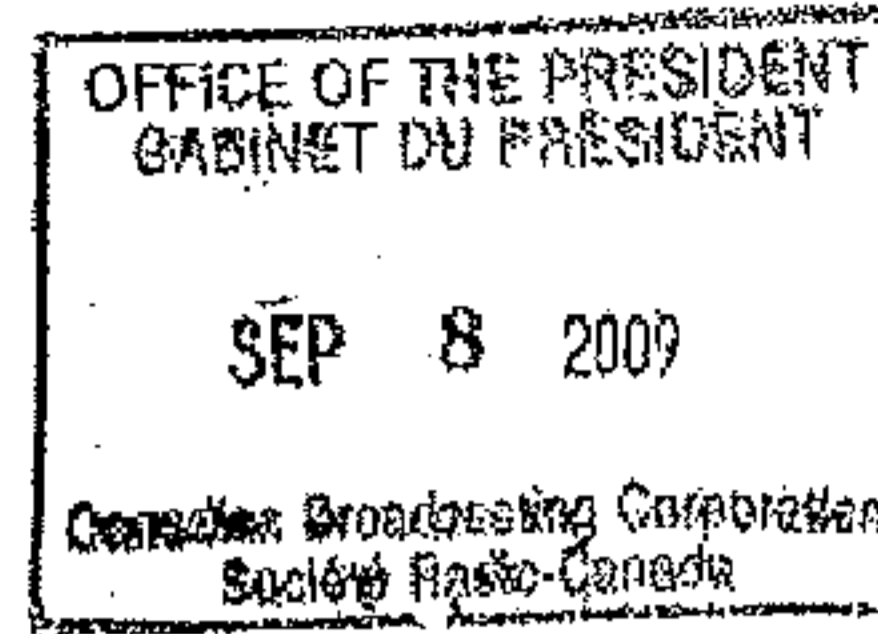


Montréal, le 31 août 2009

Monsieur Hubert Lacroix
Président-directeur général
Société Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est
6^{ième} étage
Montréal QC H2L 2M2



Objet : Politique d'achat et de placement publicitaire de la Société Radio-Canada

Monsieur Lacroix,

Nous tenons à vous faire part de notre perplexité face à la stratégie de placement média de votre campagne promotionnelle annonçant la rentrée télé 2009 de votre réseau. Votre placement dans les médias imprimés nous semble en effet étonnamment sélectif et les critères objectifs ayant guidé vos choix sont difficiles, voire impossibles, à cerner.

Puisque la mission de la télé de Radio-Canada est de rejoindre un vaste public, on pourrait logiquement s'attendre à ce qu'elle le rejoigne là où il se trouve, en usant pour ce faire d'un plan efficient qui tienne compte en priorité des tirages et des profils de lectorat, sans égard aux considérations de propriété. Or, nous constatons un déséquilibre plutôt troublant entre les parts de marché des quotidiens payants ou gratuits qui s'offraient à vous et la répartition réelle de vos achats.

Votre absence totale du quotidien *24 heures* et une présence tout juste symbolique dans le *Journal de Québec* laissent parfois alors que *Metro* et *Le Soleil*, leurs concurrents respectifs, ont reçu la part du lion. Qu'un quotidien comme le *Journal de Montréal*, le quotidien le plus lu dans son marché, ne reçoive pas sa part des deniers publics consacrés à une telle campagne a de quoi surprendre. Un réseau de télévision public, financé par tous les contribuables, pourrait-il vraiment se doter d'une politique d'achat si arbitraire qu'elle permette d'ignorer complètement le plus gros joueur dans un marché donné ? Nous préfererions croire que non.

Toutefois, interrogés sur la question, certains responsables chez vous nous ont laissé entendre que le conflit de travail en cours au *Journal* vous aurait fait désertor nos pages. Cette explication pour le moins étonnante nous ramènerait alors à cette politique arbitraire que nous évoquions plus haut. Vous conviendrez sans doute avec nous qu'il n'est pas du ressort de Radio-Canada de priver de revenus une entreprise sous prétexte qu'elle désapprouve son recours à des moyens de négociation parfaitement légaux, moyens dont Radio-Canada a aussi fait usage à son heure. Quoi qu'il en soit, la mission de la télévision publique n'est pas de distribuer anathèmes et châliments aux uns tout en garnissant généreusement les coffres des autres.

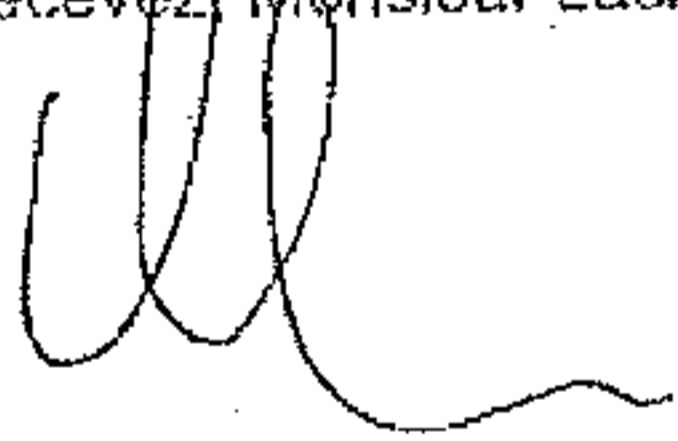
/...2

612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

En théorie, sa mission n'est pas non plus de favoriser indûment un groupe de presse privé au détriment d'un autre. C'est pourtant ce qui transpire de votre étroite relation avec le groupe de presse Gesca. Vos partenariats éditoriaux et de contenu avec La Presse se multiplient au point de laisser planer un doute quant à votre objectivité dans le traitement de l'information concernant ce groupe de presse et ses propriétaires, mais aussi celle qui touche ses concurrents. On peut en effet se demander si la restructuration mise en branle à La Presse n'est pas présentée sous un jour nettement meilleur que celle que nous avons entreprise au Journal de Montréal. Avez-vous encore les coudées suffisamment franches pour que ne s'en trouve pas feinté le traitement de l'information ? La question mérite d'être posée et nous la posons, particulièrement à la lumière de la couverture franchement disproportionnée accordée chez vous à certains dérapages syndicaux qui ont affecté nos activités cet été.

En résumé, et sans présumer des motifs qui ont présidé à votre choix de miser aux imprimés de Quebecor une part de votre campagne publicitaire qui soit proportionnelle à leurs parts de marché, nous vous rappelons tout de même que le Gouvernement du Canada et les sociétés Revenu Canada, Défense nationale, Ressources naturelles et Faune, Environnement Canada, Monnaie royale Canadienne, Santé Canada, Via Rail, de même que le Gouvernement du Québec et les sociétés Hydro-Québec, SAQ et Loto-Québec continuent d'avoir recours au Journal de Montréal pour rejoindre leurs publics et la population avec leurs avis et publicités. Nous vous rappelons également que, malgré une volonté clairement mise de l'avant par la Société Radio-Canada de développer synergie et convergence avec Gesca, il serait inacceptable que la SRC traite, par procuration en quelque sorte, nos journaux comme des concurrents auxquels elle peut couper les vivres afin de favoriser ses alliés. La SRC est une agence publique et doit respecter l'éthique et l'esprit attendus des organismes publics. Il s'agit ici d'un principe élémentaire de gouvernance.

Recevez, Monsieur Lacroix, l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

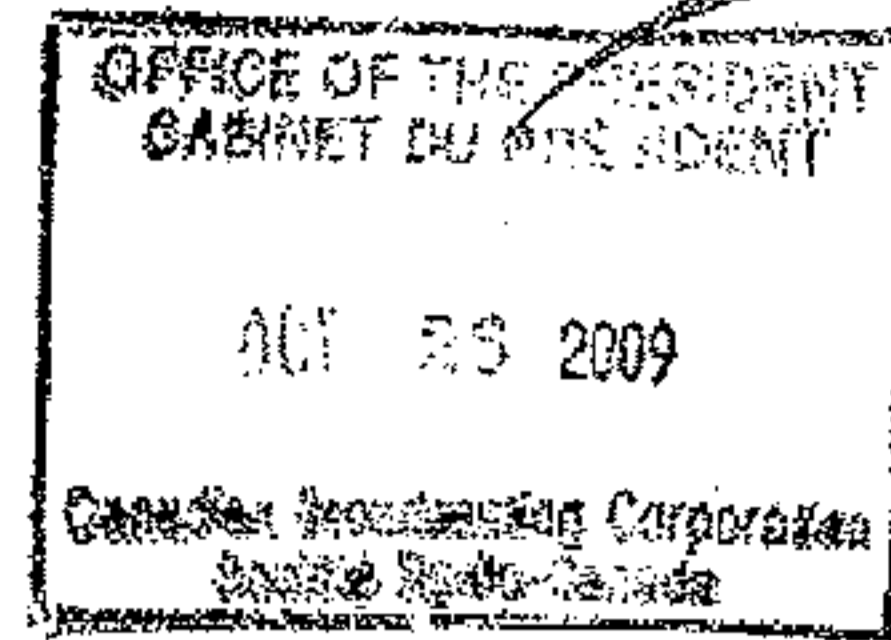


Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

c.c.: L'honorable James Moore
Ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles

Konrad von Finckenstein
Président, CRTC

QUEBECOR



Montréal, le 21 octobre 2009

Monsieur Hubert Lacroix
Président-directeur général
Société Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est
6^e étage
Montréal, QC H2L 2M2

Objet : Politique d'achat et de placement publicitaire de la Société Radio-Canada (suite)

Monsieur Lacroix

J'ai lu avec attention votre lettre du 29 septembre dans laquelle vous m'indiquiez être surpris par mes commentaires et l'analyse que mon équipe et moi faisons de vos décisions en matière de placement média et de partenariats commerciaux.

Sachez que vos écrits n'ont nullement réussi à atténuer notre perplexité face à la situation actuelle, même que de récents placements confirment au contraire notre évaluation de votre approche biaisée.

Comment pouvons-nous en faire autrement, en constatant, cette semaine, l'achat de quasi pleine page de publicité dans tous les quotidiens de Montréal autres que ceux de Quebecor afin d'annoncer le débat à votre antenne télé des chefs des partis municipaux de Montréal en vue des prochaines élections ? Comme la Société Radio-Canada se drape fréquemment dans sa mission de service public, ne croyez-vous pas que la décision de la télévision d'État nuise au débat public essentiel dans toute démocratie en évitant d'annoncer la tenue d'un tel événement dans le quotidien le plus lu de Montréal ? Une telle approche nous apparaît inacceptable en démocratie.

Vous n'êtes pas sans savoir que suite aux résultats NAD BANK publiés ce mois-ci, le Journal de Montréal demeure le quotidien le plus lu dans la grande région montréalaise et réussit même le tour de force d'augmenter son lectorat (7 % en semaine et 6,5 % le samedi, soit respectivement 40 000 et 38 800 nouveaux lecteurs). Chaque semaine dans le *Journal*, ce sont désormais 1 162 900 lecteurs qui voient vos annonces. À ceux-ci s'ajoutent les 516 400 lecteurs du *24 heures*. Pour ce dernier, on assiste à une hausse de 16,7 % du lectorat hebdomadaire, soit 73 800 fidèles de plus, ce qui constitue une croissance remarquable.

Quels arguments allez-vous maintenant tenter de nous présenter pour justifier un tel boycottage totalement injustifiable pour une Société d'État largement financée par les contribuables ? D'ailleurs, dans votre lettre, vous ne répondez pas aux préoccupations soulevées suite aux informations qui nous ont été communiquées par vos équipes comme quoi ce boycottage existait bel et bien.

Le lecteur du Journal de Montréal est-il devenu un contribuable de deuxième ordre pour la Société Radio-Canada et un électeur négligeable pour le choix du prochain maire de Montréal ? Est-il plus payant de rejoindre le lecteur du Devoir déjà susceptible d'avoir entendu vos autopromotions à la radio et à la télé de Radio-Canada ? Laissez tomber, de grâce, votre discours marketing 101 des cibles et des créneaux de programmation avec nous.

612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

.../2

A0046295_3-000003

Sachez que nos valeurs ne nous permettent pas de passer sous silence un tel comportement de la part d'une société publique. Laissez-moi vous rappeler le budget de vos investissements publicitaires dans nos journaux au cours des cinq dernières années. Je crois que vous n'aurez alors d'autres choix que de confirmer le bien-fondé de notre analyse et enjoindre votre équipe de réviser leur stratégie de placement dans le futur.

	JOURNAL DE MONTREAL	24 H	JOURNAL DE QUÉBEC
2009	141 858 \$ (uniquement dans le 1 ^{er} trimestre)	-	128 717 \$
2008	736 540 \$ (dont 532 456 \$ dans les 3 premiers trimestres)	-	208 380 \$
2007	704 938 \$ (dont 626 191 \$ dans les 3 premiers trimestres)	300 \$	134 107 \$
2006	772 641 \$ (dont 680 150 \$ dans les 3 premiers trimestres)	-	309 473 \$
2005	825 408 \$	-	381 927 \$

Nous constatons avec désarroi que la situation observée à Montréal se répercute également sur le marché de Toronto où notre quotidien, le Toronto Sun, est boudé à l'avantage de notre concurrent direct, le Toronto Star, qui jouit de la faveur de vos placements médias.

Vous dites, dans votre lettre du 29 septembre, ne pas être un organisme subventionnaire. Cela vous permet-il également de vous placer au-dessus des lois et des règlements ? C'est pourtant ce que nous pourrions croire en suivant votre immobilisme dans le dossier de la distribution en continu de la chaîne RDI par Internet alors que la Société s'accorde une préférence induue qui pourrait mettre en péril le système canadien de radiodiffusion. En effet, l'article 10.1 du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* interdit à RDI d'accorder à quiconque, y compris lui-même, une préférence induue ou d'assujettir quiconque à un désavantage indu. En distribuant RDI via Internet sans exiger du public le même tarif que Vidéotron exige, la Société s'accorde, sans aucune équivoque, une préférence induue et assujettit Vidéotron à un désavantage indu.

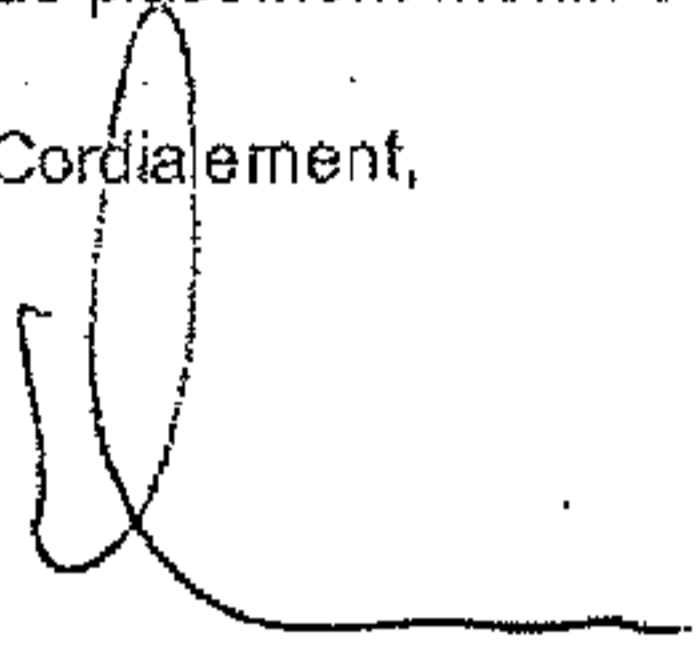
Je pourrais citer bien d'autres exemples où la SRC se comporte comme un électron libre faisant fi des règles élémentaires d'encadrement de l'environnement dans lequel elle évolue comme lorsqu'elle s'engage dans une bataille juridique à grand frais de coûts d'avocats contre le commissaire à l'information afin de ne pas se soumettre aux impératifs qui incombent aux autres sociétés fédérales.

Les récentes conclusions de l'ombudsman de Radio-Canada relativement à la couverture radio erronée et préjudiciable de la décision de la Commission des relations du travail (CRT) au sujet du conflit au *Journal de Montréal* rendue le 8 juillet 2009 nous amène d'ailleurs à souhaiter qu'un cadre de gouvernance similaire soit mis en place pour traiter des plaintes liées aux dossiers d'accès à l'information.

Finalement, n'importe votre agacement, il faut être aveugle pour ne pas constater, jour après jour, les liens étroits, tant commerciaux qu'en matière de contenus, qu'entretient Gesca avec la SRC. Nous sommes d'ailleurs loin d'être les seuls à l'observer, le web étant rempli de commentaires à cet égard, commentaires qui nous ont d'ailleurs été maintes fois répétés par certains de vos artisans, non pas sans inquiétude.

J'ose espérer que nos échanges susciteront une réflexion constructive en vos murs et que nous verrons poindre certains changements dans votre approche en matière de placement média et de transparence.

Cordialement,



Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

c.c. : L'honorable James Moore,
Ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles

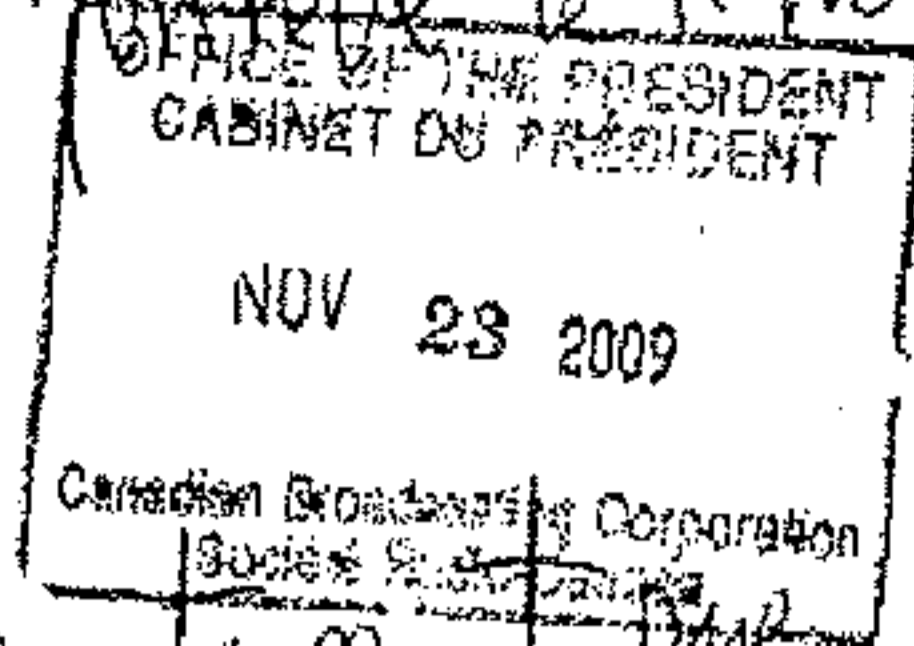
M. Konrad W. von Finckenstein, Président du CRTC

M. Tim W. Casgrain
Président du conseil d'administration de la Société Radio-Canada

Me Brian Mitchell
Administrateur, Montréal,
Conseil d'administration de la Société Radio-Canada

- p.j. 1. Révision de l'ombudsman de la couverture radio de la décision de la Commission des relations de travail du Québec sur le conflit au Journal de Montréal
2. Communiqué de presse du Journal de Montréal sur les conclusions de l'ombudsman de la Société Radio-Canada

Montréal le 11 novembre 09.



Cher Hubert

comme je fais maintenant que les
choix publicitaires t'intéresse, ci-joint
la dernière livraison du magazine
Samedi - non ne t'en fais pas ce
n'est pas Quebecor Media qui publie -

2 publicités de la SRC en
page 2 et 4 de couverture
pour un magazine qui vend
9000 exemplaires
Bonne nuit.



