

Mémoire
du
Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du
Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP)

Les conséquences et la pertinence d'adopter un
système de compensation pour la valeur des
signaux de télévision locaux.

Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-614
2 novembre 2009

TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE.....	3
INTRODUCTION.....	4
LA TÉLÉVISION LOCALE : TOUJOURS PERTINENTE.....	5
INFORMATION.....	6
POUR UN RÉÉQUILIBRAGE : SERVICES FACULTATIFS ET GÉNÉRALISTES....	8
LES EDR LANCENT UNE CAMPAGNE DE PEUR.....	8
EDR ET INTERNET.....	9
TARIFICATION MODULÉE : VALEURS MARCHANDES ET TARIFS D'ABONNEMENT.....	11
CONCLUSION.....	12

Préambule

1. Le Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) est heureux de participer à ces audiences du CRTC sur les conséquences et la pertinence d'adopter un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locaux.
2. Nous signalons que nous voulons comparaître à l'audience prévue le 7 décembre prochain pour répondre aux questions soulevées par ce mémoire.
3. Le CPSC représente plus de 7000 travailleurs et travailleuses dans tous les secteurs du domaine des communications au Québec : télévision (TVA, Radio Nord, Global, TQS, Radio-Canada), radio (CHRC, CHLN), presse écrite (Journal de Québec), cinéma (ONF, Technicolor, Covitech), câblodistribution (Vidéotron et Cogeco) et téléphonie (Telus).

Introduction

4. Le CPSC est heureux que, dans le cadre de cette audience, le gouvernement exprime le désir de mesurer deux conséquences fort importantes de la mise en œuvre par le CRTC d'un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locaux qui tient compte de : 1 - l'incidence sur le consommateur et 2 - l'accès à des émissions locales et régionales de qualité.
5. Il n'y a pas de doute que les généralistes sont les diffuseurs les plus durement frappés par le déplacement de revenu publicitaire vers Internet et la crise économique actuelle.
6. Il faut assurer la survie des services conventionnels pour qu'ils puissent continuer de contribuer à leur façon très unique au paysage culturel. Ils doivent poursuivre leur mission et faire rayonner leur contenu sur toutes les plateformes.
7. Pour venir en aide aux généralistes, le CRTC considère maintenant de leur permettre d'établir une valeur marchande pour leur signal. Le CPSC est d'accord en principe avec cette solution, mais le CRTC doit tout faire pour s'assurer que le consommateur ne paiera pas indûment. Il doit donc réglementer.
8. Les quelques pistes de réflexion que nous soumettons ici s'inscrivent dans le même ordre d'idées que celles émises lors des nombreuses audiences au sujet des redevances, soit qu'il y a un réel déséquilibre dans le système de radiodiffusion et qu'il faut stabiliser financièrement tous les titulaires de licences, et non seulement les services spécialisés.

9. Nous proposons comme solution, une tarification modulée. Le premier palier déterminerait les valeurs marchandes des stations généralistes distribuées obligatoirement dans un service de base. Au deuxième palier, les prix seraient supérieurs et détermineraient le coût des services facultatifs.

La télévision locale : toujours pertinente

10. La télévision, ou plutôt la distribution de produits audiovisuels, a changé et il faut que le système, dans son ensemble, s'adapte.
11. Le CPSC est entièrement d'accord avec le point de vue du Conseil lorsqu'il déclare que, dans l'intérêt du public, le système canadien de la radiodiffusion doit comporter des stations locales en bonne santé, capables d'enrichir la diversité des informations et des points de vue éditoriaux.
12. Le rôle du télédiffuseur en direct et ce qu'il produit demeure primordial à la pleine réalisation des principes énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion du Canada*, surtout en ce qui a trait à la programmation locale et aux services d'information.
13. Malgré leur situation financière difficile, les généralistes demeurent des acteurs incontournables du système de radiodiffusion dans son ensemble. Ce sont souvent ces chaînes qui produisent les séries lourdes et l'information, et qui sont garantes de l'expression locale. Cette responsabilité a un coût aujourd'hui trop élevé, vu le passage au numérique, le développement du HD, la fragmentation de l'auditoire et de la tarte publicitaire.
14. Des millions de Canadiens regardent encore la télévision généraliste. L'an dernier, les quatre généralistes au Québec retenaient plus de 50 % de l'écoute des francophones.

