 1974.

GOUVERNEMENT DU QUEBEC. Règlement relatif aux entreprises publiques de câblodistribution. A.C. 3565-73. Québec, Editeur officiel, 25 septembre 1973, 10p.

"L'intégration de la télédiffusion par câble au système de la radiodiffusion canadienne." Exposé du C.R.T.C. en vue de l'audience publique prévue à partir du 26 avril 1971 à l'Hôtel Sheraton - Mont-Royal de Montréal. Ottawa, C.R.T.C., 26 février 1971, 32p.

JUNEAU, Pierre. "La programmation locale ou la recherche d'un nouvel équilibre en radiodiffusion." Conférence de Pierre Juneau au 15e congrès annuel de l'Association canadienne de télévision par câble. Banff, Alberta, 6 juillet 1972, 22p.

"Le système canadien de la radiodiffusion par câble." Notes transcrites d'une causerie de M. Pierre Juneau, président du C.R.T.C. au cours d'une réunion tenue sous les auspices de l'I.C.E.A., avril 1971, 14p.

JUNEAU, Pierre. "La télévision classique et la télévision par câble: conflit ou progrès." Causerie de M. Pierre Juneau, président du C.R.T.C. devant le Club Rotary, Québec, 26 janvier 1972, 19p.

"Local programming on cable television." C.R.T.C., Summer 1972, 80p.

MOUSSEAU, Jacques. "Télédistribution" dans Dictionnaire des communications de masse. Paris, Hachette, 1972, pp. 459-460.

OFFICE DE PLANIFICATION ET DE DEVELOPPEMENT DU QUEBEC. Le profil de l'Est du Québec. Région 01. Collection: Les schémas régionaux. Québec, Editeur officiel, nov. 1976, 209p.

"Petite histoire du câble à Mont-Joli et Rimouski" dans l'Action Nationale, v. 66, no. 3-4, novembre-décembre 1976, pp. 295-311.

PIGEAT, Henri. Saint-Ecran. Paris, Solar, 1974, 219p.

Politique relative aux entreprises de réception de radiodiffusion (télévision par câble). Ottawa, C.R.T.C., 16 décembre 1975, 50p.

Pour une politique québécoise des communications. (Document de travail). Québec, Ministère des Communications, mai 1971, 58p.

Le Québec maître d'oeuvre de la politique des communications sur son territoire. Québec, Editeur officiel, 1973, 117p.

"La radiodiffusion canadienne, "un système unique"." Enoncé de politique sur la télévision par câble. Ottawa, C.R.T.C., 16 juillet 1971, 39p.

SLOAN FOUNDATION. La télévision par câble. (Traduction) Paris, Hachette, 1973, 223p.

SPILLER, Frank. "Le canal local; programmation d'origine locale des systèmes de télévision par câble au Canada à l'été 1972." Allocution de M. Frank Spiller du C.R.T.C. au congrès annuel de l'Association canadienne de télévision par câble, Banff, Alberta, 16p.

STEPHANE, R. "La télédistribution en Europe", dans Communications, no. 21, Paris, Seuil, 1974, pp. 184-195.

"Système de télévision à antenne collective". Avis public. Ottawa, C.R.T.C.,
15 avril 1976, 5p.

TAYLOR, J.R. "Le fédéralisme et la câblodiffusion: l'expérience canadienne" dans Communications, no. 21, Paris, Seuil, 1974, pp. 170-183.

"Télé câble à double sens" dans Québec Science, vol. 12, no. 8, avril 1974,
pp. 16-17.

La télédiffusion par câble au Canada. Ottawa, C.R.T.C., janvier 1971, 42p.

ANNEXE I: TELEDISTRIBUTION CABLOUIS INC.

Téledistribution Cablouis Inc. est une compagnie à charte provinciale de 1976, elle emploie 5 personnes, soit 3 techniciens, une secrétaire et un administrateur.

Nous avons fait une entrevue avec l'administrateur de cette entreprise M. Richard Chénard à l'été 1977, cependant, l'entreprise n'ayant pas encore de permis du CRTC¹, nous ne l'avons pas incluse dans le rapport portant sur les entreprises de câblodistribution de l'Est du Québec.

Téledistribution Cablouis a obtenu son permis du CRTC en août 1977 et a commencé à diffuser des émissions en février 1978 après trois ans et demi de travail préparatoire. Le territoire attribué par la RSP et le CRTC va de St-Louis-du-Ha! Ha! jusqu'à Dégelis en passant par Cabano et Notre-Dame-du-Lac.

En février 1978, les municipalités de Cabano et de St-Louis-du-Ha!-Ha! sont câblées avec 650 abonnés. Il est prévu de câbler Notre-Dame-du-Lac vers le 15 août 1978 et Dégelis vers le 15 octobre 1978.