LUNDI AU JEUDI 19 H
VIRGINIE

Radio-Canada.ca/virginie

AUTEUR : FABIENNE LAROUCHE
RÉALISATEURS : DANIEL MÉTHOT,
BRIGITTE COUTURE, PIERRE GAGNON
ET PIERRE LORD

A0046295_7-000007

LUNDI 20H



L'AUBERGE DU CHIEN NOIR



RÉALISATRICE-COORDONNATRICE : CAROLE DESJARDINS

**2 ANS
APRÈS SON
DÉCÈS**

CE QU'EST DEVENUE LA FILLE D'ANNA NICOLE SMITH

Le magazine du week-end

Same

**EXCLUSIF
AU CANADA**

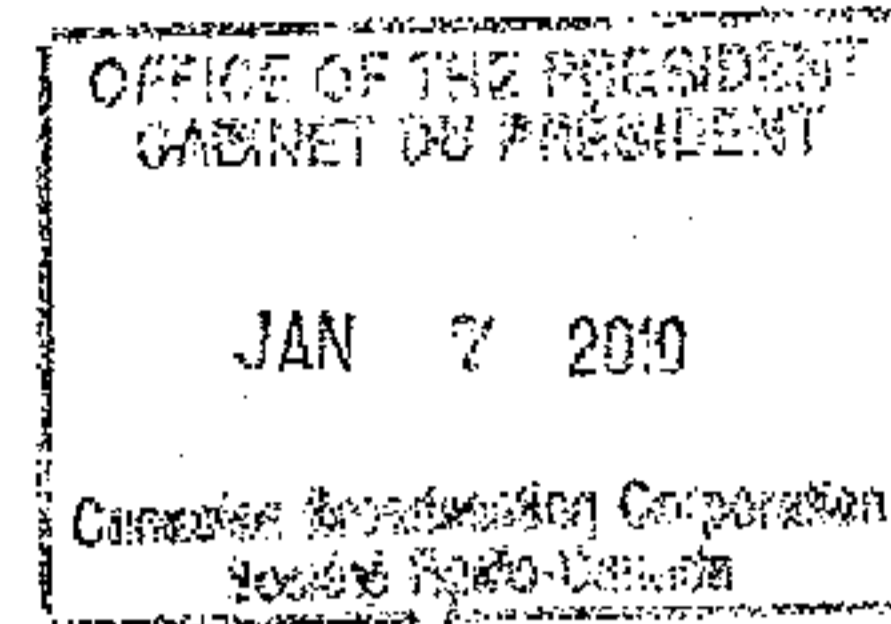


Malgré qu'Anna Nicole Smith soit décédée tragiquement 5 mois après la naissance de Dannielynn, le père de l'enfant, Larry Birkhead, réussit tant bien que mal à lui faire vivre une vie comme les autres.

**LES DERNIÈRES NOUVELLES
SUR LE PROCÈS EN COURS**



Lundi le 14 décembre 2009



Monsieur Hubert Lacroix
Président-directeur général
Société Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est
6ième étage
Montréal (Québec)
H2L 2M2

Cher Hubert,

En complément de nos échanges précédents, et puisque vous reconnaissez d'emblée que « [vos] choix de placements publicitaires répondent uniquement aux impératifs de promotion de [votre] programmation », j'aimerais porter à votre attention les plus récentes incongruités observées dans votre stratégie de placement média.

Je vous transmets donc deux numéros du magazine *Le Samedi*, un magazine « people » dont le tirage est pour le moins intimiste (10,000) et qui appartient à un éditeur qui semble être depuis un certain nombre d'années un partenaire privilégié de la SRC.

Vous comprendrez sans peine notre étonnement devant des choix aussi singuliers, qui ne semblent pas à première vue se conformer à l'idée qu'on se fait habituellement d'un retour satisfaisant sur l'investissement publicitaire.

Recevez, cher Hubert, l'expression de mes sentiments distingués.

Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

Montréal, le 9 février 2010

Monsieur Timothy Casgrain
Vice-président
Skyservice Investments Inc
31 Fasken Drive.
Toronto, ON M9W 1K6

Madame Linda Black
**Alberta Solicitor General and Public
Security, Communications**
9th floor, John E. Brownlee Building
10365 - 97 Street
Edmonton, AB T5J 3W7

Monsieur George Cooper
McInnes Cooper
Purdy's Wharf Tower II
1300-1969 Upper Water Street
Halifax, NS B3J 2V1

Madame Patricia A. McIver
Comptable agréée
**Partenaires Financiers Richardson
Limitée**
1250, boul. René-Lévesque Ouest
Montreal, QC H3B 4W8

Monsieur Brian R. Mitchell
Associé directeur général
Mitchell Gattuso
1010, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 2200
Montreal, QC H3A 2R7

Madame Edna Turpin
Membre du Conseil d'administration
Newfoundland and Labrador Hydro
Hydro Place, 500 Columbus Drive
P.O. Box 12400
St. John's, NL A1B 4K7

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est
Montréal, QC H2L 2M2

Monsieur Peter D. Charbonneau
Associé général
Skypoint Capital Corporation
555 Legget Dr.
Tower B, Suite 830
Ottawa, ON K2K 2X3

Monsieur Peter Herrndorf
Président et chef de la direction
Centre national des Arts
Case postale 1534, succursale B
Ottawa, ON K1P 5W1

Madame Trina McQueen
Professeure en gestion de la
radiodiffusion
**École de commerce Schulich de
l'Université York**
Room W362N
4700 Keele Street, Toronto, ON
M3J 1P3

Monsieur Rémi Racine
Président et producteur exécutif
Artificial Mind & Movement
416 Maisonneuve Ouest
Bureau 600
Montréal, QC H3A1L2

Monsieur John Fitzgerald Young
Doyen du Collège des arts, des
sciences sociales et des sciences de la
santé
Université Northern British Columbia
Prince George Campus
3333 University Way
Prince George, BC V2N 4Z9

Mesdames et messieurs les membres du conseil d'administration de CBC/Radio-Canada,

Je m'adresse à vous afin de porter à votre attention une situation discriminatoire, autant déplorable qu'inacceptable, qui a déjà fait l'objet de trois lettres sous ma signature datées du 31 août 2009, du 21 octobre 2009 et du 19 janvier 2010, ainsi que d'une lettre datée du 29 janvier 2010 sous la signature de Madame Lyne Robitaille, Présidente et éditrice du Journal de Montréal et Vice-présidente exécutive, exploitation, Est du Canada, de Corporation Sun Media.

Toutes ces lettres étaient adressées à Monsieur Hubert T. Lacroix, Président-directeur général de CBC/Radio-Canada. Je joins copies de celles-ci à la présente pour votre information, accompagnées de copies de deux lettres de monsieur Lacroix, datées du 29 septembre 2009 et du 17 décembre 2009, faisant suite à deux des lettres sous ma signature.

La lecture de cette correspondance vous permettra de saisir clairement l'incongruité des placements médias faits par la télévision d'État depuis la fin de l'été dernier, lesquels contreviennent d'ailleurs de façon flagrante à sa mission et à son mandat.

La stratégie adoptée par CBC/Radio-Canada fait abstraction des quotidiens de Corporation Sun Media, malgré leurs parts de marché et leur tirage considérables.

Pour ajouter l'insulte à l'injure, des représentants responsables des placements publicitaires de CBC/Radio-Canada nous ont fait savoir qu'ils avaient reçu instructions de cette société d'État de ne pas placer d'annonces dans Le Journal de Montréal en raison du conflit de travail qui y sévit depuis le mois de janvier 2009, punissant ainsi la direction de ce quotidien pour avoir légalement et légitimement exercer un droit qui lui est conféré par le Code du travail du Québec, une loi adoptée par les représentants dûment élus du peuple québécois. Voilà un comportement indigne de la direction de la télévision d'État canadienne que nous dénonçons vertement.

Nous vous rappelons que Le Journal de Montréal est le quotidien le plus lu de la grande région montréalaise. Le profil socio-démographique de son lectorat est très semblable à celui du quotidien La Presse dans lequel CBC/Radio-Canada a effectué depuis l'été dernier de nombreux placements publicitaires, notamment pour la rentrée d'automne, pour la couverture des élections municipales de Montréal; pour la rentrée d'hiver et pour la couverture de la tragédie terrible qui a dévasté Haïti et sa population. Cette réalité n'a pas échappé à deux producteurs (Aetios Productions et Melenny Productions) dont les productions sont actuellement diffusées à l'antenne de la SRC et qui utilisent les pages de nos quotidiens pour en faire la promotion.

Nous nous permettons de vous rappeler que le mandat de CBC/Radio-Canada est défini dans la Loi sur la radiodiffusion qui stipule que CBC/Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision basés sur une programmation aussi large que variée, qui informe, éclaire et divertit.

On peut lire notamment dans cette loi que la programmation de CBC/Radio-Canada doit être principalement et typiquement canadienne; refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions; contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre; contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales; être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens; et refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Dans la décision de renouvellement de la licence de télévision de langue française de CBC/Radio-Canada qu'il a rendue le 6 janvier 2000 (Décision CRTC 2000-2), le CRTC a tenté de mieux définir ce mandat, en écrivant notamment ce qui suit :

« Pour le Conseil, la Société doit avant tout remplir adéquatement son mandat, c'est-à-dire exposer la diversité culturelle québécoise et canadienne et répondre aux besoins des téléspectateurs francophones et francophiles de l'ensemble du Canada. »

« La SRC doit couvrir et refléter dans sa programmation la réalité et les préoccupations de l'ensemble des Canadiens. Comme institution nationale, elle doit jeter des ponts et ouvrir des fenêtres de dialogue et d'échange entre les communautés de langue française. »

« De par son mandat, la Société doit offrir aux Canadiens d'expression française des nouvelles exactes et objectives ainsi que des émissions d'information sur le Canada et le monde. »

« Le rôle de la télévision publique au sein du système de radiodiffusion canadien est, entre autres, d'assurer la place de l'expression artistique francophone dans l'univers télévisuel canadien. À cette fin, elle doit mettre à la portée des Canadiens une programmation de qualité où s'entrecroisent toutes les formes d'expression artistique, que ce soit la musique, la danse ou le théâtre. »

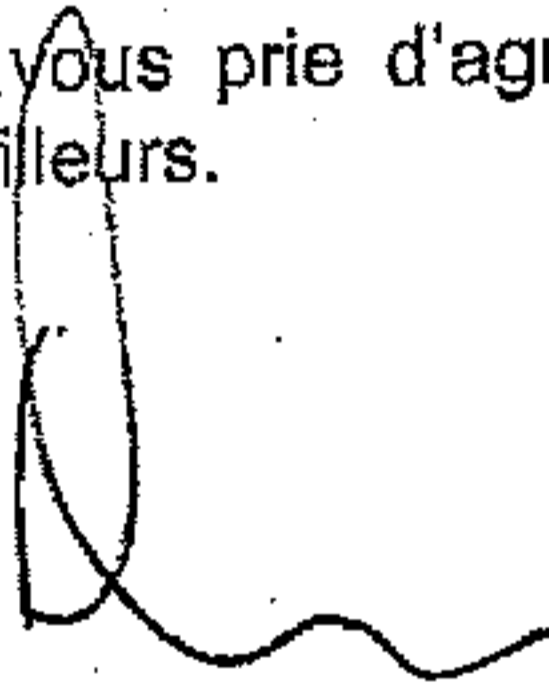
Comment CBC/Radio-Canada peut-elle prétendre respecter sa mission et son mandat, tel que définis par le CRTC et la Loi sur la radiodiffusion, quand sa stratégie de placements publicitaires occulte des pans complets de la population canadienne et québécoise par une opération de boycottage discriminatoire de nos journaux au bénéfice des publications de Gesca Ltée, filiale en propriété exclusive de Power Corporation of Canada, avec laquelle elle se livre à une stratégie de convergence des contenus qui amène de plus en plus d'observateurs à douter de l'objectivité de l'information diffusée par la société d'État.

Pour ces raisons, nous vous invitons à mettre fin dans les plus brefs délais à cette opération irresponsable en rappelant à l'ordre la direction de CBC/Radio-Canada afin qu'elle adopte une stratégie de placements publicitaires qui lui permettra de remplir son mandat en rejoignant un public le plus vaste possible, là où il se trouve.

Les règles d'éthique, de transparence, d'imputabilité et de bonne gouvernance qui s'appliquent à CBC/Radio-Canada comme à toute société d'État exigent que celle-ci mette fin à toute politique d'achat qui favorise un groupe de presse au détriment d'un autre.

Je suis convaincu que vous accorderez à cette lettre l'importance qu'elle mérite.

Je vous prie d'agréer, Mesdames et Messieurs, l'expression de mes sentiments les meilleurs.



Pierre Karl Péladeau
Président et Chef de la direction

PKP/jr
Pièces jointes

c.c. L'Honorable James Moore
Ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles

L'Honorable Konrad von Finckenstein, c.r.
Président du CRTC

February 9, 2010

Timothy Casgrain
Vice-President
Skyservice Investments Inc.
31 Fasken Drive
Toronto, ON M92 1K6

Linda Black
**Alberta Solicitor General and Public
Security Communications**
9th Floor, John E. Brownlee Building
10365-97th Street
Edmonton, AB T5J 3W7

George Cooper
McInnes Cooper
Purdy's Wharf Tower II
1300-1969 Upper Water Street
Halifax, NS B3J 2V1

Patricia A. McIver
Chartered Accountant
**Richardson Partners Financial
Limited**
1250 René-Lévesque Blvd West
Montreal, QC H3B 4Z8

Brian R. Mitchell
Managing Partner
Mitchell Gattuso
1010 Sherbrooke St. West
Suite 2200
Montreal, QC H3A 2R7

Edna Turpin
Board Member
Newfoundland and Labrador Hydro
Hydro Place, 500 Columbus Drive
P.O. Box 12400
St. John's, NL A1B 4K7

Hubert T. Lacroix
President
CBC/Radio-Canada
1400 René-Lévesque Blvd East
Montreal, QC H2L 2M2

Peter D. Charbonneau
General Partner
Skypoint Capital Corporation
555 Legget Dr.
Tower B, Suite 830
Ottawa, ON K2K 2X3

Peter Herrndorf
President and CEO
National Arts Centre
P.O. Box 1534, Station B
Ottawa, ON K1P 5W1

Trina McQueen
Professor of Broadcast Management
**Schulich School of Business
York University**
Room W362N
4700 Keele Street
Toronto, ON M3J 1P3

Rémi Racine
CEO and Executive Producer
Artificial Mind & Movement
416 Maisonneuve Blvd West
Suite 600
Montreal, QC H3A 1L2

John Fitzgerald Young
Dean, College of Arts, Social and
Health Sciences
**University of Northern British
Columbia Prince George Campus**
3333 University Way
Prince George, BC V2N 4Z9

Dear members of the CBC/Radio-Canada Board of Directors,

I am writing to call your attention to an outrageous and unacceptable case of discrimination that has already been the subject of three letters signed by me, dated August 31, 2009, October 21, 2009, and January 19, 2010, as well as a letter dated January 29, 2010, by Lyne Robitaille, President and Publisher of *Le Journal de Montréal* and Executive Vice-President, Operations, Eastern Canada, for Sun Media Corporation.

All of these letters were addressed to CBC/Radio-Canada President Hubert T. Lacroix. I have enclosed copies for your information, along with copies of two letters from Mr. Lacroix, dated September 29, 2009, and December 17, 2009, in response to two of the letters signed by me.

In reading this correspondence, you will surely be struck by the public broadcaster's unusual media placement choices since the end of last summer – choices that flagrantly violate the organization's mission and mandate.

The strategy adopted by CBC/Radio-Canada involves excluding all Sun Media Corporation dailies, despite their considerable circulations and market shares.

To add insult to injury, the representatives in charge of CBC/Radio-Canada's ad placements informed us that the Crown corporation has instructed them not to buy advertising in *Le Journal de Montréal* as a result of the lockout in effect since January 2009. The goal is apparently to punish the newspaper's management for legally and legitimately exercising its rights under the Quebec labour code, a piece of legislation passed by Quebecers' duly elected representatives. We strongly condemn this disgraceful conduct by the Canadian public broadcaster's senior managers.

May we remind you that *Le Journal de Montréal* is the most widely read daily in the greater Montreal area. The socio-demographic profile of its readership is very similar to that of *La Presse*, in which CBC/Radio-Canada has run countless advertisements since the summer, including for its fall and winter launches, for its coverage of the Montreal municipal election campaign, and for its reporting on the terrible tragedy that has devastated Haiti and its people. This fact did not go unnoticed by two producers (Aetios Productions and Melenny Productions) who use our dailies to promote their shows currently broadcast by Radio-Canada.

May we also remind you that CBC/Radio-Canada's mandate is defined in the *Broadcasting Act*, which stipulates that the Canadian Broadcasting Corporation, as the national public broadcaster, should provide radio and television services incorporating a wide range of programming that informs, enlightens and entertains. The Act also states that the programming provided by the Corporation should be predominantly and distinctively Canadian; reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of

those regions; actively contribute to the flow and exchange of cultural expression; contribute to shared national consciousness and identity; be made available throughout Canada by the most appropriate and efficient means and as resources become available for the purpose; and reflect the multicultural and multiracial nature of Canada.

In its decision to renew the licence of CBC/Radio-Canada's French-language network, issued on January 6, 2000 (Decision CRTC 2000-2), the CRTC attempted to more clearly define this mandate, as illustrated in the following statements:

For the Commission, the important thing is for the CBC to fulfill its mandate by showcasing the cultural diversity of Quebec and Canada and by meeting the needs of Francophone and Francophile viewers across the country.

[T]he CBC, like all national institutions, must provide programming that covers and reflects the situation and concerns of all Canadians. It must forge links and create opportunities for dialogue and exchange between French-language communities.

The mandate of the Corporation requires that it provide French-speaking Canadians with accurate, objective news and information programming about Canada and the world.

The role of CBC television in the Canadian broadcasting system includes creating a space for French-language expression within the Canadian television landscape. To do this, it must offer Canadians quality programming covering all forms of artistic expression, including music, dance and theatre.

How can CBC/Radio-Canada claim to fulfill its mission and mandate, as defined by the CRTC and the *Broadcasting Act*, when its ad placement strategy leaves out entire segments of the French-Canadian population by boycotting our newspapers? This discriminatory act benefits the publications of Gesca Ltée, a wholly owned subsidiary of Power Corporation of Canada, with which the public broadcaster is engaged in a content convergence strategy that has led a growing number of observers to question the objectivity of the news aired by the Crown corporation.

For all of these reasons, we ask that you act immediately to end this irresponsible practice by compelling CBC/Radio-Canada management to adopt an ad placement strategy that allows the public broadcaster to fulfill its mandate by reaching the widest possible number of Canadians, no matter where they live.

The rules of ethics, transparency, accountability and good governance that apply to all Crown corporations, including CBC/Radio-Canada, require that the broadcaster put an end to any purchasing policy that benefits one media group at the expense of another.

I am confident that you will give this letter the attention it deserves.

