Canadian Journalism Collective
Collectif Canadien de Journalisme

POLITIQUE D'ADMISSIBILITÉ DES RADIOS ET TÉLÉDIFFUSEURS : 2E ANNÉE

24 JUILLET 2025

Lorsqu'une entreprise de radiodiffusion fait une demande d'aide financière au CJC-CCJ en remplissant et soumettant le Formulaire de demande du CJC-CCJ avant la date limite de dépôt des demandes, elle sera évaluée selon les critères d'admissibilité détaillés dans ce document.

1. Catégories d'entreprises de radiodiffusion identifiées admissibles selon la *Loi sur les nouvelles en ligne*

(a) Organisation journalistique canadienne qualifiée (OJCQ)

Une entreprise de radiodiffusion désignée en tant qu'Organisation journalistique canadienne qualifiée (OJCQ) par l'Agence du revenu du Canada (ARC) et dont le statut est actif au moment de la demande est admissible à recevoir un financement du CJC-CCJ en 2024 sans examen supplémentaire de son admissibilité à condition que leur contenu de nouvelles soit accessible sur Google.

(b) Entreprises de radiodiffusion universitaire, communautaire ou autochtone agréées

Une entreprise de radiodiffusion agréée par le CRTC selon l'article 9(1)(b) de la *Loi sur la radiodiffusion* en tant que station de radio universitaire, station de radio communautaire ou station de radio autochtone et dont le statut est actif au moment de la demande est admissible à recevoir un financement du CJC-CCJ en 2024 sans examen supplémentaire de son admissibilité à condition que leur contenu de nouvelles soit accessible sur Google.

(c) Autres entreprises de radiodiffusion communautaire similaires

Une entreprise de radiodiffusion qui opère une station ayant une mission communautaire similaire à celle des stations universitaires, communautaires ou autochtones agréées par le CRTC est admissible à recevoir un financement du CJC-CCJ en 2024 sans examen supplémentaire de son admissibilité, à condition que leur contenu de nouvelles soit accessible sur Google et si les conditions suivantes sont respectées :

- L'entreprise de radiodiffusion est une association à but non lucratif ;
- Les sièges du Conseil d'administration sont ouverts à tous les membres de la communauté géographique desservie ;

- L'entreprise de radiodiffusion a une mission communautaire qui permet à l'ensemble des membres de la communauté géographique desservie de recevoir une formation en production médiatique et de produire des contenus médiatiques en ayant accès aux équipements et aux locaux de l'entreprise de radiodiffusion.

(d) Entreprises de radiodiffusion autochtones

Une entreprise de radiodiffusion qui opère un média d'information autochtone qui satisfait aux critères définis par l'article 27(1)(c) de la Loi sur la radiodiffusion est admissible, si elle rencontre les critères suivants :

- Représentation autochtone

  Pour être reconnu comme un média d'information autochtone, le média doit être détenu et opéré par une personne qui appartienne à un groupe autochtone, une communauté ou un peuple[1]. Le CJC-CCJ évaluera si cette condition est remplie si la représentation autochtone de l'entreprise de radiodiffusion satisfait aux conditions suivantes :

  ➢ Des personnes autochtones doivent détenir des postes clés de gestion et d'exploitation de l'entreprise de radiodiffusion ;
  ➢ Dans le cas d'une entreprise de radiodiffusion commerciale à but lucratif (comme une compagnie commerciale en partenariat, ou en compagnie individuelle), des personnes autochtones doivent détenir au moins 51% de l'entreprise (*c.-à-d.* en qualité d'actionnaires, de partenaires ou autres) ; et
  ➢ Dans le cas d'une entreprise à but non lucratif[2], au moins 51% des sièges du conseil d'administration, ou structure de direction comparable, doivent être réservés à des personnes autochtones.

  Si au moment de sa demande, une entreprise de radiodiffusion mentionne qu'elle souhaite être considérée admissible parce qu'elle opère un média d'information autochtone, il lui sera demandé de fournir des copies du Formulaire d'affirmation de l'identité autochtone qui devra être complété et signé par chacune de ces personnes. Des preuves additionnelles de l'identité de ces personnes autochtones pourront être demandées par le CJC-CCJ.

