



Fédération culturelle  
canadienne-française

**40<sup>e</sup>** NOTRE CULTURE  
EN ÉVOLUTION

# **Mémoire sur la perspective du porte-parole des arts et de la culture de la francophonie canadienne sur le rôle vital et l'apport unique des médias locaux**

**Comparution devant le Comité permanent  
sur les langues officielles**

19 mars 2018

## **D'ENTRÉE DE JEU...**

Je vous remercie, au nom de notre réseau de membres à travers le pays, de nous avoir invités à comparaître devant vous aujourd'hui, dans l'espoir que nous puissions vous outiller pour la défense de nos médias locaux. Il s'agit d'une question centrale à l'épanouissement des communautés francophones et acadienne au Canada. Nous vous félicitons d'avoir pris l'initiative d'aborder cet enjeu, qui revêt pour nous une importance fondamentale.

« Outre leur importance économique et leur place dans le paysage de l'information, les presses [...] régionales et locales ont par ailleurs toujours assuré des rôles et des fonctions particulières. Facteurs de construction identitaire des territoires géographiques sur lesquelles elles interviennent, elles sont aussi des presses de service, indispensables à l'organisation sociale des collectivités humaines. [...] Elles s'étendent à la mise en relation de la population avec les acteurs politiques, économiques et sociaux majeurs du territoire, ainsi qu'à l'entretien du lien social. »<sup>1</sup>

Mes remarques aujourd'hui iront dans le sens de la compréhension du rôle vital que jouent les médias locaux à l'égard de l'essor de nos communautés. Nous avons comparus récemment devant vos collègues du Comité sénatorial permanent des langues officielles. Je reprends ici le propos que nous y avons tenu, concernant la conjoncture décisive où nous nous trouvons présentement. En effet, nous voyons converger diverses pièces essentielles du casse-tête des langues officielles, qui toutes sont susceptibles d'influer sur les chances de réussite des communautés francophones et acadienne en termes de développement et d'épanouissement. La *Loi sur les langues officielles* est appelée à être modernisée, le nouveau *Plan d'action pour les langues officielles* est sur le point d'être dévoilé, sans parler de la vision Canada créatif, qui nous invite sur la voie de l'innovation.

---

<sup>1</sup> Franck Bousquet et Nikos Smyrniaios, *Les médias et la société locale, une construction partagée*, 2012.

Nous avons toutes les raisons d'espérer que cette conjoncture particulière soit un véritable coup de barre dans le dossier des langues officielles. Dans son budget, le ministre Morneau annonce un nouvel investissement de 400 millions de dollars afin de mettre en œuvre le prochain *Plan d'action pour les langues officielles*. Au nombre des priorités, il entend soutenir nos organismes, nos activités culturelles et artistiques, ainsi que les stations de radio et journaux de nos communautés. Ces promesses arrivent à point pour le travail que devons entreprendre. Je sais pouvoir compter sur ce comité pour la formulation d'une directive politique énergique et claire. Votre invitation à nous pencher collectivement sur les enjeux auxquels sont confrontés nos médias locaux, déjà passablement fragilisés, tombe elle aussi à point. Il faut redresser la situation dans les meilleurs délais et donner à nos médias les moyens d'optimiser leur contribution au mieux-être de nos citoyens francophones et acadiens partout au pays.

## **POSTIONNEMENT DE LA FCCF**

En tant que porte-parole de la francophonie canadienne au secteur des arts, de la culture et des industries culturelles, la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF) a pour vision d'inspirer, de mobiliser et de transformer le Canada par les arts et la culture. Fondée en 1977, la FCCF est un organisme national dont la mission est de promouvoir l'expression artistique et culturelle des communautés francophones et acadienne. Son réseau compte sept (7) regroupements nationaux en théâtre, en littérature, en chanson-musique, en arts médiatiques et en arts visuels, treize (13) organismes œuvrant au développement culturel et artistique dans onze (11) provinces et territoires du Canada, ainsi qu'un regroupement de réseaux de diffusion des arts de la scène et une alliance de radios communautaires.

