

fondamental de valeurs opposées, soit l'avantage d'une exploitation en grand et l'avantage d'une vaste diversité dans la propriété des moyens de diffusion. En limitant les Bushnell Communications à une voix comme membre du réseau CTV, le C.R.T.C. a cherché à limiter les pouvoirs assurés par la concentration de la propriété.

Il y a un domaine où l'organisme réglementaire actuel a ouvert la porte à une éventuelle augmentation de la concurrence entre les radiodiffuseurs. Ce domaine tient au renversement (3 février 1969) d'une directive du B.G.R. à l'encontre de l'autorisation de nouvelles stations AM dans les collectivités déjà dotées de la radio et de la télévision. « Cette politique », expliquait le B.G.R. en 1966, « visait à faire en sorte que des recettes commerciales qui pourraient autrement soutenir un autre service de télévision n'aillent point à d'autres services de radiodiffusion moins importants. »

Le renversement de cette politique revêt un intérêt particulier lorsqu'on songe à une observation formulée dans la *Monthly Review* (février 1969) de la Bourse de Toronto. Un article sur la CHUM Limited, société inscrite à la Bourse, notait que, pour bien comprendre l'impact de la radio au Canada, il fallait comparer la radiodiffusion canadienne avec l'américaine.

L'industrie canadienne est essentiellement plus forte du point de vue financier. Il y a moins de stations par habitant, ce qui en fait une meilleure « aubaine » pour les annonceurs. Aux États-Unis, l'écoute tend à se « fragmenter » entre plusieurs stations. Les marchés américains de la taille de Toronto comptent d'ordinaire quatre ou cinq fois plus de stations. En 1954, la radio au Canada a absorbé 9,4 pour cent des dépenses de publicité. En 1968, sa part avait cru à 10,2 pour cent. C'est une forte augmentation si l'on tient compte de ce que les recettes brutes de la publicité au Canada sont actuellement de l'ordre d'un milliard. Aux États-Unis, la radio ne répond que pour 6 pour cent du total.

A cause sans doute de cette restriction au nombre de stations au Canada, la rentabilité de la station moyenne située au nord de la frontière est aussi sensiblement plus grande qu'aux États-Unis. La libéralisation de l'entrée sur le marché pourrait bien accroître la concurrence et diversifier un peu plus l'appartenance, à supposer que la proportion de stations collectives nouvellement autorisées ne soit pas considérable.

Il y a lieu de noter ici que l'attitude de protection à l'endroit de la radiodiffusion reflétée dans la décision du B.G.R. sur la radio AM ainsi que dans un certain nombre de ses autres recommandations d'autorisation est fort différente de celle qui règne aux États-Unis. Dans un article reproduit dans le numéro d'automne 1968 de l'*Antitrust Bulletin*, Rosel H. Hyde, alors président de la Federal Communications Commission (États-Unis), mentionnait que la libre entrée dans la radiodiffusion—sauf limites techniques—assurait un stimulant à la concurrence. Même s'il a probablement exagéré, M. Hyde affirmait que la F.C.C. « ne protège pas la station en place contre la concurrence de nouveaux-venus; elle les laisse réussir ou échouer en fonction du service assuré au public. La Commission a toujours visé à une concurrence franche et libre et refusé de considérer le tort économique sous quelque aspect que ce soit comme étant un facteur intéressant l'intérêt public ». Cette attitude a-t-il reconnu subséquemment, avait un peu changé par suite d'une