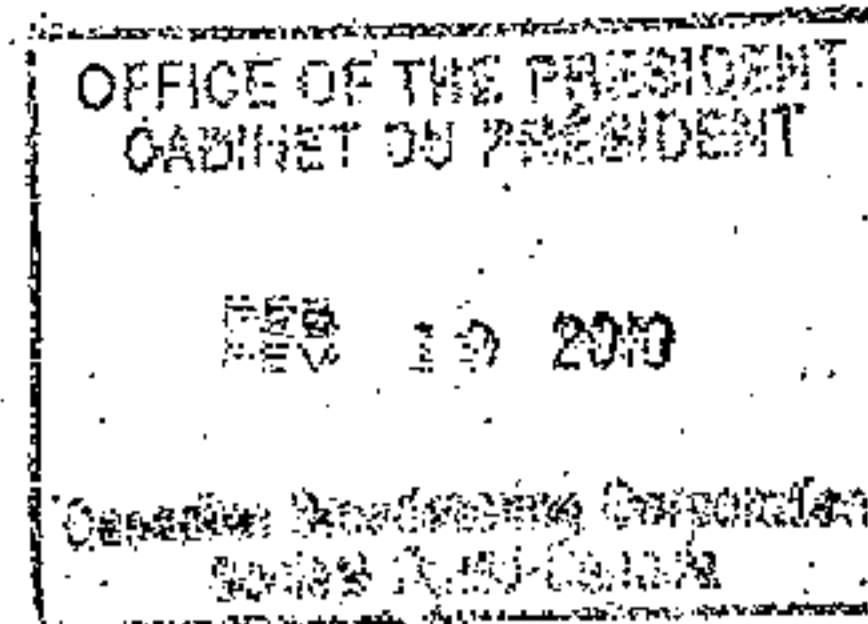
Regards,

Pierre Karl Péladeau
President and CEO

PKP/jr
Encl.

c.c. The Honourable James Moore
Minister of Canadian Heritage and Official Languages

The Honourable Konrad von Finckenstein, Q.C.
CRTC Chair



Montréal, le 17 février 2010

H2L
Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est
Montréal (Québec)
H2L 2M2

Mon très cher Hubert,

Permettez-moi tout d'abord de vous faire part de ma stupeur face au ton et à la teneur de vos lettres des 8 et 11 février courant puisqu'elles semblent vouloir faussement personnaliser le débat et nous prêter des intentions qui nous sont tout à fait étrangères.

Jé crois que l'importance des fonctions que nous occupons tous les deux impose que nos échanges soient empreints de civilité, exempts de toute arrogance et qu'ils adressent les vrais problèmes afin que l'on puisse en dégager les solutions qui s'imposent. Cela nous évitera des faux pas comme celui commis par Sylvain Lafrance qui, plutôt de se contenter d'exprimer avec pondération son désaccord à l'égard d'une position adoptée par Quebecor Media, a préféré me traiter publiquement de voyou, avec les conséquences que l'on connaît aujourd'hui et qui font notamment l'objet de procédures judiciaires toujours en cours, qui obligent CBC/Radio-Canada à dépenser en honoraires judiciaires substantiels des fonds publics qui auraient pu être plus judicieusement consacrés à l'écran au bénéfice de l'ensemble du système canadien de radiodiffusion.

Ayant eu l'immense privilège de siéger à vos côtés au sein du conseil d'administration de Donohue, il y a de cela plus d'une dizaine d'années, j'ai été à même de pouvoir constater personnellement votre très grande préoccupation pour toutes les questions d'éthique et de gouvernance.

612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

Vous comprendrez, dans les circonstances, qu'il est tout à fait légitime de questionner les investissements publicitaires faits par CBC/Radio-Canada, une société d'État et non pas une entreprise privée, qui doit rendre compte de l'utilisation qu'elle fait des fonds publics dépassant le milliard de dollars qu'elle reçoit.

Ce questionnement est d'autant plus justifié que les faits démontrent que vos placements publicitaires de la dernière année font totalement abstraction des médias qui permettraient au radiodiffuseur que vous dirigez de rejoindre le plus efficacement possible l'auditoire auquel il a la mission de s'adresser.

Les quelques millions de dollars en aides gouvernementales que reçoivent les maisons d'édition de livres et de magazines de Quebecor Media, des acteurs de première importance dans la vie culturelle québécoise, ne sauraient vous justifier de faire dévier le débat en esquivant les nécessaires réponses aux problématiques que nous soulevons à bon droit.

Il va de soi qu'à titre de PDG de CBC/Radio-Canada, vous ne pouvez tolérer de discrimination arbitraire, proche de la démagogie syndicale, comme celle à laquelle votre société assujettit nos médias.

Finalement, il m'apparaît approprié de porter à votre attention certaines informations au sujet de « Notre Madame Robitaille » comme vous l'appelez si bien dans votre missive du 8 février.

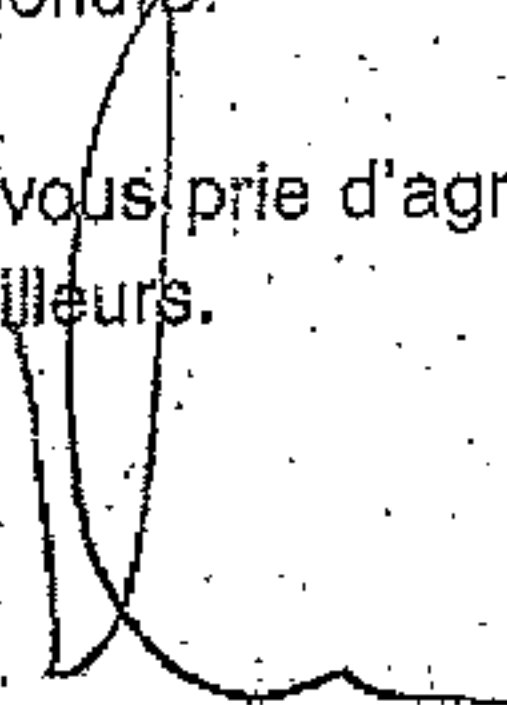
Lyne est l'une de mes plus proches collaboratrices. Sa très grande compétence l'a amenée à gravir les divers échelons de notre entreprise qu'elle a jointe il y a 22 ans déjà, soit en 1988, à titre de contrôleur de la division des hebdomadaires régionaux, pour occuper, depuis 2007, ses fonctions actuelles de vice-présidente exécutive, Exploitation, Est du Canada, de Corporation Sun Media. Lyne détient par ailleurs un baccalauréat en comptabilité de l'École des hautes études commerciales qu'elle a obtenu en 1985 et elle est membre de l'Ordre des comptables agréés du Québec. Avant de débiter chez Quebecor, elle a travaillé chez Ernst and Whinney à titre de vérificatrice.

Vous conviendrez avec moi que la feuille de route de Lyne Robitaille lui mérite le plus grand respect et que c'est à bon droit qu'elle peut, elle aussi, dans le cadre de ses fonctions, oser s'adresser à vous pour vous questionner légitimement sur les gestes et décisions que vous posez et qui ont un impact sur les entreprises qu'elle dirige.

QUEBECOR

Mon très cher Hubert, soyez assuré que je prends très au sérieux mes responsabilités de citoyen et de président et chef de la direction de Quebecor, Quebecor Media et Corporation Sun Media et que je continuerai à vous écrire pour vous poser les questions auxquelles, je crois, vous avez le devoir de répondre.

Je vous prie d'agréer, mon très cher Hubert, l'expression de mes sentiments les meilleurs.



Pierre Karl Péladeau
Président et Chef de la direction

PKP/jr

c.c. L'Honorable James Moore
Ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles

L'Honorable Konrad von Finckenstein, c.r.
Président du CRTC

Membres du Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada :

Monsieur Timothy Casgrain
Vice-président
Skyservice Investments Inc

Madame Linda Black
Alberta Solicitor General and Public Security, Communications

Monsieur Peter D. Charbonneau
Associé général
Skypoint Capital Corporation

Monsieur George Cooper
McInnes Cooper

Monsieur Peter Herrndorf
Président et chef de la direction
Centre national des Arts

Madame Patricia A. McIver
Comptable agréée
**Partenaires Financiers
Richardson Limitée**

Madame Trina McQueen
Professeure en gestion de la
radiodiffusion
**École de commerce Schulich
de l'Université York**

Monsieur Brian R. Mitchell
Associé directeur général
Mitchell Gattuso

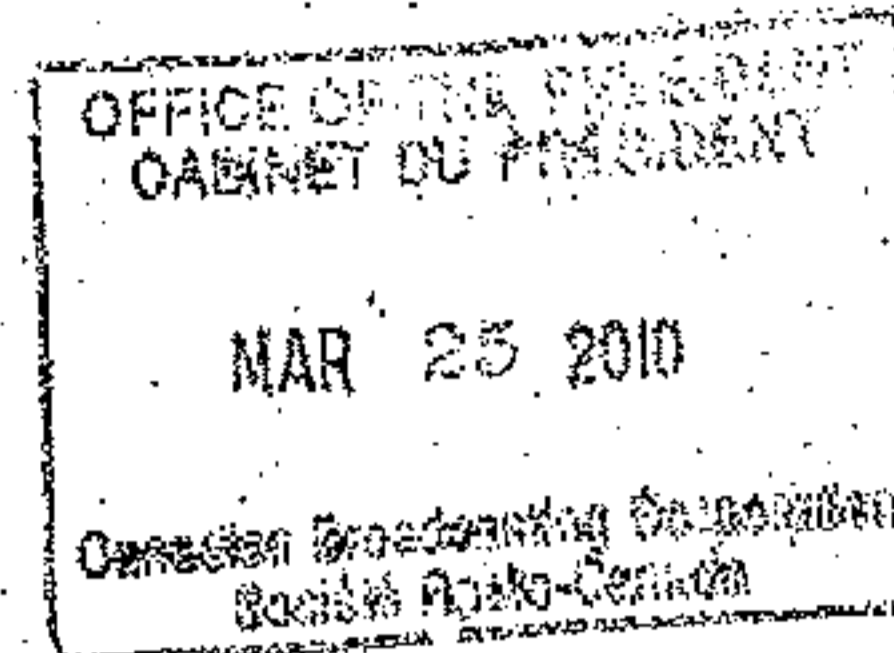
Monsieur Rémi Racine
Président et producteur exécutif
Artificial Mind & Movement

Madame Edna Turpin
Membre du Conseil
d'administration
**Newfoundland and Labrador
Hydro**

Monsieur John Fitzgerald Young
Doyen du Collège des arts, des
sciences sociales et des
sciences de la santé
**Université Northern British
Columbia
Prince George Campus**

QUEBECOR

23 mars, 2010



Monsieur Hubert Lacroix
Président
Radio-Canada
1400, boul. René Lévesque Est
Montréal (Québec)
H2L 2M2

M. le Président-Directeur général,

Nous déplorons que, malgré nos fréquents échanges des derniers mois, qui vous auront amplement informé de cette situation regrettable, les quotidiens de Quebecor Media soient toujours victimes de discrimination de la part de votre société. Nous constatons en effet que de nombreuses publicités de la programmation de la SRC apparaissent encore et toujours exclusivement dans les quotidiens concurrents (La Presse, Le Soleil, Le Devoir).

Nous nous permettons de vous signaler que votre politique est tout autant discriminatoire que mal avisée, plus particulièrement à la lumière des récents sondages de l'industrie, qui démontrent que le lectorat de nos publications est en hausse alors que celui de nos concurrents est en baisse. Il n'y a donc aucune raison d'affaires pour que votre société d'État se prive d'annoncer dans les médias qui rejoignent le plus de Québécois

Soumis très respectueusement.

Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

P.J.
612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

A0046295_23-000023

Cc : L'Honorable James Moore
Ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles

L'Honorable Konrad von Finckenstein, c.r.
Président du CRTC

Membres du Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada :

Monsieur Timothy Casgrain
Vice-président
Skyservice Investments inc

Madame Linda Black
Alberta Solicitor General and Public Security, Communications

Monsieur Peter D.
Charbonneau
Associé général
Skypoint Capital Corporation

Monsieur George Cooper
McInnes Cooper

Monsieur Peter Herrndorf
Président et chef de la direction
Centre national des Arts

Madame Patricia A. McIver
Comptable agréée
Partenaires Financiers
Richardson Limitée

Madame Trina McQueen
Professeure en gestion de la
radiodiffusion
École de commerce Schulich de
l'Université York

Monsieur Brian R. Mitchell
Associé directeur général
Mitchell Gattuso

QUEBECOR

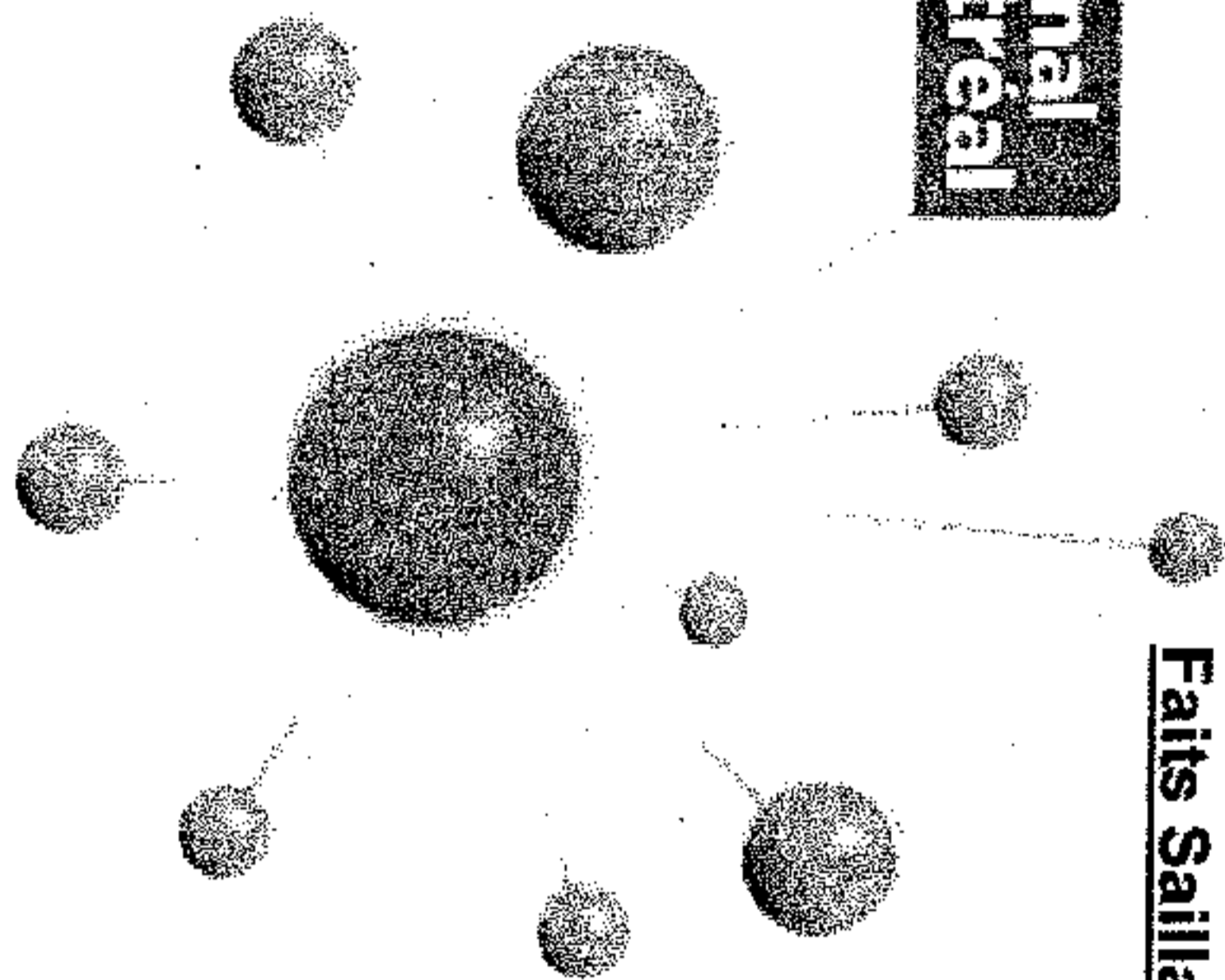
Monsieur Rémi Racine
Président et producteur
exécutif
Artificial Mind & Movement

Madame Edna Turpin
Membre du Conseil
d'administration
Newfoundland and Labrador
Hydro

Monsieur John Fitzgerald
Young
Doyen du Collège des arts, des
sciences sociales et des sciences
de la santé
Université Northern British
Columbia
Prince George Campus

**Journal
montréal**

Faits Sillants – NADbank 2009



QUEBECOR
Media

16 mars 2010



1 153 500 lecteurs chaque semaine dans le marché de Montréal

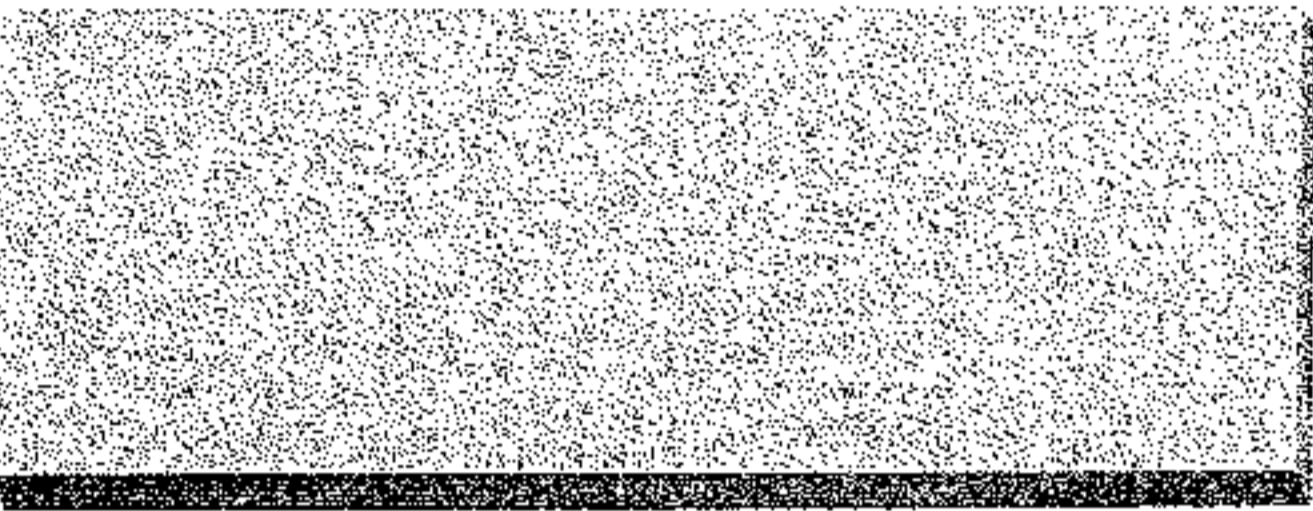
Lectorat hebdomadaire des versions imprimées

1 153 500



Le Journal de Montréal devance son plus proche concurrent de 382 900 lecteurs, soit un écart considérable de 50%.