Notre propos aujourd'hui émane de notre mission et de notre perspective en tant qu'organisme national, mais surtout, vient appuyer la position de notre membre directement touché par votre initiative, soit l'Alliance des radios communautaires (ARC) du Canada. Au-delà de nos propos de représentants légitimes de nos secteurs respectifs, nous émettons le souhait que l'utilisateur soit placé lui aussi au cœur de la réflexion, et que les citoyens de nos communautés soient invités à exprimer leurs besoins et leurs aspirations. Bien que nos propos soient construits sur la base de notre connaissance profonde de leurs réalités, de leurs aspirations et de leurs besoins, il n'en demeure pas moins que dans le travail de recherches de solutions et de stratégies s'impose la nécessité de tenir compte de la perspective de l'utilisateur.

**Les médias locaux sont un outil vivant et vital. Ils agissent positivement sur les capacités citoyennes et démocratiques. L'identité francophone est renforcée par l'image valorisante qu'elle a d'elle-même.**

Dans un contexte minoritaire, le besoin d'un média porteur est d'autant plus criant. Avoir accès à un contenu radio local – c'est-à-dire produit et diffusé localement –, être au fait du théâtre créé et présenté localement, de l'exposition d'œuvres d'artistes visuels locaux en émergence, voilà des occasions d'être en contact avec qui nous sommes. Le reflet de notre

réalité nous valorise et renforce notre attachement à notre communauté. Cela agit directement sur notre fierté d'être qui nous sommes, nous pousse à vouloir l'exprimer, le partager et le faire rayonner autour de soi. Nous sentir forts individuellement nous amène à faire le pont vers une collectivité forte, du même coup plus ouverte aux autres.

Les médias locaux sont enracinés dans nos communautés. Ils nous comprennent et nous connaissent parce qu'ils évoluent avec nous, dans nos milieux. Ils sont des partenaires stratégiques de nos organismes car ils nous aident à tisser des liens avec notre communauté, non seulement en termes d'information, mais aussi d'engagement et de participation. Ils sont habilités à nous fournir les informations dont nous avons besoin. Ils servent de tremplin à notre action et à nos activités, en faisant la promotion des bonnes choses qui se passent chez nous, notamment le foisonnement de notre création artistique et culturelle. Ces partenaires sont d'incontournables alliés : ils portent nos voix pour qu'ait lieu une conversation nécessaire au sujet d'aujourd'hui et de demain.

D'ici, nous entrevoyons leur potentiel de vecteurs de changement et d'ouverture. Le gouvernement ne peut pas se passer d'eux en tant que pivot : ils lui donnent accès aux salons et cuisines de nos citoyens. Les statistiques en font foi. Les médias communautaires ont un taux de pénétration des foyers variant de 54 % à 83 % selon la région<sup>2</sup>. Un pays vaste comme le nôtre, avec une concentration de plus en plus forte de sa population dans des grands centres urbains, n'a d'autre choix que de se soucier de rejoindre toute sa population, encore plus et peut-être surtout celle des petites localités et celle francophone des milieu minoritaire. C'est un contact qui renforce la cohésion sociale, voire l'identité nationale.

Il faut donner à cette population les moyens de leurs ambitions.

---

<sup>2</sup> ARCC, APF et QCNA, *Les médias communautaires en situation minoritaire, un écosystème de vitalité communautaire de premier plan : enjeux, défis, solutions, investissement stratégique*, 27 octobre 2016, p. 8.

## ÉCHO AU POSITIONNEMENT DE L'ARC DU CANADA

La FCCF est fière de compter l'ARC du Canada parmi ses membres. Gestionnaire globale du dossier de la radiodiffusion communautaire en milieu minoritaire francophone au pays, l'Alliance des radios communautaires offre à ses membres des services, entre autres de consultation, de formation, de communication, de liaison, et des services techniques pour tous les aspects touchant à l'implantation et à la gestion d'une radio communautaire. Ses radios membres sont présentes dans huit (8) provinces et deux (2) territoires.

La FCCF souhaite faire écho aux propos de l'ARC du Canada tirés de son mémoire, réalisé conjointement avec l'Association de la presse francophone (APF) et le Québec Community Newspaper Association (QCNA), au sujet des médias communautaires en situation minoritaire, et présenté dans le cadre des consultations pancanadiennes sur les langues officielles menées par le ministère du Patrimoine canadien en 2016.

