

Le Canada et l'Afrique



- *Quatre-vingt dix-sept pour cent de tous les Canadiens possèdent un poste de télévision.*

succès, la revue *Châtelaine*, qui atteint le plus grand nombre de lecteurs par rapport à son marché potentiel (le tirage total en anglais et en français est de 1.278.000), se voit cependant dépassée par plusieurs magazines américains pour le nombre d'exemplaires vendus au Canada.

Ces dernières années toutefois, l'industrie du périodique a connu une période de grande croissance, principalement en raison d'une loi, adoptée en 1975, touchant la publicité insérée dans les publications non canadiennes. Depuis cette date, les périodiques canadiens ont vu leur tirage et leurs recettes de publicité augmenter considérablement, et 90 nouvelles revues sont apparues sur le marché.

Le *Maclean's* par exemple, ancien mensuel axé sur les articles de fond, s'est transformé en hebdomadaire national d'actualité. Ce changement a fait monter sensiblement son tirage et ses recettes de publicité. Au Québec, *L'Actualité* a connu un succès comparable.

La catégorie des publications dites commerciales (appelée également «presse invisible») compte environ 500 périodiques dont le tirage total dépasse 4.400.000 exemplaires. La plupart des publications commerciales importantes sont contrôlées par des grandes firmes dont Maclean-Hunter et Southam Business Publications. Le tirage normal de ces revues se situe entre 5.000 et 50.000 exemplaires, par numéro.

La télévision

Quatre-vingt-dix-sept pour cent de tous les Canadiens possèdent un téléviseur ; 37 % d'entre eux en possèdent

deux ou plus. Au-delà de 2.000 entreprises de diffusion licenciées desservent ce public. Elles sont régies par un organisme du gouvernement fédéral, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), créé en 1968 par la Loi sur la radiodiffusion.

Au Canada, il existe un seul organe national public de radio et de télévision. Il s'agit de la Société Radio-Canada et de son pendant anglophone, la Canadian Broadcasting Corporation (CBC). Radio-Canada est une société de la couronne. Depuis sa création en 1932, elle a beaucoup contribué au développement de l'identité canadienne; les deux réseaux français et anglais de télévision atteignent 98 % de la population canadienne et un service spécial de radio et de télévision a été conçu pour répondre aux besoins linguistiques et culturels particuliers du Nord du pays.

La Société possède 27 stations de télévision au Canada, ainsi que 447 émetteurs de relais et réémetteurs. En outre, 33 stations privées et 231 réémetteurs communautaires sont affiliés à Radio-Canada. La Société est financée par le gouvernement fédéral et par ses recettes de publicité. En 1979-1980, un crédit parlementaire de 447 millions de dollars canadiens lui a été alloué, et les messages commerciaux lui ont procuré quelque 123 millions de dollars.

L'émission la plus populaire de Radio-Canada, reste «La soirée du hockey», qui atteint 2,5 millions de Canadiens des deux langues.

Le grand rival du réseau CBC est le **Canadian Television Network (CTV)**. Cette chaîne privée, qui se compose de 15 stations et compte quatre stations affiliées, diffuse dans l'ensemble du