15. Malheureusement, malgré l'intérêt manifesté pour leurs émissions et le temps d'écoute que la population peut leur accorder, le revenu publicitaire de ces titulaires, leur seul revenu, ne suffit plus pour les faire vivre. Ceci est surtout vrai dans les régions non métropolitaines.
16. Un autre aspect qu'il faut prendre en considération lorsque l'on regarde l'apport des conventionnels, c'est la présence, grâce à ces diffuseurs, de productions audiovisuelles canadiennes de qualité sur le Web. Qu'il s'agisse d'émissions d'information, de dramatiques ou autres, ces produits culturels sont de grande qualité et réalisés localement.
17. En effet, garantir la vitalité financière des généralistes veut aussi dire que nous aurons accès à des produits audiovisuels locaux de qualité sur Internet.
18. Dans le document de Peter H. Miller préparé pour le CRTC dans le cadre de cet audience et intitulé *La télévision généraliste au Canada : portrait d'une entreprise*, on dit : « *La télévision généraliste reste la plateforme de choix pour rassembler et rentabiliser les auditoires avec une programmation grand public, « fournir des yeux aux annonceurs », lancer, promouvoir, et diriger le courant vers d'autres plateformes médiatiques. »*

Information

19. Quand on parle de programmation locale, et non de contenu canadien, on parle essentiellement d'information ou d'affaires publiques car, dans la plupart des cas, les généralistes ne produisent localement que ce genre d'émissions.
20. En effet, dans le décret qui a mené à cette audience, le gouverneur en conseil a déclaré qu' « il est fondamental de veiller à ce que les Canadiens et Canadiennes aient un accès abordable à une diversité de points de vue sur des

questions d'intérêt public, et à ce que leurs besoins en information et en nouvelles télévisuelles locales et régionales soient satisfaits.»

21. Les Canadiens tiennent à leur information locale. Un sondage de Nanos Research qui date de janvier 2008 démontre que 77 % des répondants accordent une grande ou très grande valeur à leurs nouvelles locales.
22. Dans ce même sondage, 68 % des répondants croyaient qu'une partie de l'argent qu'ils versent aux EDR finançait les nouvelles. Très peu de gens savent que les EDR ne soutiennent pas directement cette programmation.
23. Les généralistes avec de difficultés financières coupent essentiellement en information, aux dépens des populations des régions desservies. V, l'ancien TQS, a même instauré une pratique inédite, celle d'envoyer en sous-traitance la production des nouvelles. Le résultat : la population a perdu une vraie source d'information. Les généralistes devraient être obligés de remplir convenablement leur obligation envers les citoyens, et une façon de ce faire serait d'obliger ces titulaires à maintenir une salle de nouvelles digne de ce nom.
24. Il est aussi vrai que de plus en plus de Canadiens prennent leur information sur Internet, surtout les jeunes. Ce qu'il ne faut pas oublier par contre, c'est que les internautes qui cherchent à s'informer sur l'actualité se retrouvent, plus souvent qu'autrement, sur des sites de médias traditionnels ou accèdent à de l'information mise en ligne par ces médias.
25. Oui, les médias indépendants qui publient sur Internet et les blogues qui commentent les nouvelles attirent l'attention de plusieurs usagers. Cependant, l'impact de ces nouveaux médias est encore limité. La première source d'information pour une grande majorité de Canadiens, sur Internet ou ailleurs, demeure les médias traditionnels et, pour l'information locale ou régionale, les salles de nouvelles des généralistes jouent un rôle primordial, malgré les nombreuses coupures des dernières années.

Pour un rééquilibrage : services facultatifs et généralistes

26. À défaut de pouvoir accéder à une deuxième source de revenu, soit les redevances, l'obtention d'une source alternative de financement, sous la forme d'une valeur marchande, est non seulement souhaitable, mais indispensable. Pour ce faire, il ne faut pas que la facture soit refilée au consommateur.

27. Actuellement, le système favorise injustement la rentabilité des télévisions facultatives qui demeure très profitable, tandis que les généralistes sont souvent sur le bord de la faillite. Plusieurs chaînes facultatives reçoivent 50 % de leurs revenus des frais d'abonnement.

