

l'acheminement des signaux de huit chaînes de télévision et de sept stations de radio du Sud vers les régions isolées et mal desservies, CANCOM offre trois services radiophoniques à partir du Nord, un en anglais et deux en langues autochtones.

Élargissement d'autres services dans les années 1980. La radiodiffusion ethnique assume une présence plus grande à l'intérieur des systèmes canadiens de radiodiffusion-télévision. Pour les malentendants, on offre l'interprétation gestuelle des bulletins de nouvelles de Radio-Canada et des débats parlementaires. En outre, un nombre croissant d'émissions sont maintenant sous-titrées grâce à l'aide du ministère des Communications. Des bulletins de nouvelles et de météo alphabétiques et des canaux publicitaires sont également offerts sur la plupart des réseaux de câblodistribution.

Groupe de travail sur la radiodiffusion. En 1985, le ministre des Communications annonçait un examen en profondeur de la politique canadienne de radiodiffusion. Comme première étape, le gouvernement mettait sur pied un groupe de travail pour formuler des recommandations sur une stratégie industrielle et culturelle susceptible de guider l'évolution du système de radiodiffusion. Ce groupe de travail s'est penché sur le rôle et les mandats des radiodiffuseurs publics et privés, et sur les liens existant entre eux. Il a également évalué le rôle des instruments de politique, comme la réglementation et le financement à même les fonds publics, et a examiné les moyens de réduire les entraves structurelles qui empêchent le système de radiodiffusion d'apporter une pleine contribution à la vie canadienne.

Le Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a été publié en septembre 1986. Il a ensuite fait l'objet de consultations poussées et d'une étude approfondie par le Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes.

14.4 Service postal

La Société canadienne des postes, société d'État au titre fédéral, est responsable de la collecte, du traitement et de la livraison de plus de 8 milliards de missives et colis annuellement, à plus de 10 millions d'adresses dans toutes les régions urbaines et rurales du Canada; elle a pour mandat de fournir des biens et services postaux fiables et accessibles à des taux raisonnables. Les produits et les services postaux sont offerts par l'intermédiaire d'un réseau de 15 000 comptoirs de vente dont plus de la moitié sont exploités par des entreprises locales.

La Société canadienne des postes a un effectif de 61 000 employés, qui travaillent à temps plein ou à temps partiel, et fournit du travail à environ 6 000 employés occasionnels. De plus, elle exploite un réseau de 29 grands centres de traitement du courrier et possède un imposant parc de plus de 5 000 véhicules pour assurer la collecte et la livraison du courrier. Elle est l'un des plus importants usagers des services de transport aérien et terrestre du Canada.

En 1987, la Société canadienne des postes est devenue la première administration postale à engager des vérificateurs impartiaux de l'extérieur en vue de mesurer la qualité des services offerts et de publier ces renseignements chaque trimestre. Les résultats de la vérification effectuée pour le premier trimestre de l'année financière 1988-1989 montrent que 95 % du courrier est livré à temps.

Au cours de l'année financière 1988-1989, la Société canadienne des postes a atteint et même dépassé le seuil de la rentabilité financière pour la première fois en plus de 30 ans.

En mars 1989, la Société a adopté un nouvel emblème distinctif pour marquer le début d'une nouvelle ère, lequel est utilisé dans l'ensemble des activités de la Société, par exemple sur les boîtes aux lettres, les véhicules servant à la livraison du courrier, les enseignes et les imprimés. Le dessin stylisé, qui représente une pièce de courrier se déplaçant rapidement, symbolise la vision optimiste de la Société quant au futur et l'engagement qu'elle a pris envers sa clientèle.

14.4.1 Produits et services

La Société canadienne des postes offre les services de base suivants :

Le courrier ordinaire. Il s'agit du service de courrier auquel on a généralement recours pour l'expédition des lettres, cartes postales, factures, reçus et autres missives semblables.

Les publications. Courrier de deuxième classe pour l'envoi des journaux et des périodiques.

Les circulaires et le publipostage. Courrier adressé ou non adressé comprenant les dépliants publicitaires envoyés en grand nombre, ouvrant ainsi la commercialisation directe par courrier à un large public.

Les colis. Il s'agit d'un service national de distribution de colis pesant entre 500 grammes et 30 kilogrammes. Les colis sont livrés par la voie du courrier ordinaire ou par l'intermédiaire des services d'expédition.

Poste prioritaire. Service de courrier assurant la livraison le lendemain de la mise à la poste, et ce, entre les grands centres du Canada ainsi qu'à destination de l'étranger là où un service semblable est offert.