L'entreprise de Cabano offre huit canaux à ses abonnés, soit:

Canal de distribution	Identification	Origine	Chaîne	Canal ou site de réception
2	CJPM	Chicoutimi	TVA	6
3	CJBR	Rimouski	RC	3
4	CFCM	Québec		4
6	CHFJ	St-Jean(N.B.)		6
9	WAGM	Maine		8
10	WMCM	Maine		10
11	CBVT	Québec		11
13	CKRT	Riv.-du-Loup		13

1. Le permis de la RSP avait été obtenu en décembre 1976.

Le canal 12 est réservé au canal local et le canal 8 à Radio-Québec, mais ces deux canaux s'ajouteront plus tard.

ANNEXE II: LE SCHEMA D'ENTREVUE

Conditions d'implantation

- 1.0 L'année d'implantation de votre entreprise?
- 1.1 Les personnes ou groupes à l'origine (bref historique - la première idée)?
- 1.2 Les personnes ou groupes ayant projeté d'implanter une entreprise de câblodistribution avant la vôtre?
- 1.3 Les principales démarches effectuées lors de l'implantation (aspect financier - juridique - technique, etc.)?
- 1.4 Les principaux problèmes rencontrés lors de l'implantation (aspect financier - juridique - technique, etc.)?
- 1.5 Initiatives locales ou entrepreneurs étrangers?
- 1.6 La réaction de la population et des "élites" municipales face à l'implantation de l'entreprise?
- 1.7 Collaboration d'autres entreprises spécialisées dans les communications?
- 1.8 Objectifs posés au départ et leur évolution?

Fonction des entreprises

- 1.0 Le rôle de votre entreprise dans le milieu
 - face à la population
 - face à la technologie
- 1.1 Avez-vous l'impression de contribuer au développement de la culture, du loisir et de l'information dans la région. Si oui, comment?
- 1.2 Le caractère donné à votre programmation se veut avant tout en être un de _____
- 1.3 L'apport de votre entreprise au développement régional.
- 1.4 Idéologiquement, quel est le rôle que vous souhaitez jouer dans le développement d'une culture ou d'une population qui vit dans une région périphérique comme la nôtre?
- 1.5 La participation du public aux services de votre entreprise (TVC - canal communautaire - etc.)

1.6 Pourquoi plusieurs personnes s'abonnent au câble alors que d'autres s'en abstiennent?

Projets des entreprises

1.0 Les projets de votre entreprise pour les cinq (5) prochaines années?

- a) services nouveaux?
- b) clientèle plus large?
- c) investissement?
- d) innovation technologique?
- e) intégration dans l'univers des mass-média ou spécialisation?
- f) développement en milieu rural?
- g) autres mutations?

1.1 Les principales transformations que la câblodistribution fera subir à la télévision ainsi qu'à l'ensemble des communications?

1.2 Le rôle de la câblodistribution dans le développement culturel et économique de l'Est du Québec.

1.3 Face aux multiples possibilités technologiques de l'avenir, comment percevez-vous votre action future en tant que câblodistributeur?

ANNEXE III: LE QUESTIONNAIRE

1.1 Raison sociale de l'entreprise

1.2 Nom du gérant ou directeur général de l'entreprise

1.3 Place d'affaires:

Adresse: _____

Téléphone: _____

1.4 Réseau:

1.5 Type d'entreprise:

entreprise personnelle compagnie
 coopérative autre (spécifiez)
 société

Profil des entreprises

1.0 Abonnés actuels

1.1 Nombre d'abonnés actuels _____

1.2 Nombre d'abonnés par quartier et/ou municipalité:

Municipalités	Nombre d'abonnés		
	Potentiel	Actuel	Rentabilité

1.3 Taux perçus des abonnés (sans la taxe)

Type de service	Frais d'établissement			Taux mensuel d'abonnement*			Frais divers			
	branch. lere TV	branch. TV add.	branch. M.F.	branch. lere TV	branch. TV add.	branch. M.F.	rebran- chement	déména- gement	reloca- lisation	construc- tion
Résidentiel										
Commercial										
Cas spéciaux										

* Indiquer ici la nature de tout rabais en cas de paiement d'avance

12 mois
6 mois
3 mois
autre

Indiquer le montant de toute pénalité pour paiement en retard:

12 mois
6 mois
3 mois
1 mois
autre

1.4 Nombre d'abonnés/services

Type de service	partie câblée	partie non câblée
Résidentiel		
Commercial		
Cas spéciaux		
Total:		

- 1.5 En quoi consiste le territoire que le CRTC ou la RSP a fixé pour votre entreprise?
- 1.6 Ce territoire présente-t-il une forte ou une faible densité?
- 1.7 Quel fut le premier quartier (ou municipalité) à être câblé(e). Et pour quelles raisons?
- 1.8 Par ordre chronologique quels sont ceux ou celles (quartiers ou municipalités) qui ont été câblés(es) par la suite? Raison de cet ordre?
- 1.9 Quel est le taux de croissance de vos abonnements depuis l'année d'implantation de votre entreprise?
- 1.10 Connaissez-vous des fluctuations du taux d'abonnements? A quelles périodes de l'année correspondent-elles et quelles en sont les raisons?
- 1.11 Connaissez-vous votre taux de débranchement?
- a) Quelles en sont les principales raisons et à quelles périodes de l'année, le taux est-il le plus élevé?
 - b) Quelles sont vos réactions face au débranchement? Y-a-t-il des pertes d'argent appréciables?
- 1.12 Connaissez-vous les raisons pour lesquelles les gens s'abonnent à vos services?
- 1.13 Pourriez-vous nous faire une brève description de vos abonnés? (Ouvriers - professionnels ou autres)