- La production de contenus d'informations d'intérêt général incluant pour les Peuples autochtones

  Pour être un média d'information autochtone, la production doit inclure des contenus d'information pour les Autochtones et sa principale fonction doit être de

[1] Premières nations, Inuits ou Métis

[2] Ou organisations analogues tels que des organismes de bienfaisance agréés, des associations de journalismes enregistrées ou autres donataires qualifiés.

produire ces contenus d'information. Dans ce contexte, contenu d'information signifie tous formats, incluant des contenus audio ou audiovisuels, qui rendent compte, enquêtent ou expliquent des enjeux actuels ou des évènements d'intérêt public et qui puisse inclure des contenus rendus accessibles par l'utilisation de contes autochtones. Les contenus de ce média d'information autochtone doivent aborder des questions d'intérêt général, dont des sujets sur les questions des droits des Peuples autochtones comme le droit inhérent à l'autonomie gouvernementale, les droits issus de traités et l'autodétermination.

L'explication citée plus bas dans la section *Production de contenu d'informations d'intérêt général*, s'applique également ici dans ce contexte, en rapport avec l'article 27(1)(b) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

- Opérer au Canada

  Un média d'information autochtone doit fonctionner au Canada. Cela signifie que ses activités journalières et ses activités sur le long terme doivent être faites au Canada et nécessite que ses contenus soient préparés et conçus au Canada.

2. Critères d'admissibilité s'appliquant à toutes les autres entreprises[3]

(a) Les contenus de nouvelles doivent être disponibles sur Google[4]

Les contenus de nouvelles produits par une entreprise de radiodiffusion et diffusés sur ses médias, comme des articles ou des émissions, doivent être indexés sur Google. Un organisme de presse dont le contenu est découvrable par le moteur de recherche Google satisfait à cette exigence. Les émissions d'actualités qui ne sont disponibles que par la diffusion en direct, et où les émissions précédentes ne peuvent pas être accessibles sur Google ne répondent pas à ce critère.

b) Les organismes de presse doivent produire des contenus d'actualité qui soient d'intérêt général

Les organismes de presse doivent être dédiés exclusivement à la production de contenus centrés sur des sujets d'intérêt général qui peuvent inclure des contenus de nouvelles locales, régionales et nationales.

Le contenu des nouvelles ne doit pas être axé sur des sujets particuliers comme des nouvelles spécifiques à une industrie, les sports, les activités récréatives, l'art, les modes de vie et les divertissements. Le contenu ne doit pas promouvoir les intérêts ou rendre

[3] Cette catégorie inclut les stations de radio et de télévision et les télédiffuseurs publics.

[4] Le CJC-CCJ considère que les contenus d'information des télédiffuseurs comme les articles ou les émissions *sont disponibles* sur Google dès lors que vos épisodes des émissions d'information sont découvrables en ligne, ce qui signifie que la recherche sur Google du titre d'un épisode d'une émission d'information ou la manchette d'un article renvoie un lien vers l'article ou l'épisode en résultat de recherche.

compte des activités d'une organisation, d'une association ou de ses membres. Dans ce contexte, le contenu médiatique a généralement la même signification que dans le paragraphe pertinent sur les entreprises médiatiques qui produisent du contenu médiatique original, ce qui offre des éclaircissements supplémentaires.

(c) Les exigences canadiennes

Les contenus d'actualités doivent être principalement destinés au marché médiatique canadien.

(e) Les producteurs de contenus d'actualité d'intérêt public[5]

Une entreprise de nouvelles qui satisfait aux critères définis à l'article 27(1)(b) de la *Loi sur la radiodiffusion* au sujet de la production de contenus médiatiques est également une catégorie admissible. Les différents types d'entreprises médiatiques qui entrent dans cette catégorie incluent les stations de radio qui ne sont pas agréées par le CRTC en tant que radio universitaire, communautaire ou autochtone ; les chaînes de télévision ; et les télédiffuseurs qui ne sont pas CBC/Radio-Canada. Si une entreprise médiatique mentionne dans sa demande qu'elle souhaite être incluse dans cette catégorie, elle devra démontrer qu'elle rejoint chacun des critères cités ci-dessous.

- Emploi régulier de deux journalistes

  L'entreprise médiatique doit employer régulièrement deux journalistes ou plus au Canada. Cela peut inclure des journalistes qui possèdent ou sont partenaires de l'entreprise médiatique et des journalistes sans lien de dépendance avec l'entreprise.

  « L'emploi régulier » signifie l'emploi régulier et continu d'un journaliste, que ce soit à temps plein ou à temps partiel, même si le poste est temporairement inoccupé, auquel cas, un T4 sera émis pour l'employé. Les journalistes pigistes ne satisfont pas à ce critère d'emploi régulier puisqu'ils ne sont pas employés.