« [...] les médias communautaires en situation minoritaire contribuent directement à l'indice de vitalité de leurs communautés respectives. Ils touchent les sujets qui ne sont pas couverts par les grands médias et qui sont directement en lien avec le quotidien des communautés. Ils peuvent couvrir des sujets plus larges, mais ils le font toujours en faisant des liens avec les enjeux de leurs communautés locales et régionales. »<sup>3</sup>

**Les communautés de langue officielle en situation minoritaire sont avant tout un projet culturel. Les médias locaux, sans être un véhicule idéal, sont un outil indispensable à la réussite de ce projet. Le gouvernement doit encourager la mise en place de mesures positives, tel qu'un niveau d'investissement adéquat et qu'une mécanique d'ensemble visant à favoriser la collaboration à tous les niveaux entre les diverses parties prenantes.**

Toujours tiré de ce mémoire conjoint des médias locaux en situation minoritaire :

« Les médias communautaires ont l'avantage d'avoir accès à des gens sur le terrain. Au fil des ans, ils ont appris à connaître leur communauté et les intérêts de l'auditoire qu'ils desservent. L'information diffusée par les médias communautaires n'est pas coulée dans un moule, elle prend plutôt une forme différente à chaque édition, à chaque bulletin de nouvelles, à chaque émission. C'est pour cette raison que ces médias ont une présence unique au sein de leurs

---

<sup>3</sup> ARCC, APF et QCNA, *Les médias communautaires en situation minoritaire, un écosystème de vitalité communautaire de premier plan : enjeux, défis, solutions, investissement stratégique*, 27 octobre 2016, p. 6.

communautés respectives et beaucoup plus accrue que toute infrastructure d'information existante. »<sup>4</sup>

## **DE LA COMPLÉMENTARITÉ DES ACTEURS ET DE LA NÉCESSITÉ D'ACCROÎTRE LA COLLABORATION**

Au-delà d'une mission d'information et de divertissement, les médias locaux se reconnaissent le devoir d'appuyer le développement des communautés. On pense entre autres à la formation technique et professionnelle qu'ils procurent à leurs effectifs. Depuis leur communauté locale, les jeunes et moins jeunes ont accès à des emplois dans le domaine médiatique. Passionnés de leur mandat et branchés sur leur localité, ces individus se professionnalisent dans l'exercice de leur métier. Ils sont ensuite nombreux à se faire recruter par les grands diffuseurs, tels que nos partenaires de la Société Radio-Canada. La valeur et la contribution des médias locaux en tant que milieu d'apprentissage professionnel et technique doivent être mieux connues. Voilà un exemple de complémentarité à explorer davantage.

« Au même titre que l'éducation, la culture ou la justice, les médias communautaires sont un des piliers incontournables de notre société, et ce, afin d'appuyer l'essor des communautés de langues officielles riches et vibrantes et d'élargir l'espace francophone [...] en situation minoritaire aux quatre coins de notre pays. »<sup>5</sup>

Le travail traditionnel en silo a atteint sa capacité et tend au déclin. C'est dans la mise en commun de la vision de chacun, que peut émerger le projet de société qui rallie. Les enjeux sont les mêmes, malgré qu'ils nous affectent à des degrés divers. Mieux se connaître pour être plus sensibles les uns envers les autres, nous amène à entrevoir des solutions qui seraient porteuses d'effets bénéfiques pour tous. La FCCF se sent interpellée à encourager l'innovation chez ses collaborateurs. Nous avançons l'idée de la mise en place d'équipes de design en solutions ou encore de pôles d'échange créatif, afin d'envisager l'avenir collectif des médias canadiens sous un jour nouveau. Après une phase d'empathie-compréhension, nous souhaitons nous engager sur la voie des idées avec l'impulsion de piloter, et même de prototyper des solutions nouvelles dont on pourra ensuite mesurer les impacts. Le tout est motivé par une vision commune et guidé par des valeurs et des principes rassembleurs, dans l'intention de renouveler le secteur, son modèle et sa logique d'affaires.

Les médias locaux sont fin prêts à engager leur savoir, leur expérience et leurs expertises dans un tel effort.

## **LE RÔLE VITAL DES MÉDIAS LOCAUX AU CHAPITRE DES ARTS ET DE LA CULTURE**

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 6.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 3.

Au-delà de la santé sociétale, l'action dynamique des médias locaux est vitale au secteur des arts et de la culture dont nous sommes le portevoix.