1.14 Expliquez votre méthode de paiement

Type de paiement	Proportion dans l'utilisation des méthodes (%)
paiement au bureau d'affaires	_____
paiement par courrier	_____
paiement auprès d'un tiers (banque ou caisse, etc.)	_____
autres	_____

1.15 Fréquence de la collecte

annuelle semi-annuelle mensuelle

1.16 Modalité de facturation

livrets de coupons lettres

autres, expliquez _____

1.17 Quelle est votre méthode de perception des comptes en retard?

1.18 Quelles sont les raisons qui motivent vos tarifs d'abonnement et d'installation comparativement aux autres entreprises québécoises?

1.19 Avez-vous l'intention de demander une augmentation de vos tarifs d'abonnement et d'installation?

1.20 Abonnés virtuels

1.21 Le territoire qui vous a été attribué par la Régie ou le CRTC est-il complètement câblé?

oui non

1.22 Sinon, dans combien de temps pensez-vous le compléter?

1.23 Quel est le potentiel d'abonnés dans le territoire attribué par la Régie ou le CRTC?

1.24 En tenant compte du nombre d'abonnés actuels, quelles sont vos prévisions pour les cinq (5) prochaines années en ce qui concerne les abonnés virtuels?

2.0 Services offerts et projetés

2.1 La télévision communautaire

A) La TVC est-elle organisée chez-vous?

oui non

Expliquez _____

B) Quel est son fonctionnement?

- a) prêt de matériel
- b) prêt de technicien
- c) montant d'argent alloué de la part du câblodistributeur
- d) reçoit-elle des subventions?
- e) nombre d'heures de production par semaine
- f) genre d'émissions produites
- g) combien de personnes emploie-t-elle? _____

permanent bénévoles temps partiel

h) où sont situés vos locaux de production et en quoi consistent-ils?

C) Quelle est votre vision de la TVC et comment entrevoyez-vous son avenir?

D) Quels sont les principaux problèmes rencontrés à la TVC?
(argent - personnel - population - idéologie)

E) Que pensez-vous de la proposition du CRTC qui suggère que 10% des bénéfices bruts du câblodistributeur aille à la TVC?

2.2 Canaux retransmis, y compris les productions locales et communautaires

Canal de distribution chez l'abonné	Langue	Identification	Origine	Chaîne (réseau)	Canal ou fréquence ou site de réception

2.3 Canaux locaux

- a) Combien de canaux utilisez-vous pour la production locale?
- b) Quels sont-ils?
- c) Production audio-visuelle automatisée

Canal	Nombre d'heures par semaine	Type d'émission	Provenance du fond musical

- d) Production locale ou d'intérêt général audio-visuelle non automatisée (1)

Canal	Nombre d'heures par semaine	Type d'émission	Public visé	Production locale/ extérieure(2)

- (1) Exclure les productions de la TVC
- (2) Indiquer s'il s'agit d'échange de production avec d'autres câblodistributeurs ou de films ou autres et dire si vous devez les payer ou s'ils sont gratuits.

- e) Votre production comprend-t-elle des services de publicité?

oui non

- f) En quoi consiste cette publicité?

- services de télémagasinage
- réclames ou messages-éclairés
- annonces d'activités culturelles, communautaires et sociales
- petites annonces

g) Votre entreprise public-t-elle un horaire de sa programmation par:

	fréquence par semaine
- feuillets dépliant, bulletins	_____
- journaux et magasins	_____
- production automatisée	_____
- autres moyens	_____

2.4 Services projetés

- a) Quels sont, en gros, les principaux projets que vous entrevoyez mettre sur pied d'ici cinq (5) ans? (installation technique, augmentation du nombre de canaux, etc.)
- b) Comment entrevoyez-vous l'avenir du câble, surtout en ce qui concerne l'aspect innovation technologique (cité câblée)?

3.0 Participation des gens

- 3.1 La participation du public à vos émissions locales est-elle appréciable?
- 3.2 Recevez-vous des plaintes, des appréciations ou des demandes de la part de la population sur les services que vous vendez? Si oui, en quoi consistent-elles?
- 3.3 Avez-vous fait des recherches dans le but de connaître votre cote d'écoute?

oui non

Si oui, lesquelles?

Si non, avez-vous l'impression d'être écoutés par beaucoup de gens? Pourquoi?

- 3.4 Y-a-t-il des expériences que vous faites pour connaître votre cote d'écoute?