770 600



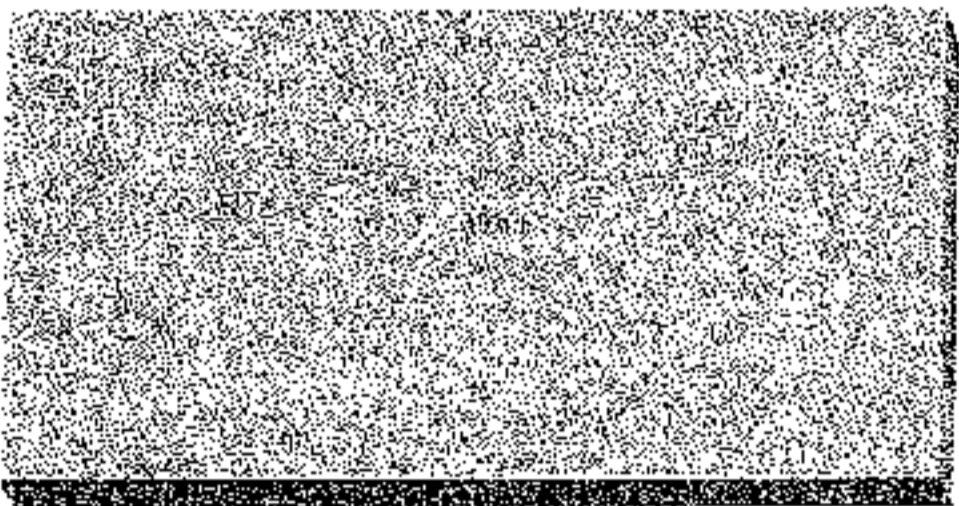
La Presse

667 900



Métro

551 400



486 100



The Gazette

165 800



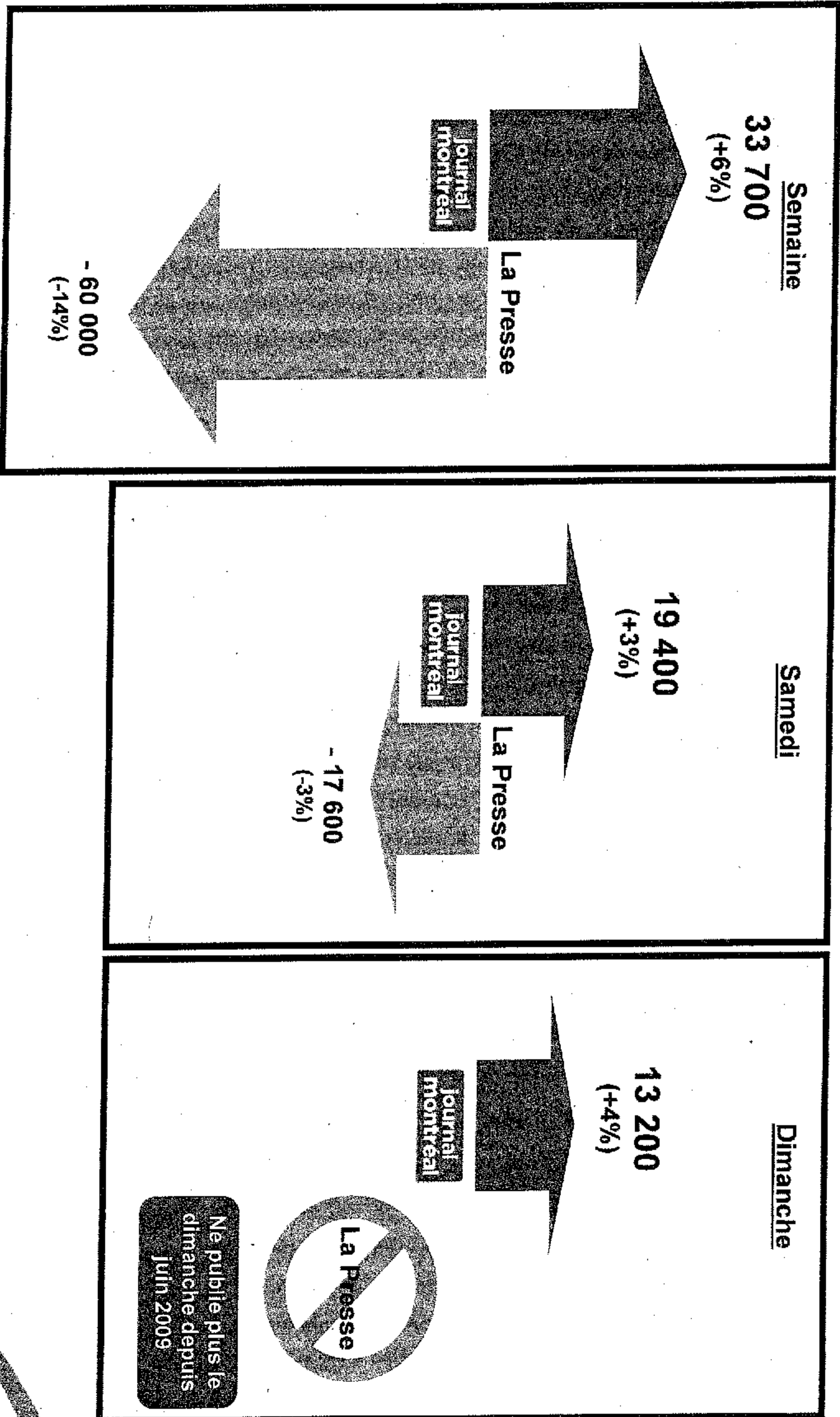
Le Devoir

Source : NADbank 2009, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat cumulatif 5/6/7 jours



Une croissance exceptionnelle à chaque édition

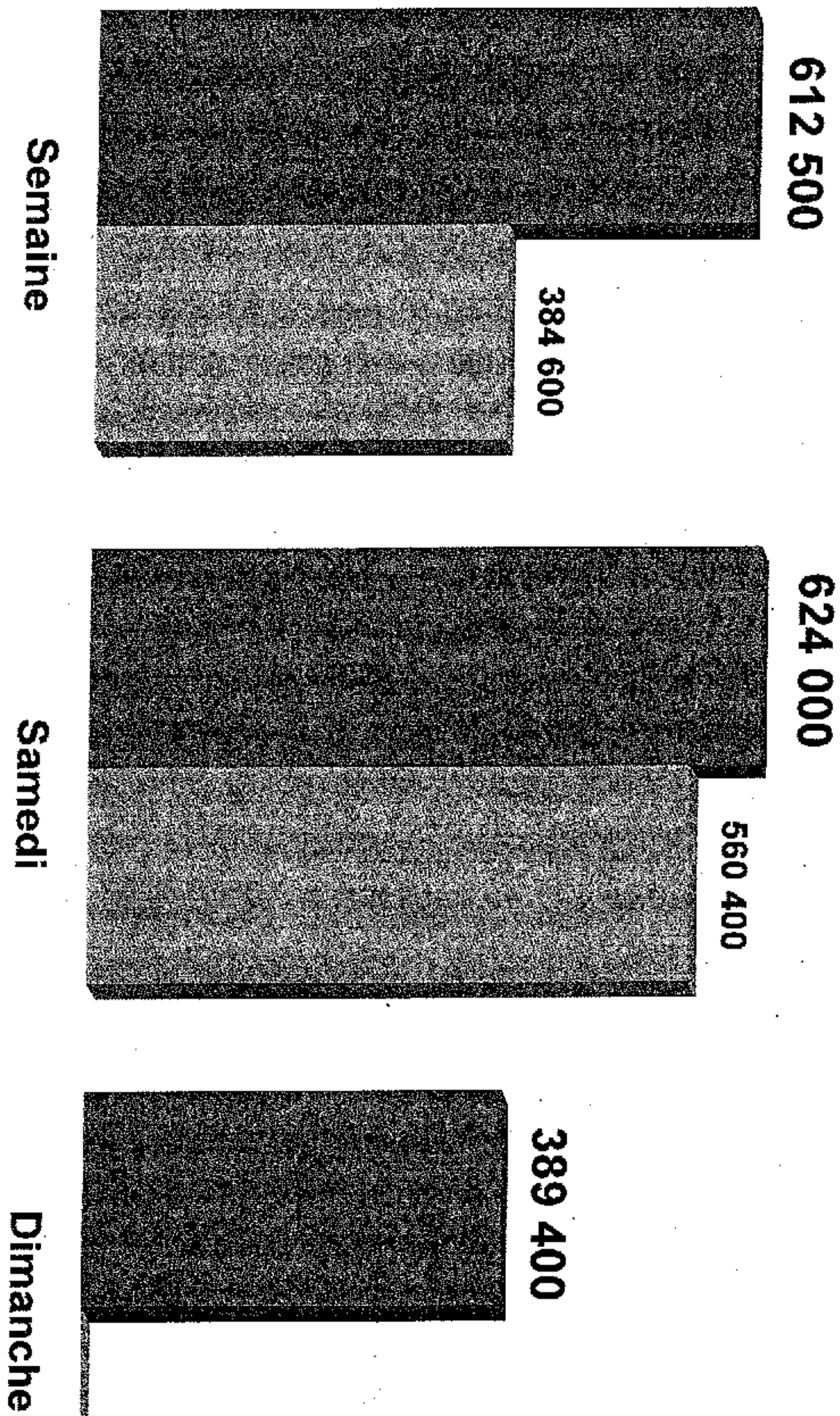
Variation du lectorat moyen par édition 2009/2008



Source : NADbank 2009 et 2008, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat moyen par édition

Domine son principal concurrent 7 jours sur 7

Lectorat moyen par édition



Écart

+ 227 900 lecteurs
(+59%)

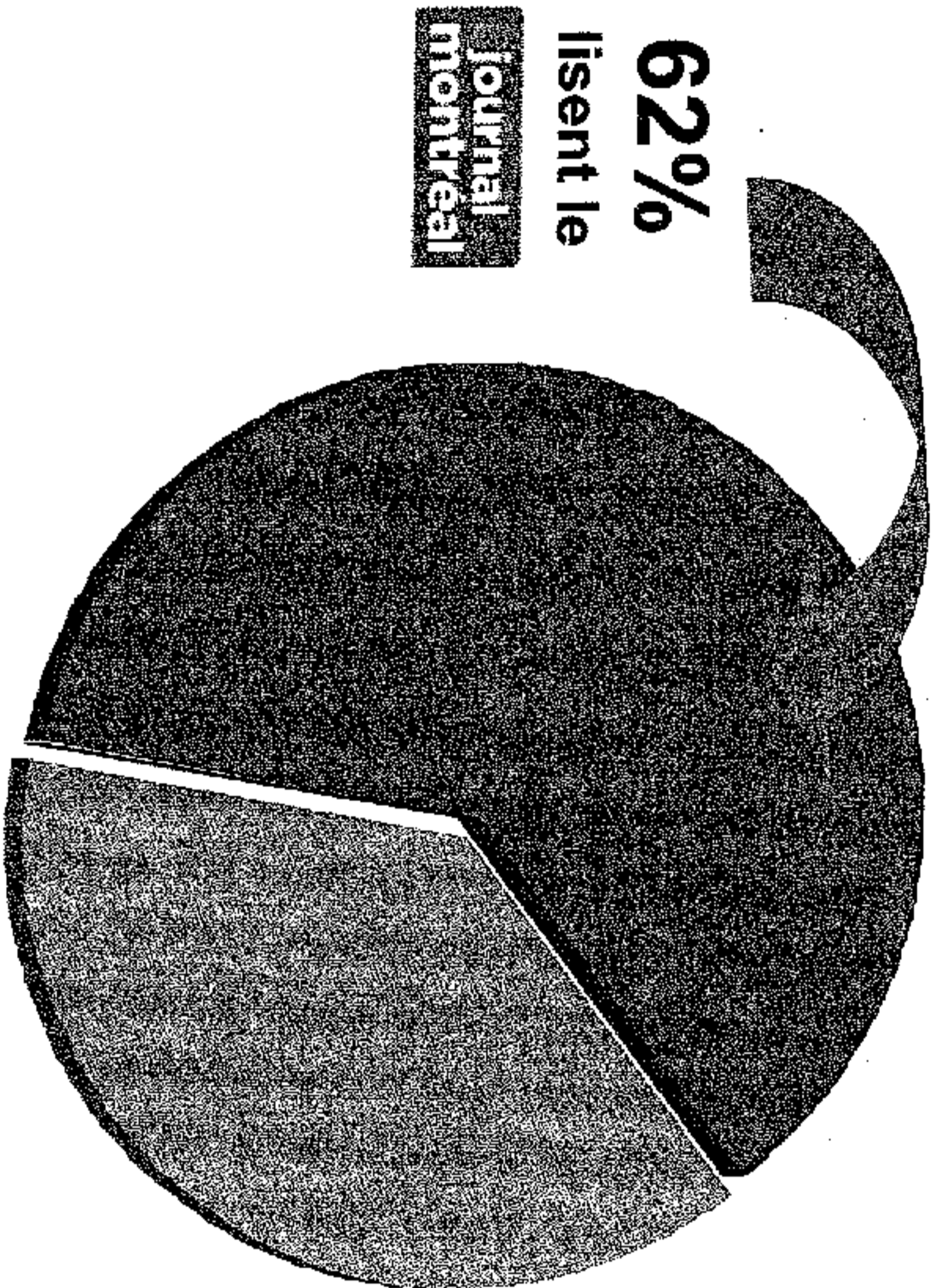
+ 63 600 lecteurs
(+11%)

Source : NADbank 2009, Montréal RMF, adultes 18 ans +, lectorat moyen par édition



Une part de marché incontestable de 62% dans le GRAND Montréal

Part de marché auprès des lecteurs de quotidiens francophones



Chaque semaine, 62% des lecteurs francophones de quotidiens choisissent Le Journal de Montréal

Source : NADbank 2009, Montréal francophone RMR, adultes 18 ans +

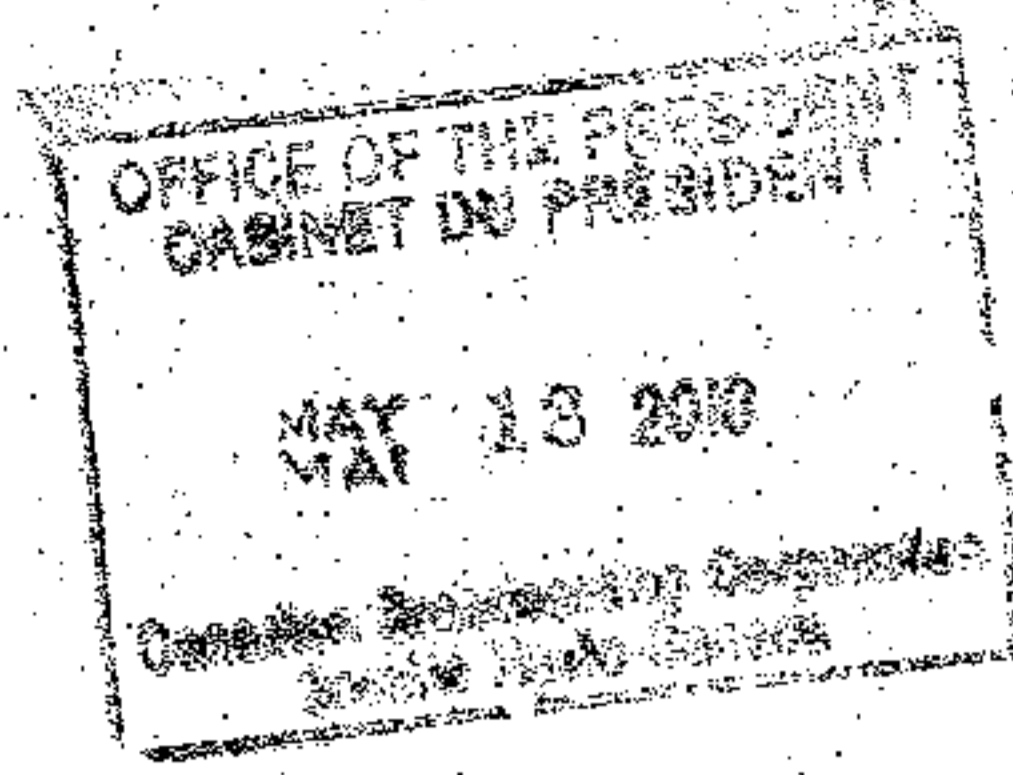
Un lectorat de qualité...

Lectorat cumulatif 7 jours et écart avec La Presse

	Journal montréal	Écart avec La Presse	
	Lecteurs	Écart	%
LECTORAT TOTAL	1 153 500	+ 382 900	50%
SEXE			
Hommes	661 400	+ 226 100	52%
Femmes	492 100	+ 156 700	47%
ÂGE			
18 - 24 ans	133 400	+ 27 200	26%
25 - 34 ans	223 500	+ 127 100	132%
35 - 49 ans	342 700	+ 98 200	40%
50 - 64 ans	296 000	+ 95 500	48%
65 ans +	157 900	+ 35 000	28%
Âge moyen	45	50	
FOYER			
Propriétaires	727 300	+ 165 800	30%
ÉDUCATION			
CEGEP +	694 000	+72 600	12%
REVENU FAMILIAL			
Plus de 50 000 \$	717 000	+ 136 500	24%

Source : NADbank 2009, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat cumulatif 7 jours

V SK
V Flat



QUEBECOR

Montréal, le 18 mai 2010

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est, 6^e étage
Montréal (Québec) H2L 2M2
Gatineau (Québec) K1A 0M5

Objet : Politique de placement publicitaire de CBC/Radio-Canada

Cher Hubert,

Au cours des derniers mois, nous avons eu maintes fois l'occasion d'échanger au sujet de la politique de placement publicitaire discriminatoire de la CBC/Radio-Canada. Or, la consultation des quotidiens montréalais d'hier m'a fourni un autre exemple frappant du boycott injustifié dont sont victimes les publications de Quebecor de la part de CBC/Radio-Canada.

J'en veux pour preuve les publicités parues afin de promouvoir le retour à l'antenne de l'émission Bons baisers de France. Un parcours sommaire des médias nous révèle en effet la présence de publicités d'une demi-page à cette fin dans La Presse (page A7), dans Le Devoir (page A2) et dans Métro (page 04), mais rien dans 24 heures et rien dans Le Journal de Montréal.

En fait, je dois me corriger, car on parle bel et bien de Bons baisers de France dans Le Journal de Montréal : on y retrouve en effet un article d'une demi-page de l'Agence QMI présentant sous un jour plutôt favorable l'émission et son animatrice, France Beaudoin, qui est d'ailleurs l'objet d'une grande photo couleur (voir publicités et journaux en pièces jointes).

Au moment même où votre vice-président principal, Sylvain Lafrance, s'épanche devant les journalistes pour faire état de la « course aux nouveaux revenus » à laquelle s'adonne CBC/Radio-Canada, la décision de ne pas avoir recours au quotidien le plus lu dans son marché pour faire la promotion de l'émission phare de votre saison estivale me rend plus que perplexe.

612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

A0046295_32-000032

Aucun des arguments que vous m'avez déjà servis en ce qui a trait aux publics cibles ne peut en effet s'appliquer à une émission aussi grand public que Bons baisers de France. Au contraire, seule une volonté manifeste de priver nos publications de revenus publicitaires peut expliquer pareille décision. Or, que pareils gestes soient posés en lien avec le conflit de travail au Journal de Montréal, comme nous l'ont déjà affirmé certains de vos collaborateurs, ou par souci volontaire d'affaiblir nos publications au profit de leurs concurrents, ils n'en demeurent pas moins complètement injustifiables et inacceptables de la part d'un diffuseur public financé par les contribuables canadiens.

Cette situation ne sert ni vos téléspectateurs, ni votre réseau si assoiffé de nouveaux revenus et vous pouvez être assuré que nous ne manquerons de faire valoir à chaque occasion de tels exemples de gestion déficiente des deniers publics qui vous sont confiés.

Veillez agréer, Cher Hubert, l'expression de mes sentiments distingués,



Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

c.c. : L'honorable James Moore
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

L'honorable Konrad Von Finckenstein, c.r.
Président, CRTC

p.j. : Page A7 de La Presse du 17 mai
Page A2 du Devoir du 17 mai
Page 04 du Métro du 17 mai
Page 69 du Journal de Montréal du 17 mai

Le mépris de Kazem Ouellet



Il y a quelques semaines, Kazem Sadighi, imam à Téhéran, a déclaré que les tremblements de terre étaient attribuable aux femmes qui s'habillaient de façon indécente. Ben oui...