Leur contribution est sans égale. Aucun autre joueur dans l'écosystème des communications au Canada ne serait en mesure de nous offrir une valeur équivalente. Nos médias locaux sont des aides indispensables au chapitre de la promotion de nos artistes et de nos produits. Ils ont pour effet de catalyser nos efforts sur le plan de la diffusion. Les intervenants de tous les secteurs d'action et de vie dans nos communautés sont interdépendants, tant en santé, dans le milieu des affaires et en éducation que dans le milieu des arts et de la culture. Ce sont les liens tissés serré entre tous ces acteurs qui font avancer les choses, qui nous permettent d'envisager concrètement notre développement et de soutenir notre vitalité de manière durable. Les médias locaux sont un pilier indispensable qui agit sur la proximité et la collaboration active de l'ensemble.

Nos médias communautaires ont un impact direct sur le développement de la carrière des artistes de chez nous. Ils jouent entre autres un rôle clé auprès des artistes en émergence, qui autrement ne seraient pas valorisés par les médias de masse.

## **LES ENJEUX BIEN EN FACE**

**La précarité grandissante des médias locaux porte atteinte à leur capacité de jouer pleinement leur rôle. Un réinvestissement s'impose dans les meilleurs délais.**

Les pertes de revenus associées aux décisions du gouvernement en matière de stratégie de placement publicitaire au cours de la dernière décennie, ont miné le réseau. Les médias locaux sont en crise financière. On a assisté à des fermetures, d'autres sont à prévoir à court et à moyen terme, tandis que certains subsistent à peine. Les fragiliser nuit à l'exercice de leur mandat et à l'influence qu'ils peuvent exercer sur les communautés qu'ils desservent en matière de communication, d'information et de promotion.

À court terme, il est critique de se pencher sur une stratégie d'investissement cohérente qui ait pour but de stabiliser la base de nos effectifs en médias locaux. En reconnaissance de l'importance de leur rôle et de leur influence, il faut leur garantir une contribution systématique minimale qui leur permette de jouer pleinement leur rôle d'aide à la création, à la production et à la diffusion artistique et culturelle.

La FCCF souligne à grands traits (et dans une traduction libre) les mesures proposées par l'Alliance des radios communautaires dans son mémoire conjoint avec l'APF et le QCNA :

« 1. Reconnaître le caractère unique des médias communautaires au service des minorités de langues officielles.

2. Assurer la participation des organismes nationaux représentant les médias communautaires en situation minoritaire à la prise de décision des instances gouvernementales fédérales quant aux mesures de redressement et d'appui qui seront préconisées (programmes, politiques publiques, etc.).

3. Par l'entremise des organismes nationaux représentant les médias communautaires en situation minoritaire, appuyer la transition des médias communautaires en situation minoritaire vers des plateformes numériques de façon à consolider le secteur et à bâtir sur leurs acquis tout en respectant le rythme, la capacité et la volonté des communautés ciblées.

4. Par le biais d'initiatives et de programmes structurants à long terme, investir dans les médias communautaires œuvrant en milieu minoritaire, afin de renforcer leur capacité à saisir les occasions émanant de la mise à niveau digitale et de la transformation globale qui s'opère dans le secteur. »<sup>6</sup>

Nos médias locaux n'ont pas accès à un financement stable récurrent, ce qui met en péril leur capacité d'optimiser leur offre, de fidéliser leurs clientèles, de veiller au recrutement et à la professionnalisation de leurs effectifs. Les dommages sont réels, la situation est grave. Il faut un geste immédiat et conséquent pour restaurer une stabilité minimale.

Le réseau des médias communautaires, notre outil vital de communication à teneur locale, vivote. La logique du plus grand nombre et l'intérêt commercial priment au détriment de leur contribution essentielle. La Société Radio-Canada, notre seul diffuseur national de langue française, perd de plus en plus de capacité de desservir nos régions, de les faire participer au développement de contenus qui leur sont propres. Des solutions potentielles existent qui seraient susceptibles d'émerger dans un contexte de rapprochement et de collaboration effective.

---

<sup>6</sup> ARCC, APF et QCNA, *Les médias communautaires en situation minoritaire, un écosystème de vitalité communautaire de premier plan : enjeux, défis, solutions, investissement stratégique*, 27 octobre 2016, p. 9.