4.0 Personnel

- Organigramme des fonctions

Secteur	Nom des responsables	Années de service	Nom des employés	Années de service
Administration				
Technique				
Programmation				
Ventes				
Total				

4.1 Membres de la direction

Nom	Occupation	Fonction

4.2 Conseil d'administration

Nom	Occupation	Fonction

4.3 Expérience du personnel embauché

4.4 Personnels syndiqués ou non-syndiqués

4.5 Personnels à temps plein et à temps partiel

- le nombre

- le secteur

4.6 Personnels bénévoles

- nombre - secteur

4.7 Personnels sous-traitants

- nombre - secteur¹

5.0 Equipement

Equipement	Quantité		Fabricant et modèle	En êtes-vous propriétaire?		Si non, en indiquer le propriétaire
	couleur	N.B.		oui	non	

5.1 Votre entreprise a-t-elle ses propres locaux de production?

oui non

5.2 Si oui, dimensions approximatives

5.3 Utilisez-vous d'autres locaux de production?

oui non

5.4 Si oui, lesquels? _____

5.5 Tête de réseau

a) Faites une brève description de la ou des tour(s) de réception (hauteur, type de construction ou autres détails pertinents)

b) Décrire sommairement vos équipements de réception, antennes, convertisseurs et autres.

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| 1. - branchements | <input type="checkbox"/> | - programmation | <input type="checkbox"/> |
| - service d'accueil | <input type="checkbox"/> | - entretien | <input type="checkbox"/> |
| - construction | <input type="checkbox"/> | - autres | <input type="checkbox"/> |

c) En cas de panne électrique majeure à votre tête de réseau, votre entreprise possède-t-elle une génératrice auxiliaire?

oui

non

6.0 Investissement et sa rentabilité

6.1 Propriété

Indiquer le nom, l'occupation ainsi que la participation en action ou en parts des personnes impliquées financièrement dans l'entreprise:

Nom	Occupation	Actions ou parts

Coopérative

Nombre de membres _____

6.2 Bilan financier de l'entreprise

6.3 Investissements projetés

6.4 Les actionnaires ont-ils d'autres parts dans les services spécialisés dans les communications

Nom du détenteur	Nom de l'entreprise dans laquelle des titres sont détenus	Catégorie des titres détenus	Poste occupé dans l'autre entreprise

6.5 Emprunts

a) Quelle est la composition de votre dette à long terme au 31 août 1977.

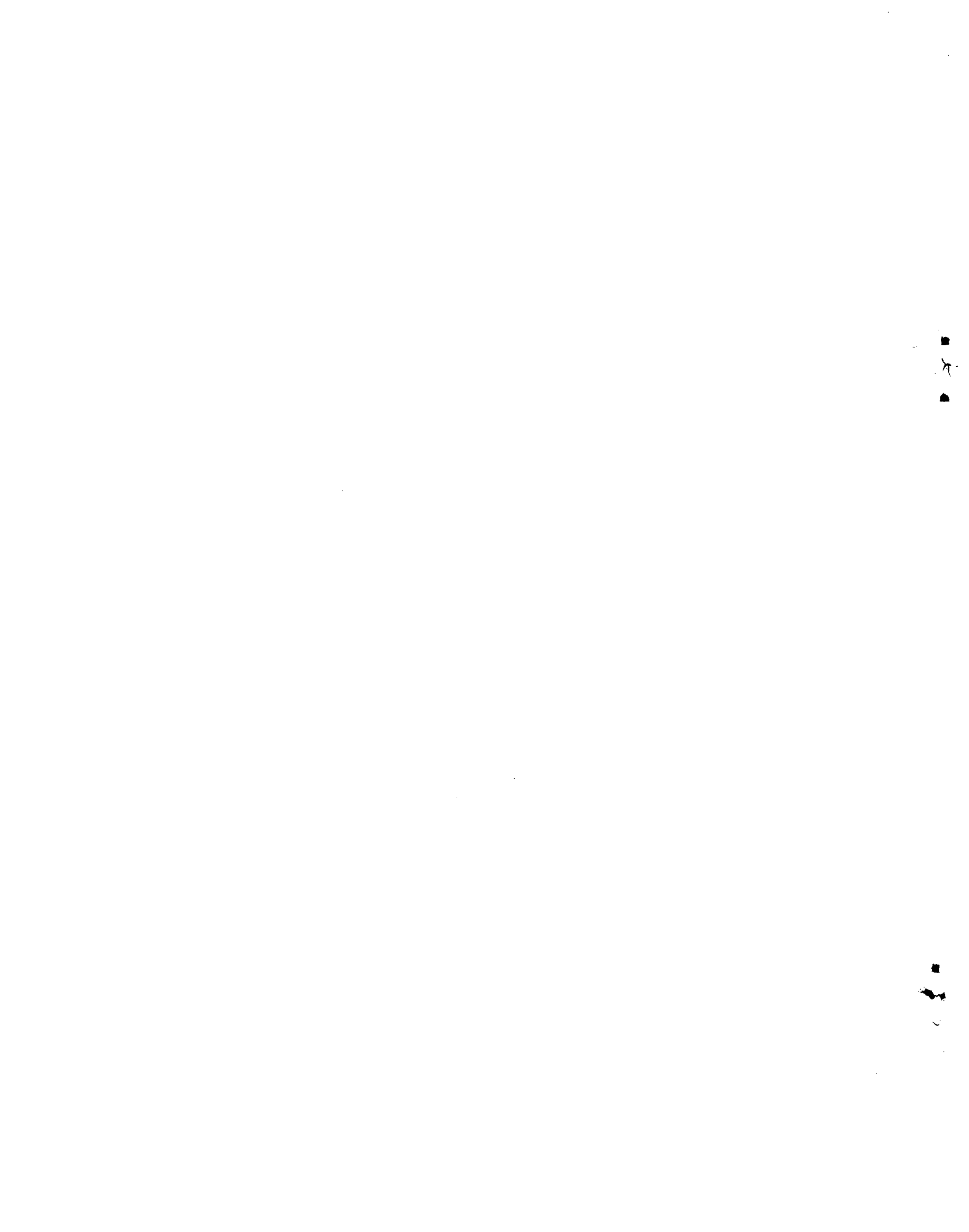
Nom du détenteur	Date de l'engagement	Date de l'échéance	Solde de la dette au 31/8/77	Taux d'intérêt
Emprunts sur billet: (Banque, entreprise- parente, autres)				
Obligations				
Hypothèques				
Autres:				
Total de la dette à long terme tel que paraissant au bilan				