Marc Ouellet, cardinal de Québec, primate de l'Église canadienne, a déclaré ceci, en marge d'un congrès de militants pro-vie, selon mon collègue Frédéric Democourt, de Soléil:

« Je comprends très bien qu'une femme violée vit un drame et qu'elle doit être aidée. Mais elle doit l'être par rapport à la créature qu'elle a dans son sein. Elle n'est pas responsable de ce qui lui arrive. C'est l'agresseur qui est responsable. Mais il y a déjà une victime. Est-ce qu'il faut en faire une autre? »

Et: « Prendre la vie de quelqu'un d'autre, c'est toujours un crime morallement. »

Bref, l'avortement est un meurtre. Qu'importe le contexte. Même après un viol.

Ben oui...

Le lien avec l'imam de Téhéran? Dans les deux cas, il s'agit de religieux fondamentalistes qui attaquent les femmes. Au moins, l'imam de Téhéran les attaque de front. Le cardinal de Québec les attaque sournoisement, par la bande, en feignant de les comprendre.

Ce n'est pas la première fois que le cardinal Ouellet fait des sorties péremptives en totale contradiction avec le XXI^e siècle tel qu'il est vécu au Québec. Ses prises de position passées pourraient être comiques si, à Ottawa, on ne sentait pas une volonte larvée de rouvrir le débat sur l'avortement.

Il y a quelques semaines, j'ai pondu une chronique sur une très belle église de Montréal, Saint-Pierre-Apôtre. Belle parce que c'est une église ouverte. Aux gays, d'abord. Aux poqués, ensuite. C'est une église qui s'occupe de son prochain sans lui faire la morale. Je ne suis pas

Apôtre n'est pas la seule à faire du bien dans sa communauté, sans grand prosélytisme, sans lecture rigide de la Bible. Il y en a partout. Et, comme l'a noté récemment un chroniqueur du *New York Times*, Nicholas Kristof, qui parcourt les coins les plus reculés du monde pour dénoncer le barbasisme, on trouve toujours dans ces zones désespérées des prêtres et des religieuses catholiques héroïques, prêts à tout pour sauver des vies de civils innocents.

C'est à ces prêtres et à ces religieuses, de Montréal ou de Kinshasa, que le cardinal Ouellet plante un couteau

ter au marbre pour dénoncer publiquement le fondamentalisme de Québec, c'est (encore) Raymond Gravel.

Ils sont où, les autres prêtres?

Et vous, cardinal Turcotte, de Montréal?

Je sais que le cardinal de Québec fustige aussi le débat sur l'euthanasie. Culture de mort, encore, dit-il. Eh, misère...

On doit tous mourir. On va tous mourir. Le cardinal Ouellet va mourir, un jour. J'espère qu'il mourra d'une langueur et pénible maladie. J'espère qu'il pourra comprendre pourquoi certaines personnes, quand elles n'ont plus que la peau sur les os, quand elles vomissent leurs excréments, s'imposent pour voir un state, « légalement ».

Oui, le paragraphe que je viens d'écrire est vicieux. Mais Marc Ouellet est un extrémiste. Et dans le débat, tous les coups sont permis avec les extrémistes religieux. La prochaine fois, j'évoque le silence de l'extrémisme de Québec face à son frère pédophile.

Le cardinal est un fondamentaliste. La chose est connue. D'ores et déjà, quoique acceptera de partager une tribune avec lui, dans la politique, devrait être traité comme un complice du fanatisme de Kazem Ouellet.

Je refuse de croire que tous les prêtres catholiques du Québec pensent comme le cardinal Ouellet. Or, encore une fois, le seul qui ose se présenter au marbre pour dénoncer publiquement le fondamentalisme de Québec, c'est (encore) Raymond Gravel.

Il ne les comprend pas du tout. Suggérer qu'une femme violée - cas extrême, conviendrait, mais il est souligné par ce bon cardinal - est dans l'erreur si elle choisit de se faire avorter, c'est une attaque.

C'est du mépris. C'est l'esprit d'un autre siècle. Le XIX^e.

un croyant, mais c'est à peu près l'idée que je me fais du Christ.

Les gens qui se dévouent dans cette église sont à des années-lumière du dogmatisme stupide de Kazem Ouellet. Ils sont sur le plancher des vaches.

Le refus de croire que tous les prêtres catholiques du Québec pensent comme le cardinal Ouellet. Or, encore une fois, le seul qui ose se présenter

à son frère pédophile.

Le président de Gai Écoute prononce une homélie

LA PRESSE CANADIENNE

À la veille de la Journée internationale de lutte contre l'homophobie, le comité de pastorale de l'église Saint-Pierre-Apôtre a fait une première en invitant le président de l'organisme Gai Écoute, Laurent McCutcheon, à prononcer l'homélie.

L'église, située à deux pas du village gai, était comble hier, peuplée majoritairement d'hommes.

M. McCutcheon, qui se dit peu habitué aux cérémonies religieuses, a tout de même accepté l'invitation et a lu devant l'auditoire une lettre à Jésus condamnant l'exclusion des homosexuels de la communion catholique.

« Je viens plaider la cause de celles et ceux qui, comme moi, ne correspondent pas au modèle préconisé par ton Église. Se peut-il, Jésus, que les hauts dignitaires de ton Église se soient écartés de ton enseignement et que la parole des hommes se soit substituée à la tienne? » a-t-il demandé.

M. McCutcheon a fait état de la souffrance, du doute et de l'incertitude engendrés par l'exclusion des homosexuels par l'Église.

Pour Jacques Côté, qui vient tous les dimanches d'Anjou pour assister à la messe à Saint-Pierre-Apôtre, l'accueil qui est fait ici est exceptionnel et chaleureux. « Je m'y suis même fait des amis », dit-il.



VENTE DE PIANOS
21-22-23 mai
+ 60 pianos
neufs et usagés
(514) 276-3333

TELEVISION
BONS BAISERS DE FRANCE
DE RETOUR CE SOIR 21H

ACTUALITÉS

REVUE
remière
de ratiée
léma-Québec

Bed-in chez Jean Charest

Le FRAPRU proteste contre l'insuffisance du dernier budget libéral en matière de logement social

CAROLINE MONTFORT

Les ont apparus leurs sacs de couchage et leurs robes et se sont installés devant la belle demeure du premier ministre Jean Charest, qui n'y était vulgairement pas, rue Victoria, à Westmount. Ensuite, ils se sont défilés vers la maison du ministre des Finances du Québec, Raymond Bachand, à Outremont, pour lui remettre des «cerises noires», tout ce qui restait de leur budget de 1997.



Le FRAPRU est à 30 000 le nombre de ménages à très faible revenu en attente d'un logement à prix modique.

«Selon François Salinas, le chef de file contre la pauvreté et l'exclusion sociale au sein du FRAPRU, le budget de 1997 n'offre «que des minimes dans le plus grand des programmes sociaux», sur une période de cinq ans. Pour sa part, le dernier plan de 1996, annoncé le 15 novembre, de 18 000 logements sociaux, et de 18 000 logements sociaux que l'on avait promis pour une période de cinq ans, puisque 30 000 ménages à très faible revenu sont actuellement en attente de tels logements.

Pourtant, en 2003, soit avant la crise économique, 203 000 ménages québécois consacraient plus de 50 % de leur revenu pour se loger. Selon Lucie et André Myranda, deux anciens membres du comité logement Roussillon de Châteauguay et qui participent à la manifestation d'hier, de nombreuses familles doivent quitter leur logement une fois l'été venu. Certaines vivent dans leur auto.

78^e Congrès de l'Acfas Stress et infections virales à l'origine de la schizophrénie

PAULINE GRAVEL

On suspectait le stress et certaines infections virales d'être impliqués dans la schizophrénie. Dans le cadre du congrès de l'Acfas qui s'est tenu vendredi à l'Université de Montréal, des chercheurs de la France et de la Suisse ont voulu expliquer comment ces facteurs environnementaux contribuent à l'expression de la maladie et ils ont présenté les nouvelles théories qui expliquent comment ces facteurs interagissent.



La schizophrénie est une maladie complexe: les personnes qui en sont atteintes sont porteurs de gènes qui les prédisposent à la maladie, mais ces gènes restent silencieux jusqu'à l'âge adulte. Des études épidémiologiques ont montré, par exemple, qu'une infection virale survenant lors de la fin de la grossesse et le début de la vie du bébé augmente le risque de souffrir de schizophrénie à l'âge adulte. Chez les humains, on y voit généralement des prédispositions génétiques et des facteurs environnementaux qui interagissent. Des études épidémiologiques ont montré, par exemple, qu'une infection virale survenant lors de la fin de la grossesse et le début de la vie du bébé augmente le risque de souffrir de schizophrénie à l'âge adulte.

de cause dans l'ADN afin de faire une liste des gènes impliqués. Dans l'espèce humaine, il y a une accumulation de ces mutations qui représente environ 8 % de l'ADN humain. M. Perron, qui a dirigé ces travaux, a fait remarquer que ces mutations sont plus nombreuses chez les personnes atteintes de schizophrénie. On a aussi fait remarquer que ces mutations sont plus nombreuses chez les personnes atteintes de schizophrénie. On a aussi fait remarquer que ces mutations sont plus nombreuses chez les personnes atteintes de schizophrénie.

Les chercheurs de l'Université de Montréal ont cherché à identifier les gènes impliqués dans la schizophrénie. Ils ont analysé l'ADN de personnes atteintes de schizophrénie et ont trouvé des mutations dans des gènes qui sont impliqués dans la régulation de l'expression des gènes. Ces mutations sont plus nombreuses chez les personnes atteintes de schizophrénie.



BONS BAISERS DE FRANCE DE RETOUR CE SOIR 21H

TELEVISION

Des données manipulées

Commission Oliphant : des données ont été manipulées pour payer les honoraires d'avocats alors que le budget avait été dépassé.

Pourquoi le Bureau du conseil privé (BCP) a manipulé des données à la fin des années 90 pour payer les honoraires d'avocats auxquels a donné son appui le ministre de la Justice, Karlheinz Schreiber. Une vérification nouvelle-

ment rendue publique, a permis de constater que des responsables du BCP, l'organisme de la fonction publique qui appuie le premier ministre ainsi que le cabinet et les structures décisionnelles ont manipulé des données qui avaient dépassé le budget de la commission Oliphant. Le conseiller juridique n'a pas fait un de préavis pour

7,6 M\$

Jusqu'à présent, environ 7,6 M\$ ont été consacrés par la commission à des services professionnels, incluant les services d'avocats.

annoncer que davantage de temps lui serait nécessaire pour préparer les audiences, selon le rapport interne. Des

responsables ont daté leur approbation au moyen d'un timbre indiquant une date antérieure.



Les manifestants se sont assis en pleine rue devant la demeure du premier ministre pour illustrer l'ampleur et l'urgence des problèmes de logement au Québec.

Des «mal-logés» impatients

Un collectif de personnes sans abri manifeste hier devant la résidence du premier ministre Jean Charest. Les manifestants ont exigé que le gouvernement fasse un plan de lutte contre la pauvreté et le logement. Ils ont également exigé que le gouvernement fasse un plan de lutte contre la pauvreté et le logement. Ils ont également exigé que le gouvernement fasse un plan de lutte contre la pauvreté et le logement.

En bref



Piétonisation de la rue Clark

Le conseil municipal de Québec a voté hier pour piétoniser la rue Clark. Cette décision vise à améliorer la sécurité des piétons et à rendre la rue plus agréable à vivre. Le conseil a également décidé de créer une zone de rencontre sur la rue Clark.

Un autre cycliste tué

Un cycliste a été tué hier matin sur la route 138 à Québec. Le cycliste, âgé de 45 ans, était en route pour son travail. Les enquêteurs sont toujours à la recherche des causes de l'accident. Les autorités ont interdit le trafic pendant plusieurs heures.

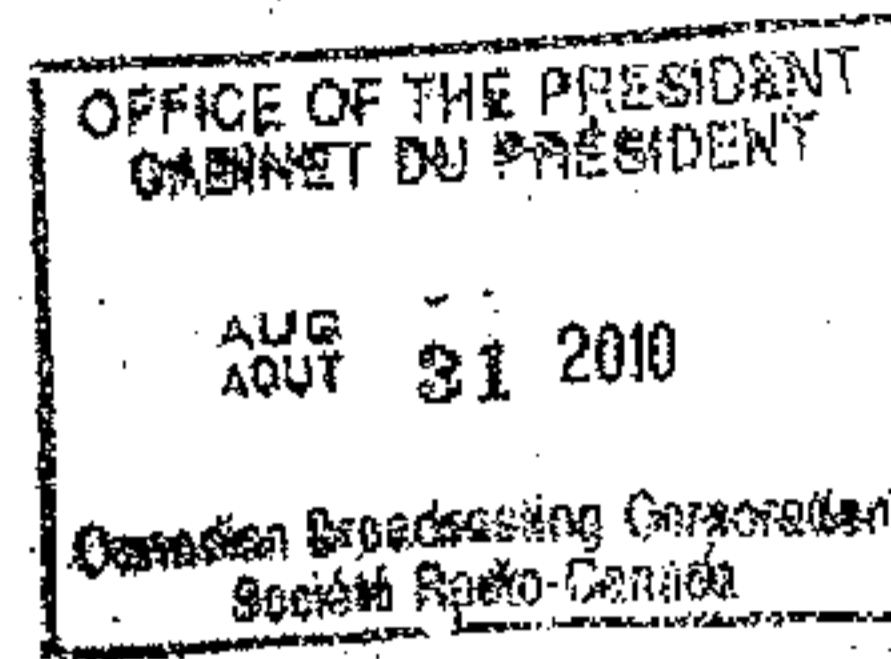
Bolduc est gais

Le ministre de la Justice, Karlheinz Bolduc, a annoncé hier qu'il est gay. Cette déclaration a été faite lors d'une conférence de presse. Bolduc a déclaré qu'il est fier de son orientation sexuelle et qu'elle n'affecte pas son travail.

QUEBECOR

Montréal, le 30 août 2010

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est, 6^e étage
Montréal (Québec)
H2L 2M2



Objet : Placement publicitaire discriminatoire de CBC/Radio-Canada

Monsieur le Président-directeur général,

Bien que vous persistiez à nier la discrimination dont font l'objet les quotidiens de Corporation Sun Media dans les décisions de placement publicitaire de CBC/Radio-Canada depuis qu'un conflit de travail sévit au Journal de Montréal, je tiens néanmoins à attirer votre attention sur le boycott injustifié dont sont encore une fois victimes nos médias dans le cadre de la présente campagne publicitaire portant sur la rentrée télévisuelle et radiophonique de Radio-Canada.

En prenant pour exemple les seules éditions de ce jour, on constate en effet qu'on retrouve quatre publicités de CBC/Radio-Canada aux pages A5, A7 et A10 de La Presse, deux publicités de CBC/Radio-Canada à la page 9 du Soleil et trois publicités de CBC/Radio-Canada aux pages A4 et B2 du Devoir, tandis qu'on ne retrouve aucune telle publicité dans les pages du Journal de Montréal ni du Journal de Québec, deux quotidiens qui bénéficient pourtant du plus important lectorat dans leur marché respectif. Ai-je de surcroît besoin de vous rappeler que cette situation a cours depuis des semaines, alors que la rentrée automnale de CBC/Radio-Canada n'a fait l'objet d'aucune publicité dans les quotidiens de Corporation Sun Media, mais a été claironnée à grands renforts publicitaires dans les autres grands quotidiens du Québec, plus particulièrement ceux de Gesca/Power Corporation.

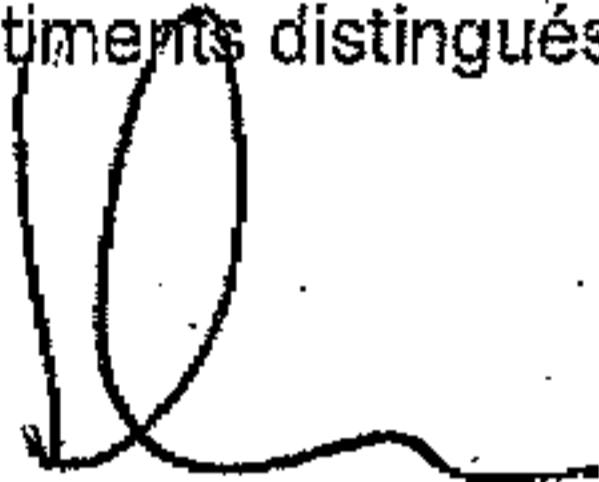
612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

A0046295_38-000038

QUEBECOR

CBC/Radio-Canada étant fiduciaire de fonds publics, il nous apparaît intolérable et contraire aux règles applicables qu'à titre de Président-directeur général, vous cautionniez une politique si discriminatoire alors qu'aucune raison légitime ne puisse la justifier. Considérant les obligations de non-ingérence dans les affaires de tierce-parties qui sont les vôtres à titre de dirigeant d'une société d'État financée par l'argent des contribuables, nous vous invitons une fois de plus à intervenir immédiatement afin de mettre fin à ces pratiques répréhensibles.

Veillez agréer, Monsieur le Président-directeur général, l'expression de mes sentiments distingués.



Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction
QUEBECOR INC, QUEBECOR MEDIA INC. et CORPORATION SUN MEDIA

c.c. : L'honorable James Moore
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

L'honorable Konrad Von Finckenstein, c.r.
Président, CRTC

p.j. : pages A5, A7 et A10 de La Presse
page 9 du Soleil
pages A4 et B2 du Devoir

Montréal, le 7 octobre 2010

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est, 6^e étage
Montréal, Québec,
H2L 2M2

Cher monsieur le président-directeur général,

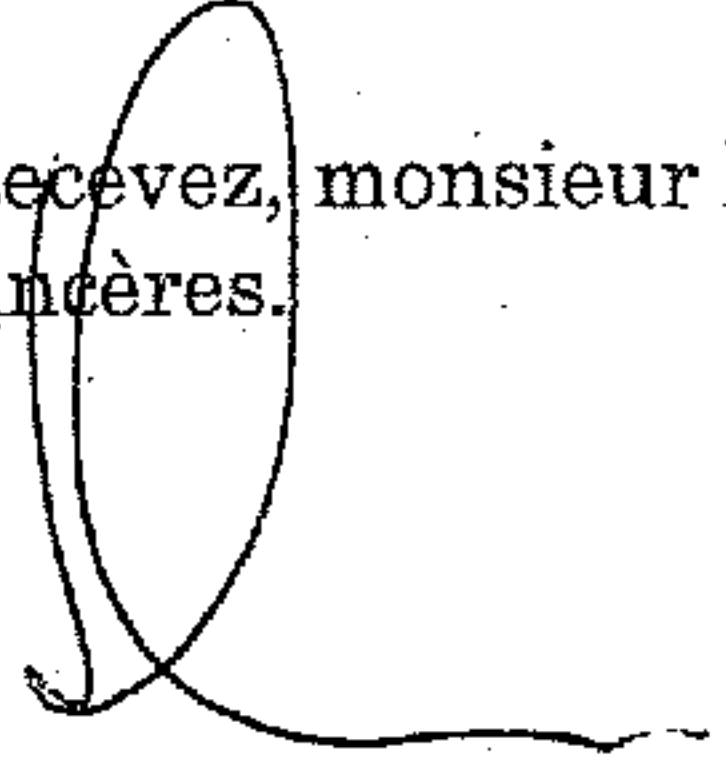
Je prends soin de vous écrire pour vous faire connaître les plus récents résultats du sondage NADbank 2009/10 qui mesure le taux de lecture des principaux quotidiens au Canada (l'équivalent de BBM pour la télévision et la radio).