## REPENSER NOS MODÈLES À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Si les médias nationaux font face à des enjeux importants et sont forcés de se repositionner et de repenser leurs façons de faire à l'ère numérique, où le nombre de choix qui s'offrent aux auditeurs a augmenté de manière fulgurante, qu'en est-il des médias locaux? Confrontés aux mêmes réalités, ils traversent une crise qui est aggravée par les défis importants qu'ils rencontrent côté infrastructures et ressources.

Avoir des enjeux communs est un terrain fertile pour accroître la collaboration. Il faut que les solutions engagent toutes les parties prenantes. Comment conjuguer les forces et les ressources disponibles pour opérer une transformation, une mise à niveau innovante qui nous place bien au-delà de l'obstacle, en position favorable pour saisir les occasions? C'est à cela qu'il faut s'intéresser.

Nous croyons que le gouvernement a la responsabilité d'alimenter ce dialogue et de l'acheminer vers le changement. Quels nouveaux modèles d'affaires nous donneront l'influence souhaitée à travers des façons de faire résolument modernes et opportunes? Garantir un seuil acceptable de ressources aux médias locaux leur permettrait de s'engager sur la voie de leur actualisation. Il faut préserver la capacité de nos développeurs de contenus francophones communautaires. C'est à cela, justement, que nous convie la vision émise par le gouvernement l'automne dernier, avec l'annonce *Canada créatif* :

« Pour concrétiser cette vision d'un Canada créatif, notre approche est délibérément ambitieuse et distinctement canadienne. Et elle doit l'être : le Canada possède tout ce dont il a besoin pour être un chef de file mondial des industries créatives. L'approche sera toujours fondée sur l'engagement de notre pays à l'égard de la dualité linguistique, du pluralisme et de rapports renouvelés avec les Peuples autochtones. Elle s'appuiera sur le succès de nos industries, sur le talent de nos créateurs et sur la force de nos institutions nationales.

L'approche sera équilibrée. Elle sera inclusive, de sorte que nous pourrions atteindre nos objectifs sociaux et culturels en même temps que nos objectifs économiques. Voilà qui est également très canadien.

Le monde est à la recherche de récits. Les gens consomment davantage d'information et de contenu culturel. De plus, ils sont à la recherche d'un sens et d'un sentiment d'appartenance au monde. Les arts et la culture – ainsi que nos industries créatives – offrent ce sens et ce sentiment d'appartenance.

Il est temps pour le Canada d'aller de l'avant avec confiance et de placer la barre plus haut. Un Canada créatif montre la voie à suivre. »<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Annonce de la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Mélanie Joly, *Un Canada créatif : une vision pour les industries créatives canadiennes*, 28 septembre 2017.

C'est dans cette optique que la FCCF se positionne en tant que catalyseur prêt à rallier les forces vives du secteur des arts, de la culture et des industries culturelles partout au pays pour les aiguiller dans une même direction.

À l'instar des ouvrages cités dans ce mémoire, la FCCF a également été inspirée par l'analyse et les recommandations contenues dans le rapport *Le miroir éclaté : nouvelles, démocratie et confiance dans l'ère numérique*.

Nous adhérons entre autres à son propos concernant l'adoption de principes directeurs en vue d'une réflexion commune sur des solutions nouvelles, adaptées au contexte en évolution et susceptibles de mieux répondre à notre besoin d'une pleine expression de notre vitalité communautaire et locale.

## **PRINCIPES DE POLITIQUE PUBLIQUE**

- Le Canada compte
- Les journalistes comptent
- Les informations originales axées sur la fonction civique comptent
- La liberté de presse compte
- L'innovation numérique compte
- La durabilité financière compte
- La vérité compte
- La diversité des voix compte
- La neutralité des médias compte
- Un marché équilibré compte

## **PROVOQUER LES OCCASIONS...**

**Inviter l'ensemble des parties prenantes à une réflexion globale visant l'actualisation des médias au pays.** Prévoir un espace privilégié de collaboration à des mesures favorables au rayonnement optimal des médias locaux, pour assurer leur pérennité. Tirer pleinement avantage de leur proximité communautaire, de l'agilité que leur confère leur petite taille. Explorer les façons de capitaliser sur les forces qui leurs sont propres. Leur assurer des conditions minimales de succès (p. ex., octroi d'un financement annuel en appui au fonctionnement).