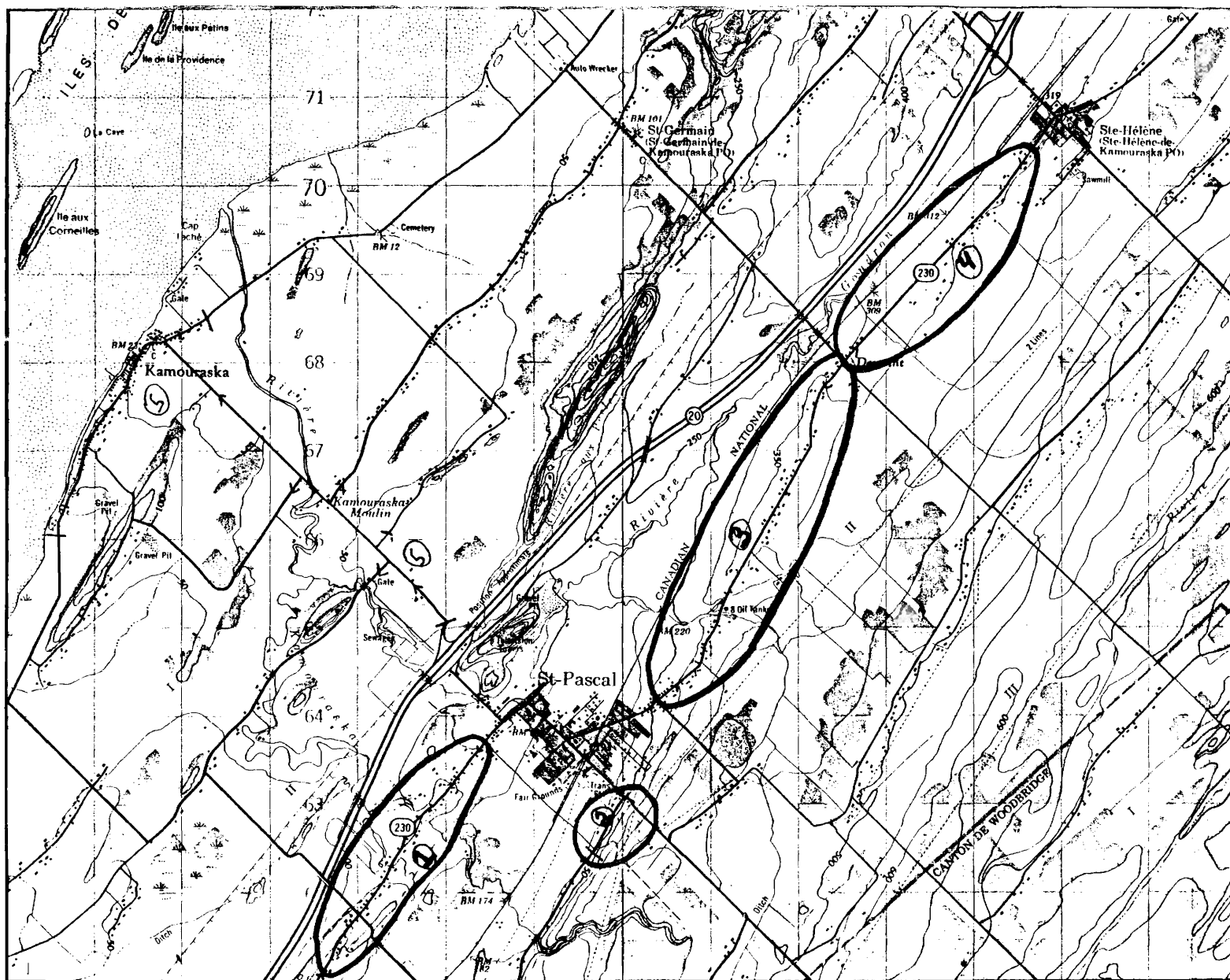
b) Ententes pour l'emprunt (au départ)



ANNEXE IV: LES RANGS CABLES

Dans l'Est du Québec, il existe six rangs de câblés. Cela est si peu fréquent que nous présentons deux cartes permettant de situer ces rangs. Quatre d'entre eux sont situés autour de Saint-Pascal de Kamouraska et les deux autres à Saint-Philippe-de-Néri dans le même comté.