28. Mais ces sommes pour les services conventionnels doivent venir de l'ensemble de l'argent déjà disponible. Il est clair qu'il faille être particulièrement vigilant à l'égard des EDR. Ces entreprises ont déjà exprimé leur intention d'augmenter la facture de leurs clients de 1,5 % pour payer la contribution au *Fonds pour l'amélioration de la production locale* (FAPL). Et ce, malgré que le CRTC dise qu'elles « *peuvent absorber une telle contribution* » et qu'il « *ne voit pas de raison pour que ces coûts supplémentaires soient transférés à leurs abonnés.* »

29. La *Loi sur la radiodiffusion* stipule, en effet, que les EDR « *devraient assurer efficacement la fourniture de la programmation à des tarifs abordables* » et qu'elles « *devraient accorder la priorité à la fourniture des services de programmation canadienne, et ce, en particulier par les stations locales canadiennes.* »

Les EDR lancent une campagne de peur

30. Les EDR ont lancé récemment une campagne publicitaire pour s'opposer à l'idée de reconnaître une valeur marchande aux services conventionnels. Ils appellent ça, à tort, une « *taxe sur la télévision* ».

31. Les télévisions généralistes demandent simplement le droit de négocier un juste prix pour leurs signaux qui, pour l'instant, sont repris tout à fait gratuitement par les distributeurs. Encore une fois, nous nous opposons à ce que les distributeurs par câble et par satellite transfèrent à leurs clients les frais qui pourraient découler de cette négociation.

32. Le CRTC et le gouvernement doivent avoir à cœur autant l'intérêt des citoyens que des consommateurs, ce qui semble être le cas au regard des buts visés par cette audience.

33. EDR paient 300 millions de dollars chaque année à des radiodiffuseurs américains pour des chaînes américaines qui ne produisent aucun contenu canadien. Et elles ne paient rien aux stations locales qui produisent ce contenu et qui ont grandement besoin d'argent.

EDR et Internet

34. Les EDR sont désormais riches et puissantes. Leurs marges de profit en 2008 ont été de 2 milliards de dollars et, selon un document fourni par Radio-Canada, la marge de profit des câblodistributeurs oscille à près de 25 %.

35. De plus, ces entreprises sont souvent distributeurs d'Internet et, jusqu'à ce jour, les profits de ce secteur d'activité n'ont jamais servi à la production canadienne. Pourtant, la *Loi sur la radiodiffusion* prévoit cet apport :

« 3-e) tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne; »

36. De la même façon que les EDR doivent contribuer au *Fonds des médias*, il est temps que les distributeurs de service Internet fassent leur part.

37. Le Conseil a choisi d'exempter de son règlement les services de radiodiffusion dans les nouveaux médias, et dit qu'il surveillera l'évolution des tendances. Pour le CPSC la tendance est claire, de plus en plus de Canadiens consomment leurs produits audiovisuels sur Internet, que ce soit pour leur divertissement ou pour s'informer.
38. Au Canada du moins, nous réglementons la radiodiffusion car nous avons établi des objectifs sociétaux stipulant que la radiodiffusion est un « *service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle.* ¹ »
39. Aussi, nous réglementons le secteur de la télévision car nous voulions assurer, avec des mesures de nature incitative, la création de contenus canadiens de radiodiffusion de grande qualité.
40. D'aucuns prétendent qu'aujourd'hui, il est « *improbable que les sociétés abandonnent leurs objectifs sociétaux seulement parce que les données vidéo empruntent maintenant un chemin différent ou sont encodées de manière différente.*² »
41. En effet, les sociétés comme le Canada ont intérêt, dans la mesure du possible, à adapter la réglementation au nouvel environnement. Nous jugeons qu'il est temps de déterminer si l'*Ordonnance d'exemption des nouveaux médias* et l'*Ordonnance d'exemption de la télédiffusion mobile* sont toujours appropriées et dans quelle mesure, ou dans quelle direction, elles devraient être révisées.
42. Si le Canada veut se positionner au niveau mondial comme créateur de contenus de qualité sur les nouvelles plateformes de diffusion, il est indispensable que des fonds propres soient destinés au financement de ces productions.

¹ *Loi sur la radiodiffusion*, 3.(1)b.