Vous remarquerez que Le Journal de Montréal a augmenté de façon significative son lectorat, alors que son principal concurrent voit son taux de lecture diminuer de façon importante, particulièrement dans les tranches d'âge les plus jeunes.

Le Journal de Montréal décroche le titre fort convoité de quotidien le plus lu dans la grande région de Montréal avec un lectorat hebdomadaire de 1,234,700 lecteurs, soit 81,200 lecteurs de plus (une hausse de 7%) que lors du dernier sondage NADbank publié en mars 2010. Avec de tels résultats, Le Journal de Montréal devance son plus proche concurrent de plus de 452,500 lecteurs, ce qui représente 58% de plus.

Comme vous n'avez pas daigné répondre à ma dernière correspondance ci-jointe, et que vous continuez à boycotter notre quotidien de Montréal au détriment des principes les plus élémentaires de gouvernance des entreprises - particulièrement celle des entreprises publiques -, il m'apparaissait approprié de vous faire connaître ces informations d'importance.

Recevez, monsieur le président-directeur général, mes respects les plus sincères.



Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

c.c. : Membres du conseil d'administration de CBC/Radio-Canada

Le très honorable Stephen Harper,
Premier ministre du Canada

L'honorable James Moore,
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

L'honorable Konrad Von Finckenstein, c.r.,
Président du CRTC

p.j. : Communiqué NADbank 2009/10
Faits saillants NADbank 2009/10, Le Journal de Montréal
Lettre du 30 août 2010 de Pierre Karl Péladeau à Hubert T.
Lacroix

Communiqué Pour diffusion immédiate

Sondage NADbank 2009/10

Le Journal de Montréal, encore et toujours grand numéro 1 à Montréal!

Montréal, le 7 octobre 2010 – Les résultats du **sondage NADbank 2009/10**, qui mesure le taux de lecture des principaux quotidiens au pays, confirment une fois de plus le leadership incontesté du **Journal de Montréal**. **Le Journal de Montréal** décroche ainsi, encore une fois, le titre fort convoité du **quotidien le plus lu dans la grande région de Montréal avec un lectorat hebdomadaire de 1 234 700 lecteurs**, soit **81 200 lecteurs de plus (+7%)** que lors du dernier sondage NADbank publié en mars 2010. Cette grande victoire est exceptionnelle car elle représente les meilleurs résultats pour **Le Journal de Montréal** depuis les cinq dernières années. (Cumulatif 7 jours.)

Avec ces résultats impressionnants, **Le Journal de Montréal devance son plus proche concurrent de plus de 452 500 lecteurs**, ce qui représente **58% lecteurs de plus**. Ce record signifie que l'écart entre **Le Journal de Montréal** et la concurrence vient d'atteindre son apogée des 10 dernières années.

En semaine

Le Journal de Montréal compte un grand total de **633 000 lecteurs en semaine**, soit **20 500 lecteurs de plus** que lors du dernier sondage NADbank publié en mars 2010 (+ 3%). Plus important encore, Le Journal de Montréal compte **270 600 lecteurs de plus que son plus proche concurrent**, soit un écart de **75%**. Ceci est un **écart exceptionnel** qui ne cesse d'augmenter au fil des ans. Du jamais vu depuis les 10 dernières années.

Le samedi

Le Journal de Montréal est également, encore et toujours, **le quotidien le plus lu le samedi**, avec maintenant **103 000 lecteurs de plus que son plus proche concurrent (+18%)**, pour une portée de **663 600 lecteurs**. Ceci représente une augmentation de **39 600 lecteurs (+6%)** par rapport au dernier sondage.

Le dimanche

Le Journal de Montréal compte **444 400 lecteurs le dimanche**, soit **55 000 lecteurs de plus** que lors du dernier sondage, **une hausse de 14%**. Ces résultats impressionnants démontrent que, malgré la tendance du marché, les lecteurs prennent toujours plaisir à lire leur quotidien préféré le dimanche.

Soulignons également qu'**encore plus de femmes apprécient Le Journal de Montréal** avec une augmentation de **31 200 lectrices en semaine**, de **24 800 lectrices le samedi** et de **47 100 lectrices le dimanche**. Ces résultats confirment que **Le Journal de Montréal** sait séduire le lectorat féminin avec des chroniques telles que les 3 docs le lundi, l'éducation le mardi, les cahiers Week-end et Votre maison le samedi et les chroniques sur la vie de couple le dimanche.

Le Journal de Montréal détient donc maintenant **64% de parts de marché***, ce qui signifie que 64% de tous les lecteurs de quotidiens du marché francophone choisissent **Le Journal de Montréal** chaque semaine. Cette position dominante signifie également que **Le Journal de Montréal** représente plus que jamais une valeur sûre incontestable pour les annonceurs.

Le Journal de Montréal remercie ses nombreux lecteurs et lectrices ainsi que tous ses annonceurs qui lui ont permis encore une fois d'être **le quotidien numéro un à Montréal**. La promesse du **Journal de Montréal**? Continuer à vous offrir la couverture de l'actualité la plus complète qui soit, des dossiers spéciaux percutants, des exclusivités, des suppléments qui correspondent à vos champs d'intérêts, des cahiers spéciaux à la hauteur de vos attentes et des fascicules toujours aussi passionnants!

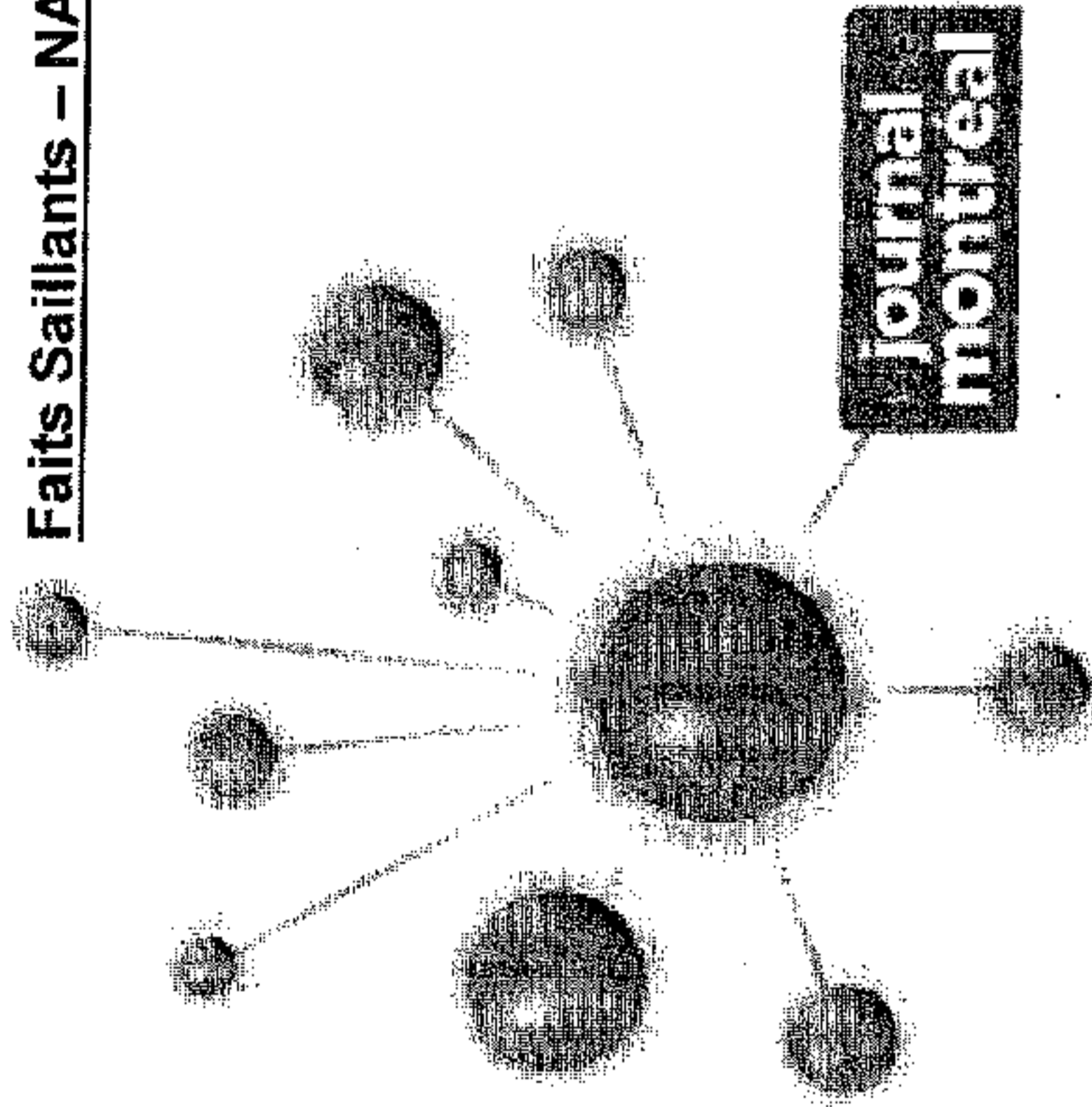
Source : NADbank 2009/10 et 2009, Montréal RMR, adultes 18 ans +

* NADbank 2009/10, Montréal RMR franco, adultes 18 ans +

-30-

Source : Denise Lareau, Vice-présidente, Communications et promotion,
Journal de Montréal
(514) 521-4545 poste 2573

Faits Saillants – NADbank 2010 – Rapport interimaire



QUEBECOR
Media

5 octobre 2010



1 234 700 lecteurs chaque semaine dans le marché de Montréal

Lectorat hebdomadaire des versions imprimées

1 234 700



Le Journal de Montréal devance son plus proche concurrent de 452 500 lecteurs, soit un écart considérable de 58%. Un record depuis les 10 dernières années

782 200



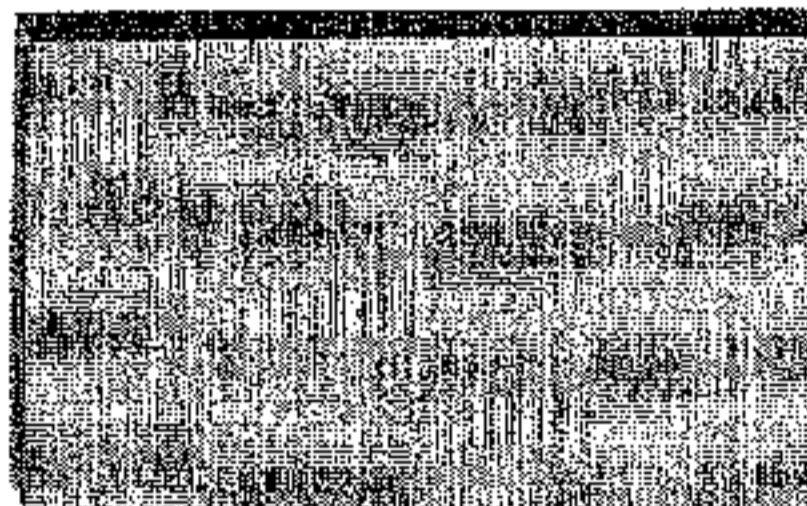
La Presse

688 800

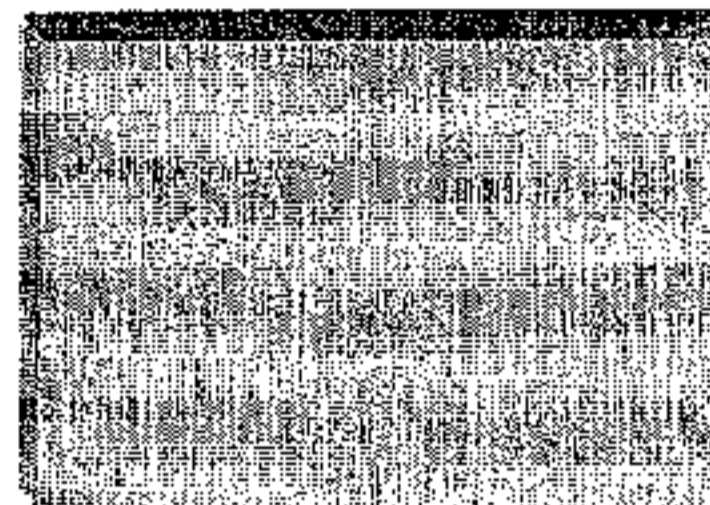


Métro

561 900



495 000



The Gazette

175 800



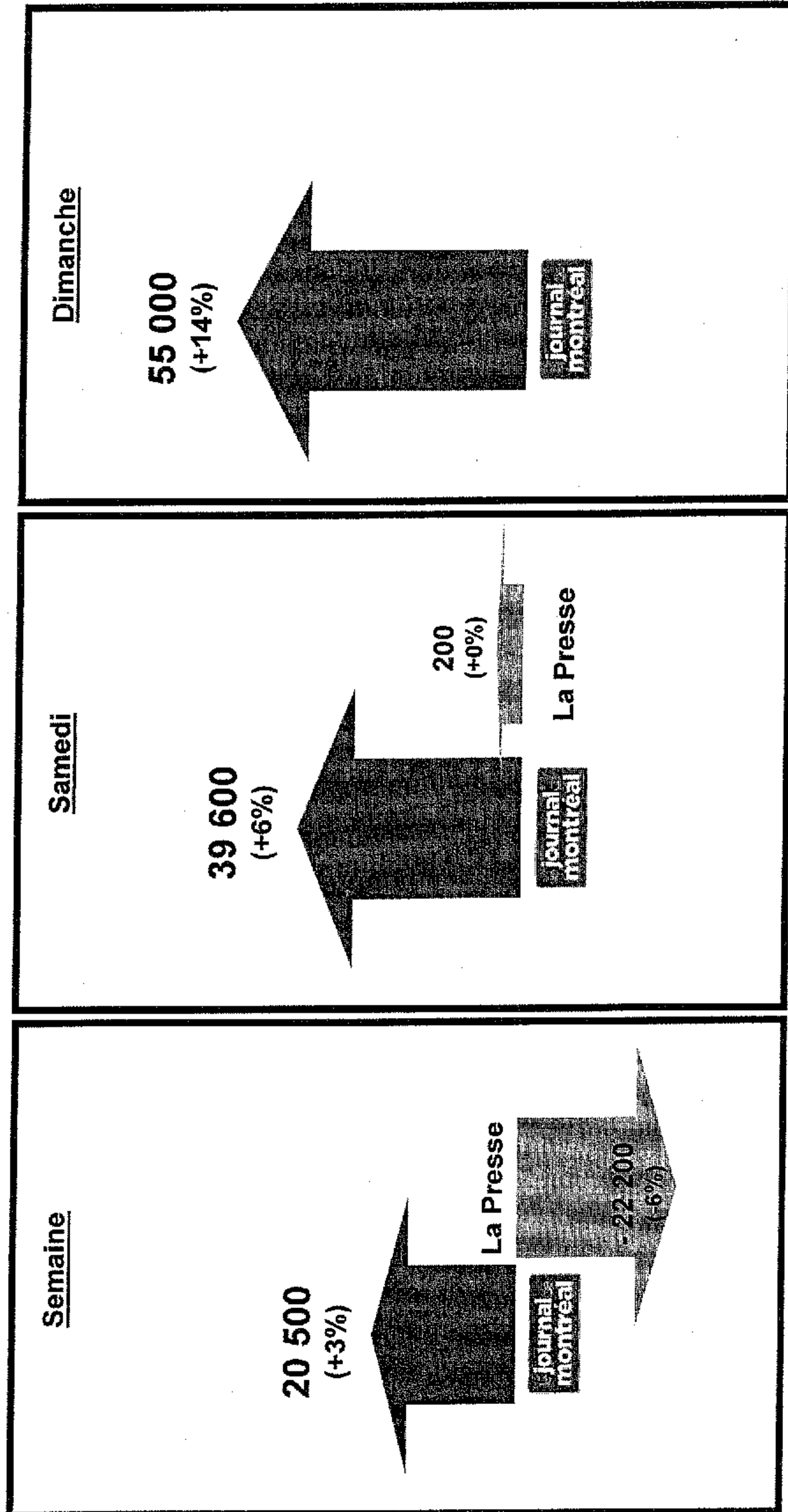
Le Devoir

Source : NADbank 2009/10, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat cumulatif 5/6/7 jours



Une croissance exceptionnelle à chaque édition

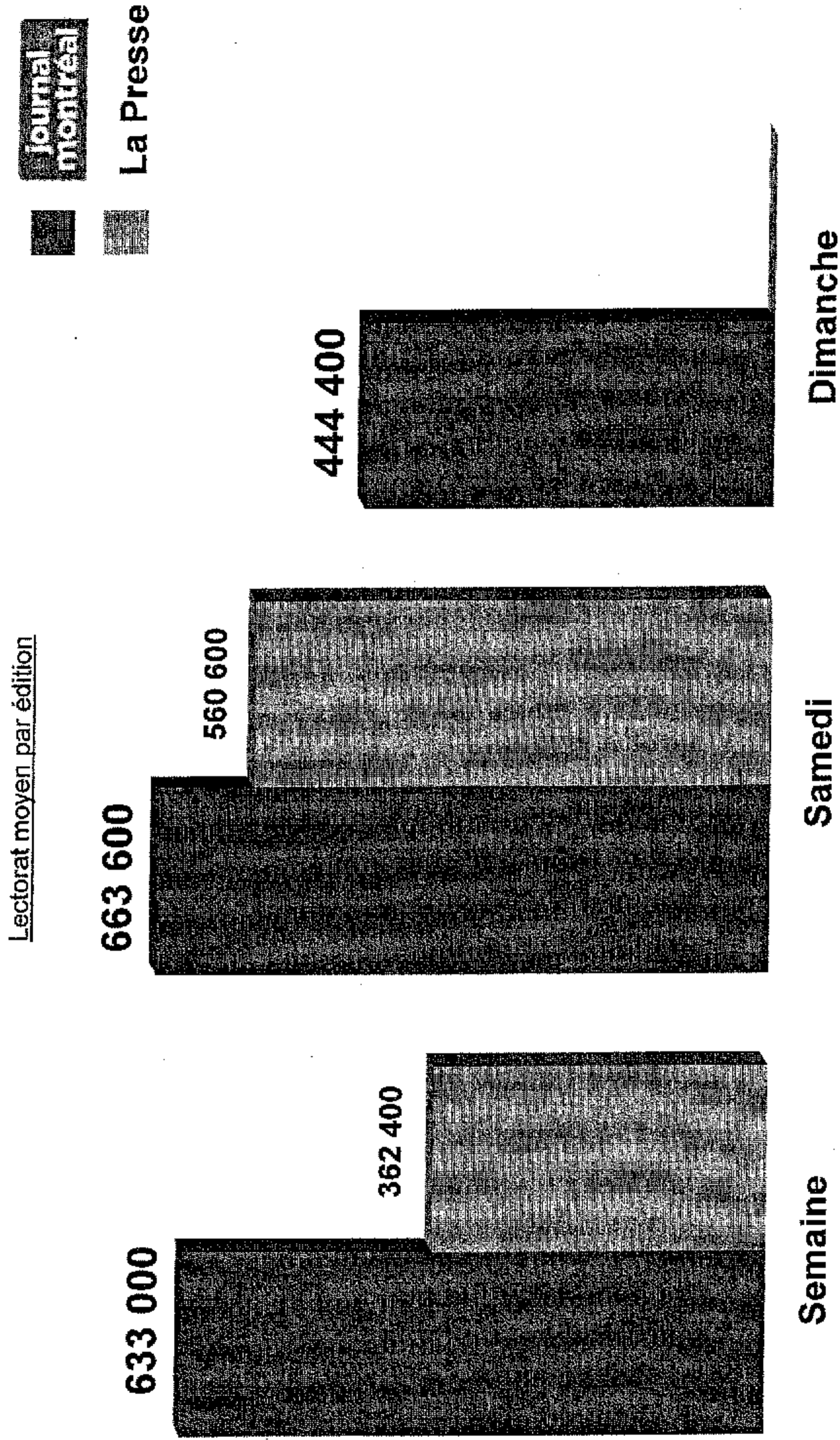
Variation du lectorat moyen par édition



Source : NADbank 2009/10 et 2009, Montréal RMIR, adultes 18 ans +, lectorat moyen par édition