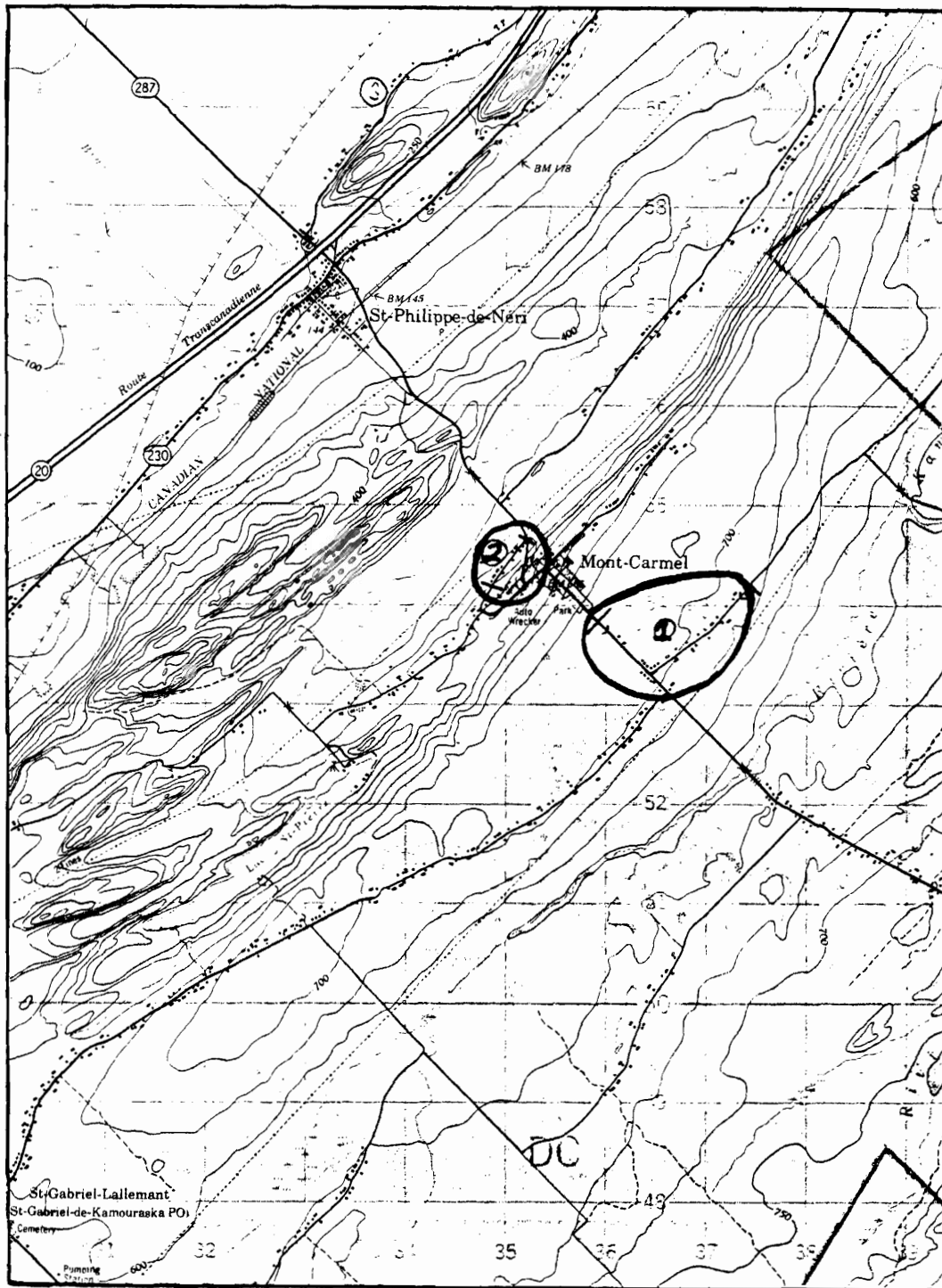




Echelle 1:50,000

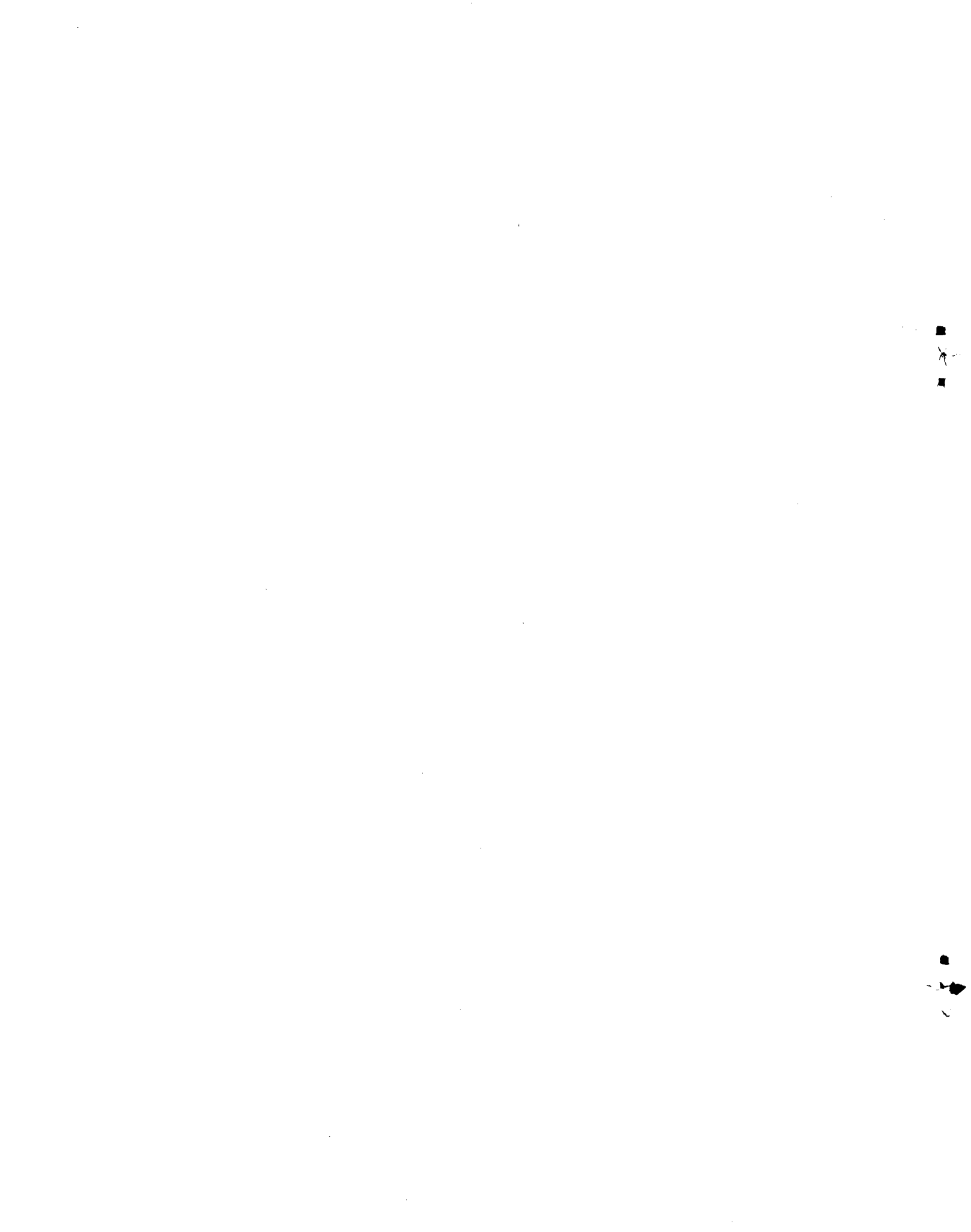
Extrait d'une carte produite par le Ministère de l'énergie,
des mines et des ressources, 1974.

1
2



Echelle 1:50,000

Extrait d'une carte produite par le
Ministère de l'énergie, des mines et
des ressources, 1975.