**Encourager et miser sur le potentiel de création d'emplois et d'apprentissages expérientiels qu'offrent les médias locaux dans nos milieux.** Reconnaître leur contribution à ce chapitre et identifier de nouvelles façons de développer ce potentiel. Formaliser les collaborations à cet effet au sein de l'écosystème.

**Par respect à l'égard des expertises et des capacités uniques des médias locaux, les convier à l'élaboration d'une stratégie globale de promotion des communautés**

**francophones et acadienne pensée conjointement avec le gouvernement et le secteur communautaire à titre de partenaires stratégiques clés, en plaçant l'utilisateur au centre de la réflexion et des stratégies qui en découleraient.** Nous sommes d'avis qu'une campagne de promotion, de sensibilisation et d'éducation publique aurait un impact positif sur l'ensemble de notre écosystème. Nos artistes, créateurs et travailleurs culturels sont fin prêts à y contribuer, sans parler de la visibilité dont pourraient jouir nos produits. Vivement l'éclat d'une campagne de promotion à leadership partagé.

**Il faut agir aussi sur la sensibilité du gouvernement à l'égard des communautés de langue officielle en situation minoritaire et sa connaissance de celles-ci. Les médias locaux jouent un rôle clé sur ce plan.** Enracinés et branchés au sein de nos communautés, ils ont la capacité de contribuer à mieux faire connaître les réalités, les besoins et les aspirations de nos citoyens. Le taux de confiance de nos gens à l'égard de leurs médias locaux est renversant. On rapporte en moyenne une proportion de 89 %. À Chéticamp, en Nouvelle-Écosse, le taux de confiance des auditeurs envers leur radio communautaire grimpe à 98 %. C'est une force incontestée, dont il faut tirer pleinement parti.

**Compte tenu du taux de confiance et de fidélisation des publics cibles des médias locaux, il est impératif de rétablir les investissements en matière de placement publicitaire et de diffusion systématique des informations gouvernementales, tant pour outiller la citoyenneté francophone en milieu minoritaire que, de manière réciproque, pour agir sur la compréhension que se fait le gouvernement de nos communautés.**

### **LA RÉUSSITE ATTIRE LA RÉUSSITE...**

Nous sommes de cet avis. Nous espérons, dans ce dossier comme dans l'ensemble des travaux actuels du gouvernement au chapitre des langues officielles, l'expression d'une volonté politique forte. De celle-ci doivent inévitablement découler des directives claires et des dispositions concrètes, positives et mesurables, susceptibles d'avoir des répercussions sur le terrain.

Nous encourageons le gouvernement dans la pleine mise en œuvre effective de « Canada créatif ». Nous l'exhortons à s'engager sur la voie de l'innovation et à entreprendre un travail rigoureux de design de solutions avec les médias locaux et les organismes nationaux pertinents. La FCCF, comme l'ensemble des organismes du secteur des arts et de la culture, se sent investie et prête à s'actualiser. Notre approche en est une de collaboration à la recherche et à la mise en œuvre de solutions nouvelles et adaptées à nos réalités et besoins.

Il est raisonnable de croire qu'un degré de rendement exemplaire du Canada sur les scènes médiatiques locales est souhaitable et atteignable, et qu'il nous amènera à réussir sur le plan du développement et du renforcement du potentiel citoyen, tout en accroissant la capacité démocratique du pays sous tous ses aspects.

L'avenir des communautés de langues officielles dépend de notre capacité collective d'innover et de travailler en étroite collaboration pour le bien-être de l'ensemble. Le secteur des arts, de la culture et des industries culturelles est inspiré, motivé et prêt à passer à l'action. Les médias locaux sont un moteur de communication et de dialogue sociétal essentiel. Il faut les habiliter à pleinement jouer leurs rôles. Il faut valoriser leur contribution et leur donner les moyens de multiplier les effets bénéfiques de leurs actions. Les médias locaux permettent aux communautés francophones et acadiennes d'entrer de plein-pied dans le domaine de l'information et de la participation citoyenne. Au-delà de la préservation de cet espace identitaire vital, il en va du bien-être de la société canadienne dans son ensemble et de la santé de sa démocratie.

Chers parlementaires, nous vous remercions sincèrement de votre écoute. Nous misons sur la portée de vos travaux. Nous vous exprimons notre volonté d'y collaborer de manière efficace. Merci à nouveau de votre invitation.

- **Fin du document** -