Domine son principal concurrent 7 jours sur 7



Écart

+ 270 600 lecteurs (+75%)

+ 103 000 lecteurs (+18%)

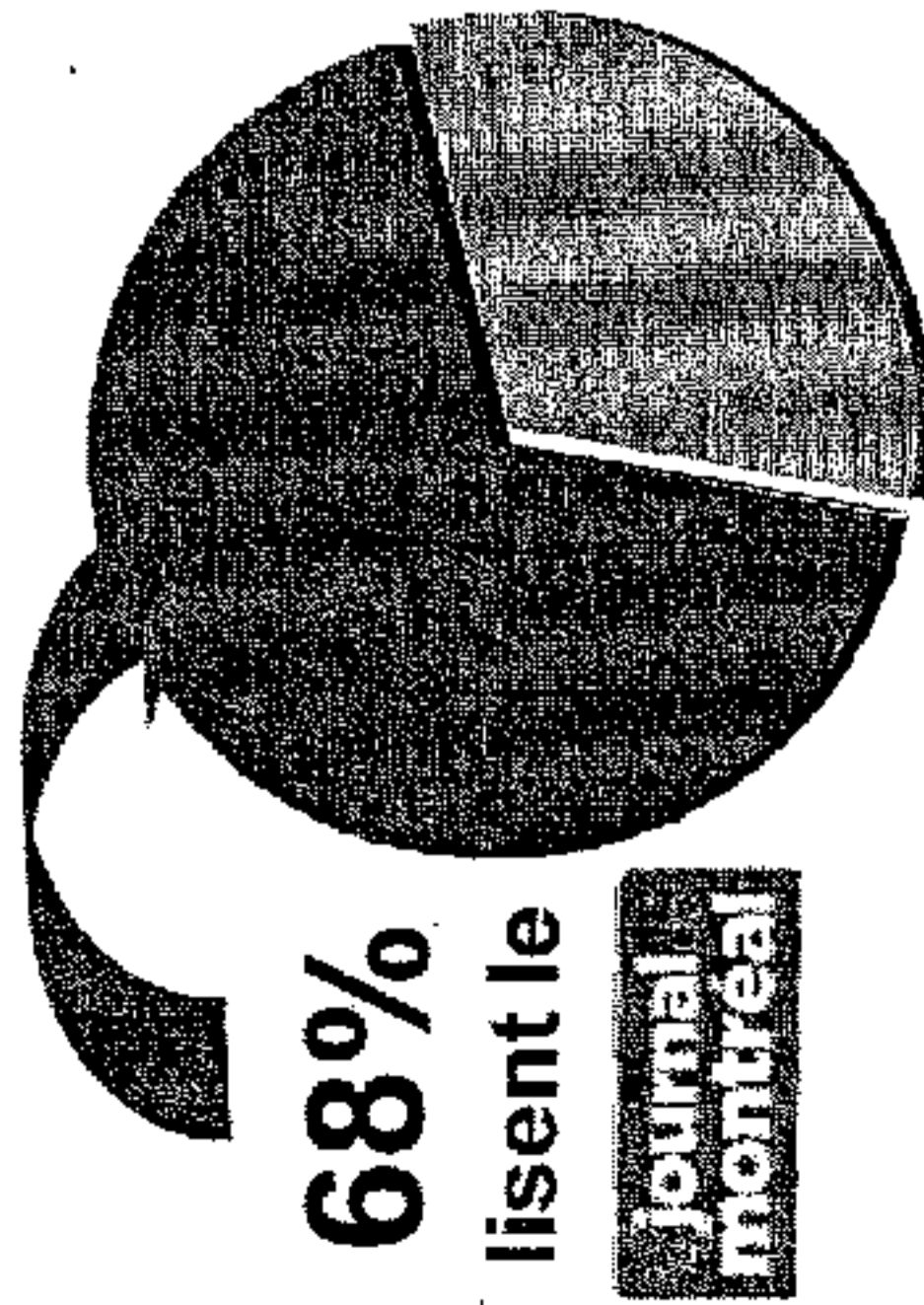
Source : NADbank 2009, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat moyen par édition



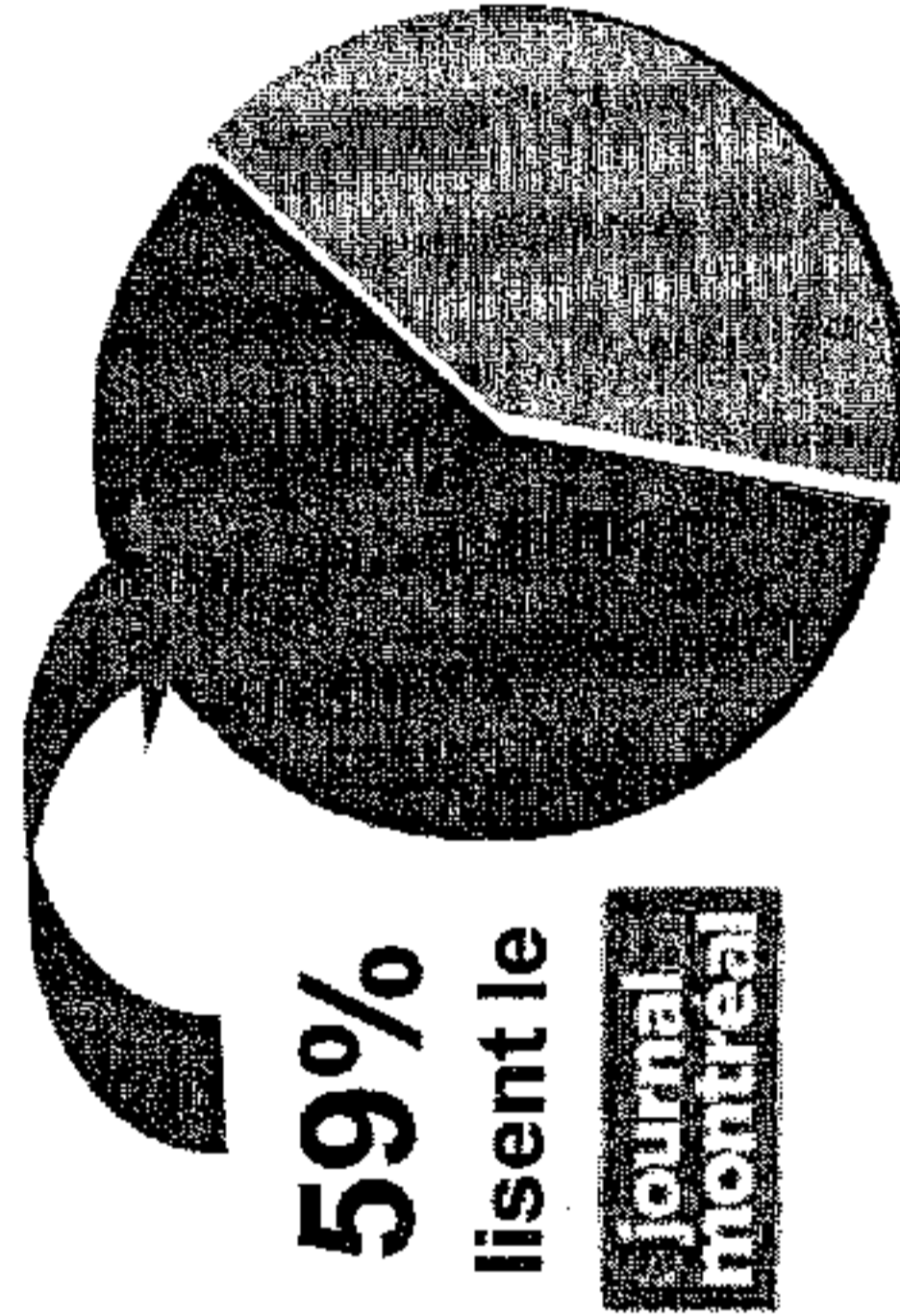
Des parts de marché incontestables dans le GRAND Montréal

Part de marché à Montréal
lecteurs de quotidiens francophones

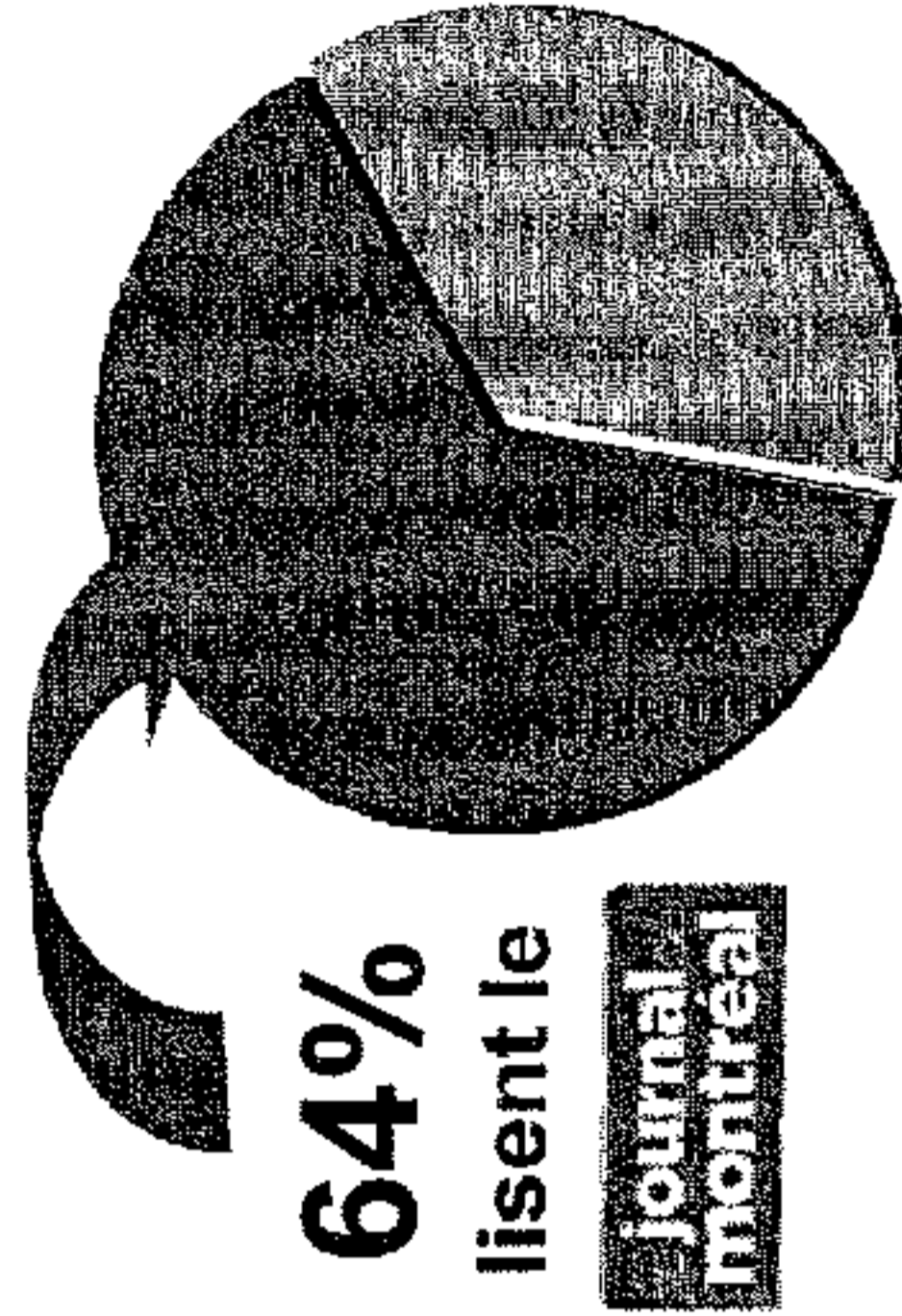
Auprès des Hommes



Auprès des Femmes



Marché francophone

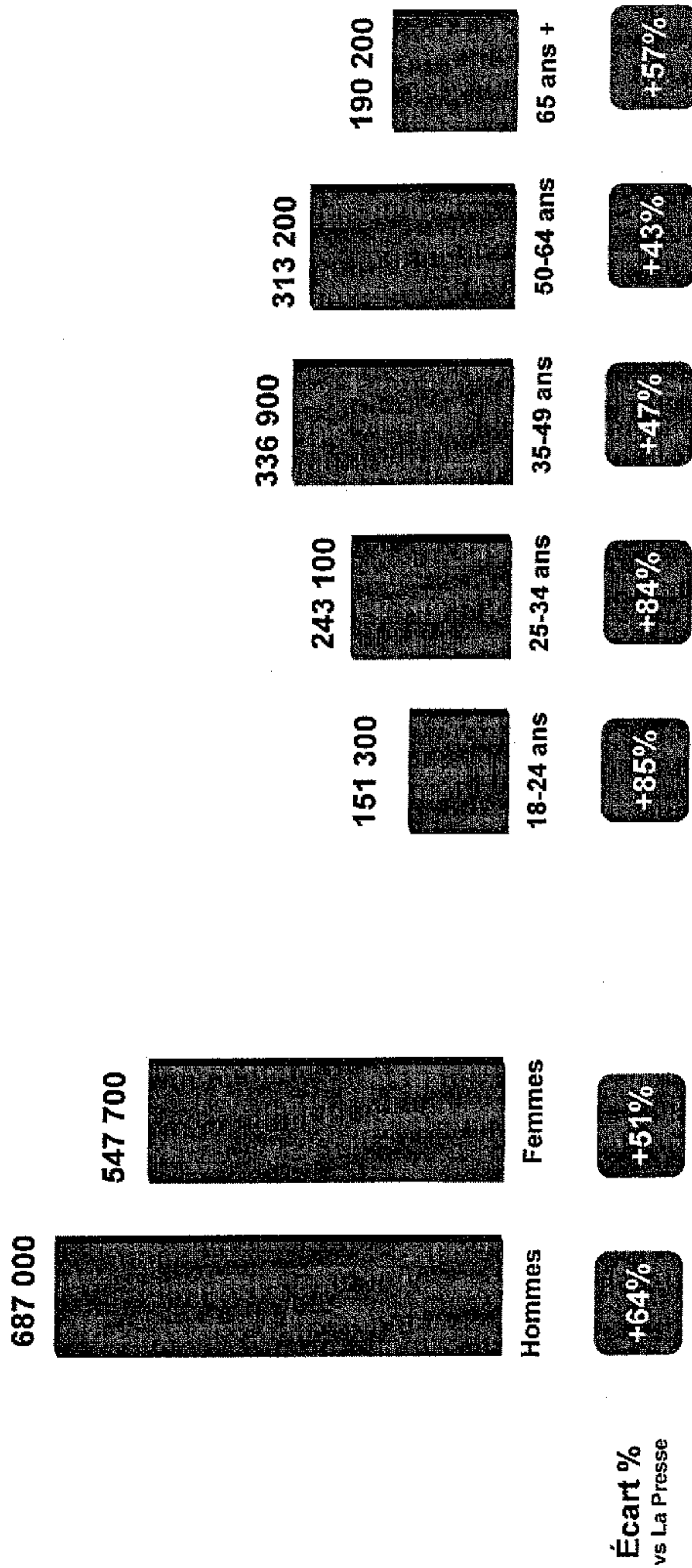


Chaque semaine, 64% des lecteurs francophones de quotidiens choisissent Le Journal de Montréal

Source : NADbank 2009/10, Montréal francophone RMR, adultes 18 ans +, basé sur le lectorat cumulatif 7 jours

Un lectorat de choix...

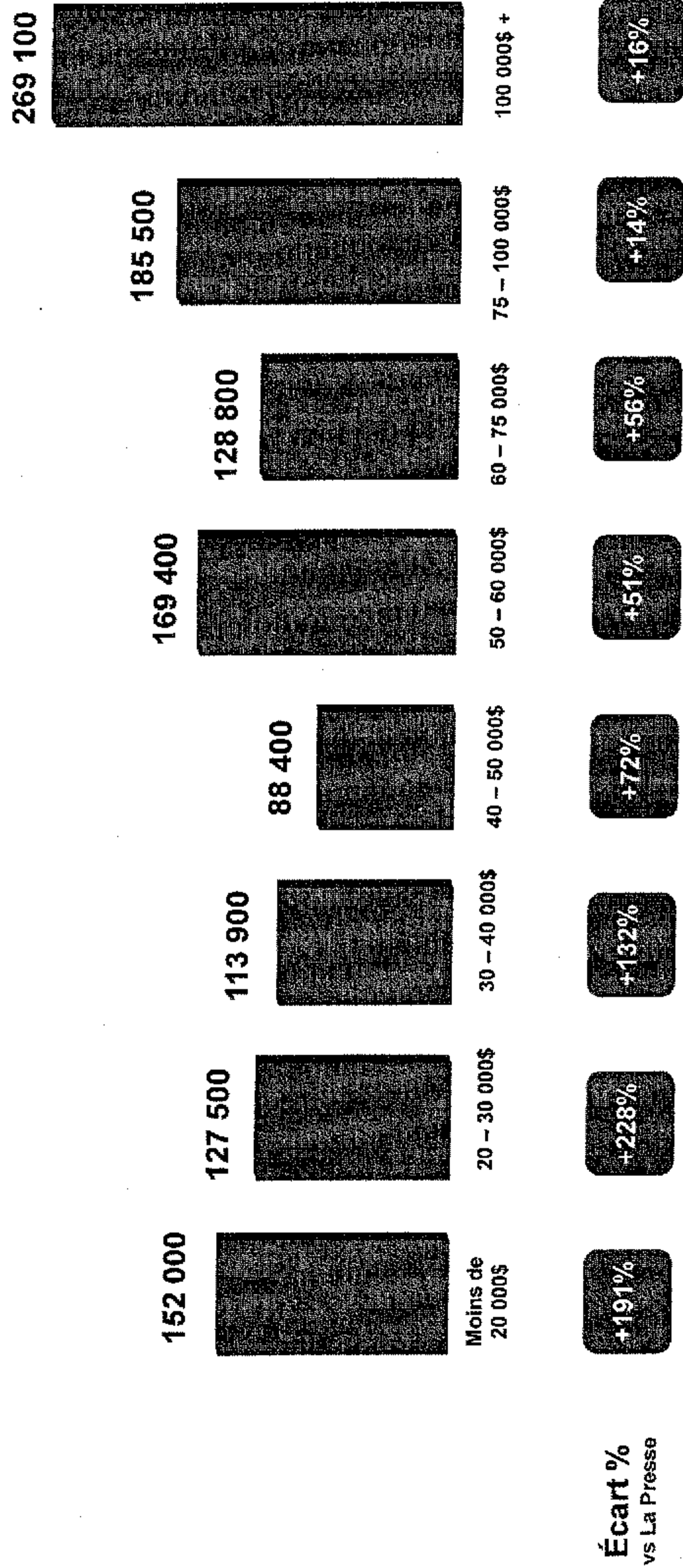
Nombre de lecteurs par semaine selon l'âge et le sexe
Journal de Montréal