- Opérer au Canada

  Une entreprise d'information doit fonctionner au Canada, ce qui inclut avoir des contenus qui soient préparés et conçus au Canada. L'entreprise médiatique peut conserver ses données ou publier ses contenus sur des serveurs situés en dehors du Canada. Mais les activités journalières de l'entreprise médiatique et ses activités sur le long terme doivent être faites au Canada et nécessite que ses contenus soient préparés et conçus au Canada.

[5] Si votre entreprise de nouvelles n'a pas le Statut de l'Organisation journalistique canadienne qualifiée (OJCQ), n'a pas la licence du CRTC en tant que radio universitaire, communautaire ou autochtone, et n'est pas non plus un organisme de presse autochtone, vous devez faire votre demande en tant que Producteur de contenus de nouvelles d'intérêt public.

- La production de contenu d'informations d'intérêt général[6]

  L'entreprise médiatique doit produire des contenus d'actualités :

  ➢ d'intérêt public, prioritairement axés sur la production de contenus centrés sur des sujets d'intérêt général et des comptes-rendus d'évènements d'actualité, incluant une couverture de nos institutions et processus démocratiques ; et

  ➢ qui ne se concentrent pas sur un sujet particulier tel que des nouvelles sur une industrie en particulier, le sport, les activités récréatives, les arts, un style de vie, ou les divertissements**.**

  Ses nouvelles doivent être originales, produites de façon continue et visant le grand public, plutôt qu'un auditoire de spécialistes d'un champ spécifique.

- Adhérer à un code d'éthique

  L'entreprise médiatique doit également soit :

  ➢être membre d'une association journalistique reconnue et suivre le code d'éthique d'une association journalistique reconnue ; ou

  ➢avoir son propre code d'éthique dont les standards de conduite professionnelle nécessitent l'adhésion aux procédures reconnues et aux principes de la profession du journalisme, incluant l'impartialité, l'indépendance et la rigueur dans le compte-rendu des informations et le traitement des sources.

3. Dates effectives

Le CJC-CCJ examinera l'admissibilité d'une entreprise de nouvelles à recevoir une compensation conformément à la présente politique, en fonction de ses activités entre le 1er janvier 2024 et le 31 décembre 2024. L'entreprise de nouvelles doit également satisfaire aux critères d'admissibilité énoncés dans la présente politique au moment de la présentation de sa demande.

4. Circonstances disqualifiantes

Dans chacun des cas mentionnés dans les sous-sections suivantes, une entreprise de nouvelles n'est pas admissible à recevoir une compensation en vertu de l'Accord. Même en satisfaisant à une des exigences ou à toutes celles des deux sections

[6] Si votre entreprise médiatique n'a pas le statut OJCQ, n'est pas actuellement catégorisée par une licence du CRTC en tant que Radio universitaire, communautaire, ou radio autochtone et que vous n'êtes pas un média d'information autochtone, merci de faire votre demande sous la catégorie Producteurs de contenus médiatiques d'intérêt public.

précédentes, une entreprise de nouvelles demeure inadmissible dans les situations suivantes, sauf indication contraire dans les sous-sections qui suivent :

(a) Sanctions internationales

Une entreprise de nouvelles n'est pas admissible si elle entretient certaines connexions avec des sanctions internationales telles que spécifiées dans la Loi. Les sanctions auxquelles il est fait référence sont toutes les sanctions prononcées sous la *Loi sur les Nations Unies*, la *Loi sur les mesures économiques spéciales* ou la *Loi sur la justice pour les victimes de dirigeants étrangers corrompus (loi de Sergueï Magnitski)*.

Plus spécifiquement, une entreprise de nouvelles n'est pas admissible à recevoir une compensation si elle est sous le coup de ces sanctions ou si elle est propriété ou contrôlée par une personne ou une entité soumise à ces sanctions.

Une entreprise de nouvelles n'est également pas admissible si son siège social se situe dans un état étranger, tel que précisé au paragraphe 2 de la *Loi sur les mesures économiques spéciales*, si cet état est sujet à ces sanctions.

(b) Violations de la Loi

Si une entreprise de nouvelles a violé la Loi, enfreint les règlements pris en vertu de la Loi ou une ordonnance rendue en vertu de la Loi, le CJC-CCJ peut décider que l'entreprise de nouvelles est inadmissible, considérant toutes ces circonstances, la gravité et les conséquences de cette infraction.