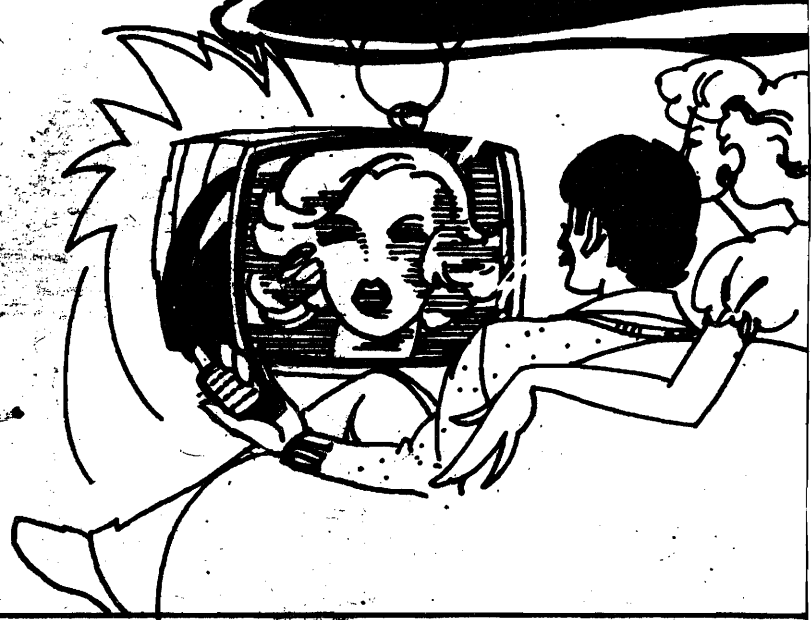
ANNEXE V: LES CABLO-SELECTEURS

Aucune entreprise de l'Est du Québec n'offre suffisamment de canaux pour qu'il soit nécessaire de faire appel à un câblo-sélecteur. Mais, au Québec, celui-ci relève de plus en plus de la réalité quotidienne comme le manifeste l'annonce d'Eaton sur la page suivante.

EATON

où une aubaine en vaut le "coût"

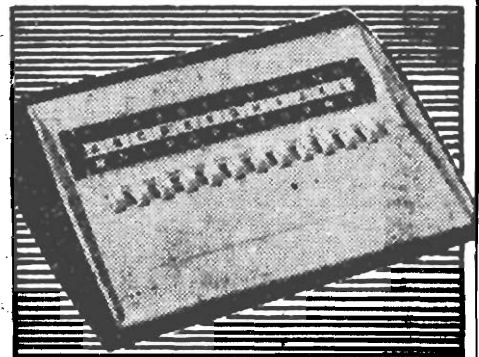
**Abonnés
du câble!
Choisissez un
convertisseur
Jerrold**



1. Convertisseur "Star-Com III" Jerrold

169⁹⁵

Ce convertisseur à distance vous permet de mettre en marche votre téléviseur ou d'en interrompre le fonctionnement, de choisir le canal que vous désirez, et même de régler la réception à son meilleur. Cela sans quitter votre fauteuil! Indicateur de canaux à lecture directe.



2. Convertisseur "Star Com II" Jerrold

114⁹⁵

Comprend: télécommande, syntonisation précise, accès à 36 canaux (potentiel), commande marche/arrêt, sélection par boutons-poussoirs. Modèle RSX-3CRP.

Eaton, Place Sainte-Foy (460)

LISTE DES PUBLICATIONS DES CAHIERS DU G.R.I.D.E.Q.

Cahier no 1: Bibliographie: les inégalités de développement régional, au Québec et au Canada. Par Pierre Bruneau et Jean Larrivée. Novembre 1977.

Type de production: outil et instrument de travail.

Cahier no 2: Les entreprises de mass média de l'Est du Québec et leur personnel (enquête auprès des patrons). Par Benoît Lévesque, Jean Larrivée, Claude Morin. Rimouski, U.Q.A.R. - G.R.I.D.E.Q., 1978. 147p.

Type de production: contribution scientifique

Cahier no 3: La câblodistribution dans l'Est du Québec (les entreprises). Par Hugues Dionne, Benoît Lévesque, Robert Carrier et Rita Giguère Dionne. Rimouski, U.Q.A.R. - G.R.I.D.E.Q., 1978. 201p.

Type de production: contribution scientifique

Hors série: La problématique de développement en milieu rural. Actes du Colloque tenu à l'Université du Québec à Rimouski, U.Q.A.R. - G.R.I.D.E.Q., septembre 1976. 279p. Annexes.

Publications à venir:

L'animation sociale (bibliographie). Serge Lapointe, Michèle Grenier et Jean Larrivée.

Le personnel des Mass Média. Par Benoît Lévesque et al.

Les agriculteurs. Par Hugues Dionne, Benoît Lévesque et al.

Secrétariat du G.R.I.D.E.Q.
Université du Québec à Rimouski
300, avenue des Ursulines
Rimouski, Québec
(tél. 724-1646)

LA POLITIQUE DES CAHIERS DU G.R.I.D.E.Q.

Les Cahiers du G.R.I.D.E.Q. veulent être une tribune aussi ouverte que possible où puissent s'exprimer des opinions diverses susceptibles de jeter de nouveaux éclairages sur les problèmes difficiles qui confrontent le développement régional.

En accord avec ces objectifs, les Cahiers se font forts d'accueillir et de publier des productions aussi variées que les contributions scientifiques, les analyses idéologiques, les outils et instruments de travail de même que les expériences de développement, les témoignages et les controverses.

Dans cette perspective, les Cahiers du G.R.I.D.E.Q. veulent servir de moyens de diffusion des résultats des travaux de recherche entrepris par les membres du G.R.I.D.E.Q. Selon une même logique, ils se veulent ouverts aux autres membres de la communauté universitaire dans la mesure où leurs travaux rejoignent l'un ou l'autre des objectifs que se sont fixés collectivement les membres du G.R.I.D.E.Q.

Par ailleurs les Cahiers, dans la mesure où ils s'adressent à une clientèle d'origine régionale veulent servir de canal de diffusion aux productions du milieu régional.



X0092361 4