Source : NADbank 2009/10, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat cumulatif 7 jours



Nombre de lecteurs par semaine selon le revenu familial
Journal de Montréal

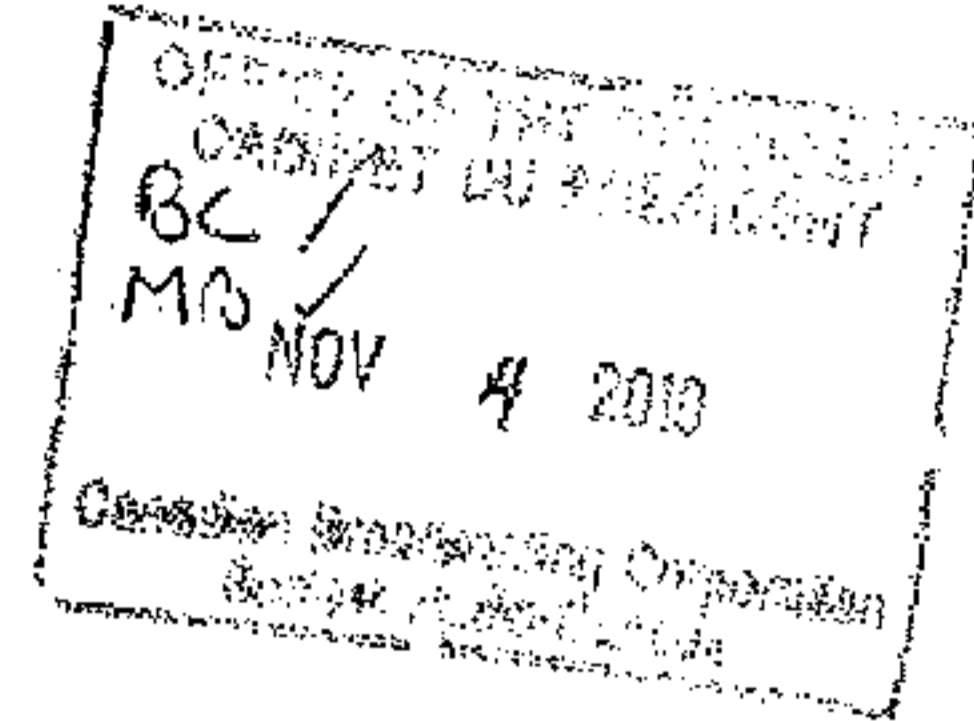


Source : NADbank 2009/10, Montréal RMR, adultes 18 ans +, lectorat cumulatif 7 jours

QUEBECOR

Le 1^{er} novembre 2010

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est, 6^e étage
Montréal (Québec)
H2L 2M2



Monsieur le président-directeur général,

J'ai bien reçu votre lettre du 18 octobre dernier. Il est malheureux de constater que vous vous répandez encore une fois d'explications alambiquées pour éviter de répondre au reproche précis que j'ai maintes fois soulevé à l'égard de la politique discriminatoire en matière de publicité que la télévision d'Etat a décidé d'appliquer à l'endroit du Journal de Montréal depuis le déclenchement du conflit de travail.

Ajoutant maintenant à la discrimination une volonté de déformer la réalité, vous m'accusez maintenant d'avoir menti publiquement..... Je m'excuse de vous contredire mais vous trouverez en annexe les preuves tangibles de mes propos à l'aide de notre correspondance des derniers mois.

Rien n'est plus faux que votre accusation puisqu'il est exact qu'autant vous que quiconque des membres du conseil d'administration ni son président, malgré le fait d'en être informé, n'a cru guère utile ou important d'y donner suite. Cette situation est d'autant plus problématique que vous, comme les membres du conseil d'administration de la télévision d'Etat, continuez de sanctionner une politique discriminatoire ainsi qu'un manquement à vos responsabilités d'administrateur d'une société de la couronne administrant des fonds publics.

Monsieur le président, je vous ai connu comme un grand partisan du « corporate governance », concept qui dans les années 90 s'imposait de plus en plus aux entreprises.

612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com

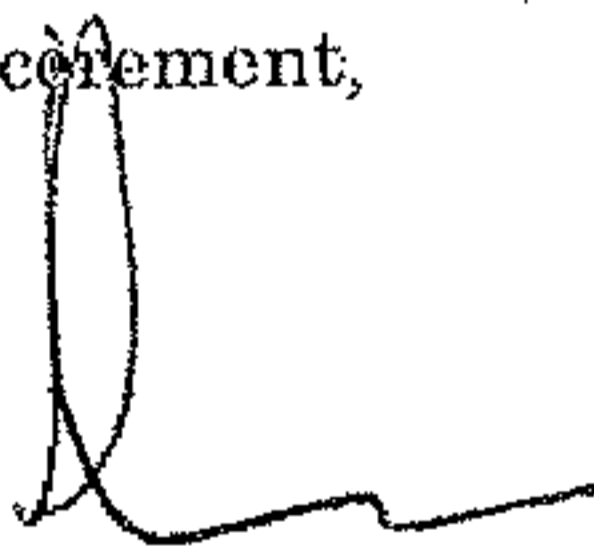
A0046295_51-000051

Alors que nous siégeons ensemble au sein du Conseil de Donohue, le plus important producteur de papier journal en Amérique que Quebecor avait constitué par plusieurs acquisitions, vous nous dispensiez de vos nombreuses « leçons » en cette matière. Il faut croire qu'au titre de professionnel que vous étiez à l'époque, il était plutôt facile de vous répandre en bons conseils. Puisque vous êtes aujourd'hui titulaire de responsabilités réelles et assujettis à ces principes que vous prêchiez à l'époque, une application d'une politique autant équitable pour les participants médias au Canada – dois-je vous rappeler que nous sommes le plus important éditeur de journaux au Canada – que pour le bénéfice direct de la SRC/CBC, je vous invite à mettre fin aux politiques discriminatoires que votre administration a mise en place depuis les dernières années. Il serait par ailleurs honnête de mettre en pratique ce que vous proposiez à l'époque avec autant d'efforts et d'énergie.

Et n'essayez plus de justifier l'injustifiable commercialement. De tels arguments sont tellement grossiers qu'ils pourraient aisément amener à croire que vos interlocuteurs sont privés de sens commun, pour ne pas dire davantage.

Je vous demande également de bien vouloir vous excuser des accusations que vous portez à mon endroit puisque vous avez décidé de rendre cette lettre publique aux nombreuses personnes que vous avez cru bon de copier à votre correspondance.

Sincèrement,



Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

PKP/jr

Cc : Membres du conseil d'administration de CBC/Radio-Canada
Le très honorable Stephen Harper, Premier ministre du Canada
L'honorable James Moore, Ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles
L'honorable Konrad von Finckenstein, c.r., Président du CRTC

Le 25 novembre 2010

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est, 6^e étage
Montréal (Québec)
H2L 2M2

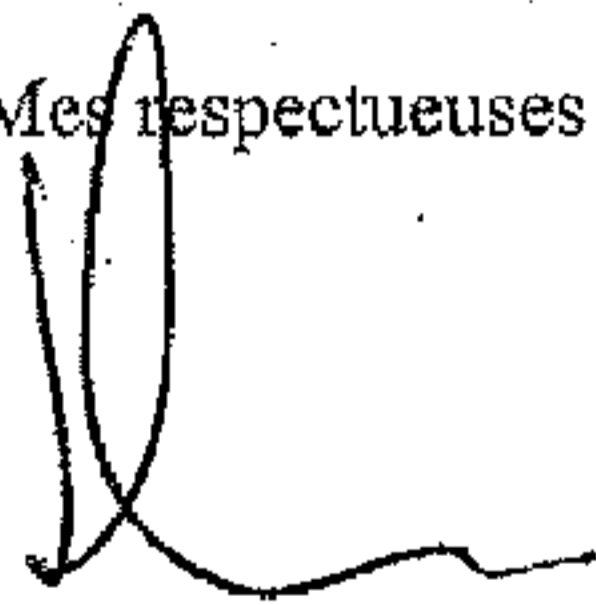
Monsieur le président-directeur général,

J'ai été heureux de constater, à la lecture de l'édition de ce matin du Journal de Montréal, que la SRC avait décidé de retenir une page de publicité afin d'y annoncer une initiative que nous pouvons présumer extrêmement importante, puisqu'elle concerne l'imputabilité et la transparence de la télévision d'État.

Je constate donc que votre direction a décidé de reconnaître le vaste auditoire que nos quotidiens rejoignent, et que vous avez mis fin à votre politique discriminatoire envers notre entreprise que vous aviez engagée depuis quelques années.

Je m'en réjouis et vous souligne que votre décision est conforme d'un digne serviteur de l'État canadien.

Mes respectueuses salutations.



Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

PKP/dl

Le 23 décembre 2010

Monsieur Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada
1400, boul. René-Lévesque Est, 6^e étage
Montréal (Québec)
H2L 2M2

Monsieur le président-directeur général,

Je croyais bien dans ma correspondance précédente avoir eu la conviction que vous aviez cessé votre politique discriminatoire à l'égard de notre groupe. Je constate qu'il n'en est rien, puisque la SRC continue d'ignorer nos quotidiens qui sont les plus importants au Québec.

Vous ne les avez utilisés qu'à la seule fin de faire connaître le message de votre nouvelle campagne de presse autour de votre comportement à l'assujettissement à la loi d'accès d'information.

Je ne puis que déplorer une fois de plus cette attitude tout autant discriminatoire à l'endroit du groupe que j'ai le privilège de diriger, que néfaste pour la télévision d'État qui se prive de rejoindre une partie importante de la population.

Et voici maintenant que la direction de la programmation soutient le boycott clairement énoncé par des producteurs travaillant avec la SRC, qui ont décidé de refuser toutes entrevues avec nos médias. Nous aurons rarement vu une politique semblable dans un pays démocratique où la télévision d'État devrait être redevable des citoyens et des contribuables du pays.

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.


Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

c.c. L'Honorable James Moore, Ministre du Patrimoine canadien
et des langues officielles
Membres du Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada

612, rue Saint-Jacques
Montréal (Québec)
H3C 4M8
Canada
quebecor.com



PATRICE ROY

ÊTES-VOUS STRESSÉ?

LE SCÉNARIO D'UN DÉBUT DE SÉRIE D'ÉMISSIONS À VOUS

LE TÉLÉJOURNAL

11h30 CEST (11h) ET 11h30 CEST (11h)

L'opération déneigement reprend

Une dizaine de centimètres de neige sont tombés sur Montréal. La Ville s'empresse de déblayer et à déglacer les rues, mais aucun chargement de la neige n'est prévu.



JENNIFER GUTHRIE
Journaliste
Journalmetro.com

La neige est tombée à nouveau sur Montréal hier soir, après une période de déneigement. Les services de la Ville ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

Alors, il neige à vent

Alors, il neige à vent. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

- Pour ce matin, les prévisions annoncent de la pluie avec des températures à la hausse, mais qu'il y aura un épisode de neige le soir.
- Cette nuit, la situation météorologique sera instable, avec des vents venant du nord-est et des chutes de neige intermittentes.
- Les vents venant du nord-est et des chutes de neige intermittentes.

Ces conditions peuvent rendre difficile la tâche des conducteurs au cours des prochains jours. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.



La neige a accumulé les véhicules de passage sur les routes de la région de Montréal. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

L'hiver, saison des accidents

Pas moins de 40% des accidents surviennent en hiver. Québec a lancé hier une campagne de sensibilisation.

La saison d'hiver a débuté et les accidents de circulation ont augmenté. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

Les mois d'hiver ont commencé et les accidents de circulation ont augmenté. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

Les mois d'hiver ont commencé et les accidents de circulation ont augmenté. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

La force



Un nouveau rap en français

Un nouveau rap en français. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

Des dons millionnaires

Des dons millionnaires. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

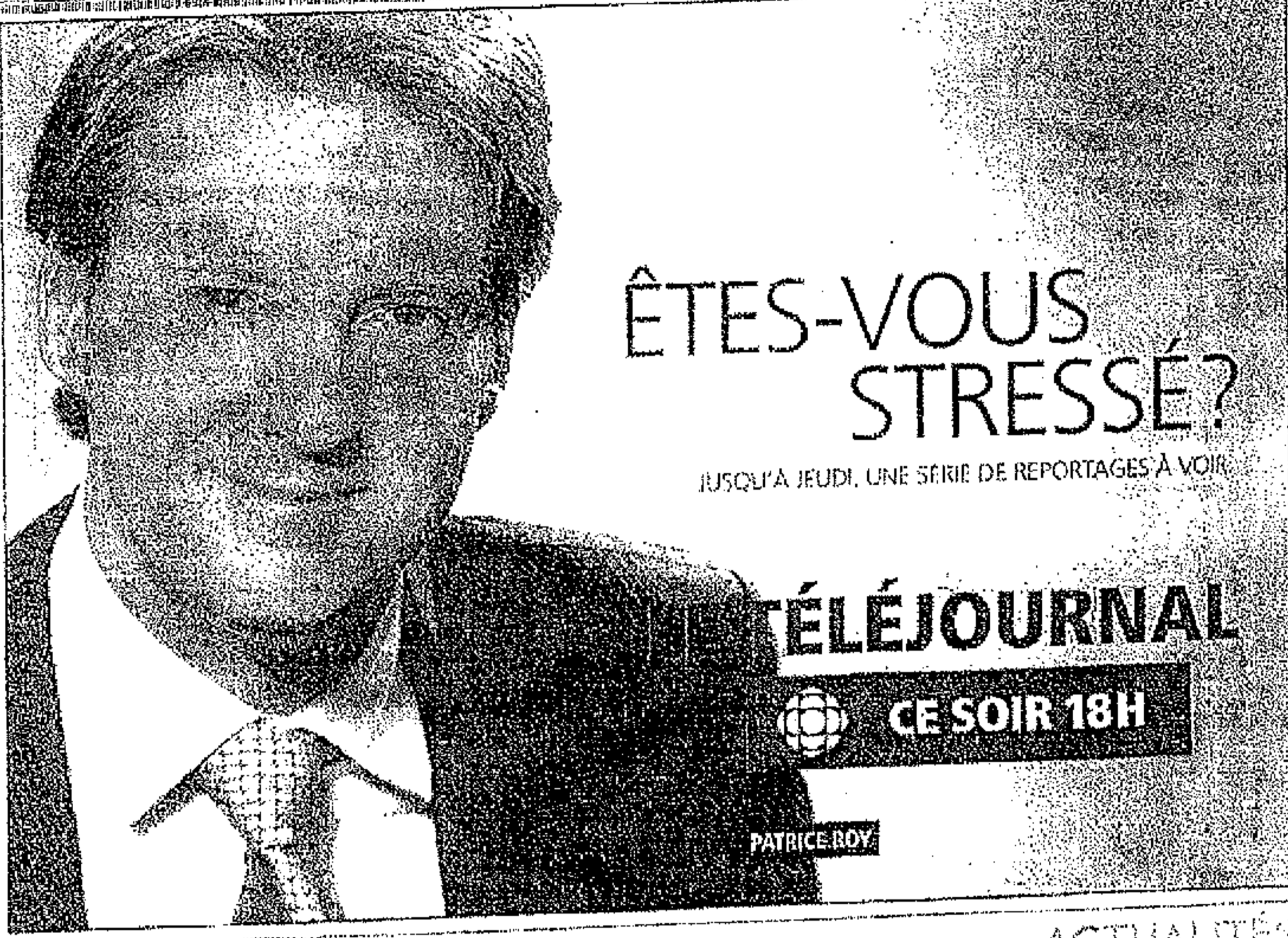
Bris majeur

Bris majeur. Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

Opération «Cool taxi»

Opération «Cool taxi». Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.

Opération «Cool taxi». Les services de déneigement de la Ville de Montréal ont commencé à déblayer les rues dès l'aube. Les conducteurs sont invités à rester calmes et à éviter les routes encombrées.



ACTUALITÉS

Expropriation décriée

Des résidents réclament une modification du projet de réaménagement de l'échangeur Turcot

VALÉRIE SIMARD

Les locataires du 780 Saint-Rémi, dans le quartier Saint-Henri à Montréal, refusent de faire leurs valises. Menacés d'expropriation par le ministère des Transports du Québec (MTQ) pour permettre le réaménagement de l'échangeur Turcot, des résidents de l'immeuble réclament une modification du projet qui leur permettrait de continuer d'occuper ces lofts qu'ils louent à prix abordable.

« On a tellement investi ici, remarque Mario Gervais, locataire de l'immeuble depuis deux ans. On y a mis beaucoup de travail. On était ici pour plusieurs années. » À moins d'un changement de cap du ministère des Transports, Mario Gervais et ses voisins devront quitter, pour la plupart à contrecoeur, le logement qu'ils occupent, pour certains, depuis 15 ans. Ils évoquent 2012, mais le MTQ indique qu'aucune date n'a encore été fixée. Le réaménagement de l'échangeur doit débuter en 2012 et se poursuivre jusqu'en 2018.

Situé au pied de l'échangeur Turcot, le 780 Saint-Rémi est un ancien bâtiment industriel converti en immeuble à logements. On y trouve 98 lofts, dont plusieurs sont occupés par des artistes et des travailleurs autonomes. Lors d'un point de presse tenu samedi dernier, plusieurs locataires ont manifesté l'incapacité de ne pas pouvoir trouver un logement semblable à un prix comparable.

« Je paie 900 \$ par mois, chauffé, éclairé et déneigé, note Marco Leclerc, infographiste et représentant pour une gamme de produits de santé. Ce sera

Le plan du MTQ critiqué.

À l'origine, le plan de réaménagement de l'échangeur Turcot présenté par le MTQ prévoyait l'expropriation de 147 logements, alors que celui préparé par la Ville de Montréal n'en prévoyait aucun. Dans la nouvelle mouture de son plan, le MTQ a réduit le nombre d'expropriations à 106 logements, dont 58 sont situés à l'intérieur du 780 Saint-Rémi.

Des locataires ont confié nourrir peu d'espoir de faire changer d'idée le Ministère. La porte-parole du POPIC-Comité Logement, Valérie Simard (aucun lien avec l'auteure de ces lignes), n'est pas d'accord. « Il y avait 147 expropriations au départ, rappelle-t-elle. Selon le MTQ, c'était impossible de faire mieux. Mais grâce à la mobilisation citoyenne, on a réussi à épargner tous les logements situés dans les rues Carélat et Desnoyers. C'est pour ça qu'on n'abandonne pas. On pense qu'on peut encore faire bouger le ministère des Transports. »

Le MTQ demeure pour l'instant inflexible. « Le MTQ a modifié les plans pour éliminer le nombre d'expropriations, indique Mario St-Pierre, porte-parole du ministère des Transports du Québec. Mais, dans le cas du 500 Saint-Rémi, il semble que ce soit techniquement impossible de déplacer la structure. » Il ajoute que les locataires expropriés recevront une indemnisation « juste et équitable » sans pouvoir indiquer la somme. Les locataires rencontrés disent avoir été informés d'une indemnisation équivalente à trois mois de loyer plus les frais de déménagement, ce qui serait insuffisant à leurs yeux.

Ils pourraient également être rélogés dans un autre immeuble par l'entremise du programme Accès Logis. Une ren-