² Noam Eli, *De la télévision ou non? Trois types d'écran, une seule réglementation*, Juillet 2008, CRTC

43. À notre avis, il faut faire une distinction entre un contenu généré par les utilisateurs et un contenu professionnel de qualité. De plus, il faut trouver un moyen de faire participer financièrement les nouveaux acteurs qui profitent du système de radiodiffusion.

44. Nous préconisons l'implantation d'un mécanisme de contribution des entreprises de radiodiffusion exemptées (comme les entreprises de télédiffusion mobile, de distribution de signaux de télévision par protocole IP, de VSD par Internet, de diffusion par Internet, etc.) au financement de la production d'émissions canadiennes, d'information journalistique et de contenus canadiens destinés aux plateformes des nouveaux médias. Cette contribution serait établie en pourcentage de leurs revenus bruts, sur le modèle de la contribution des distributeurs par câble et par SRD au *Fonds canadien de télévision* (FCT).

Tarification modulée : valeurs marchandes et tarifs d'abonnement

45. Le CPSC suggère une tarification modulée pour déterminer les montants à remettre aux généralistes et aux facultatifs pour leurs services.

46. Dans un système de tarification modulée, le premier palier déterminerait les valeurs marchandes des stations généralistes et des autres stations, distribuées obligatoirement dans le service de base de toutes les EDR. Au deuxième palier, les prix seraient supérieurs et s'appliqueraient aux services facultatifs.

47. La *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît l'importance de la programmation locale, encore faut-il que cette programmation soit accessible. En effet, qu'ils diffusent par câble ou par satellite, les EDR devraient être obligées, par condition de licence, de diffuser en priorité tout ce qui est disponible comme service de programmation locale ou régionale. Cela assurerait plus de visibilité aux généralistes, les seuls qui produisent de l'information locale.

48. Comment déterminer la valeur marchande d'un service généralisé par rapport à un autre? Les trois critères utilisés devraient être : la quantité de programmation locale, la qualité du contenu canadien (dépenses en programmation locale et programmation originale) et l'auditoire.
49. Pour résoudre d'éventuels conflits sur la valeur marchande d'une station, le CRTC devrait mettre sur pied un système d'arbitrage. Les décisions de l'arbitre baliseraient et encadreraient les négociations entre les EDR et les diffuseurs. Ainsi, toutes les parties seraient assurées d'un juste prix pour leur signal.

Conclusion

50. Pour conclure, nous réitérons que l'instauration d'une valeur marchande pour les généralistes ne devrait pas avoir de répercussion sur la facture du consommateur. Nous devons plutôt voir un rééquilibrage des sources déjà disponibles. Les Canadiens paient déjà assez chère leur facture de communications (câble, satellite, Internet).
51. Quant à déterminer une valeur marchande pour ces signaux, nous avons proposé un système de tarification modulée qui, nous croyons, répondrait adéquatement aux besoins des généralistes, tout en garantissant que l'incidence sur le consommateur ne sera pas néfaste et que nous aurons accès à des émissions régionales de qualité. De plus, les répercussions sur les spécialisés ne seraient pas si grandes vu que ces titulaires continuent d'afficher de bons profits.
52. En échange de l'accès à ces nouvelles sommes, le CRTC pourrait définir de nouvelles exigences pour les licences des titulaires de services traditionnels qui garantissent que ces titulaires continuent de fournir un service de qualité,

notamment dans le domaine de l'information. Plusieurs observateurs ont fait remarquer durant l'audience du CRTC sur la diversité des voix, qu'il y a un manque criant de nouvelles locales dans certaines régions.

53. La télévision en direct joue un rôle capital dans l'univers télévisuel canadien; l'histoire de la télévision canadienne, c'est la sienne. La nouvelle conjoncture technologique force un questionnement pertinent du rôle des chaînes traditionnelles. Mais on se rend vite compte que malgré le fait que les comportements de consommation s'individualisent, tout nous laisse croire que la dimension collective de la télévision classique ne disparaîtra pas.
54. Les conventionnels servent toujours comme le principal vecteur d'information et de lieu de rassemblement pour la célébration de rituels collectifs lors de grands événements sportifs et culturels.
55. Si on ne veut pas perdre ces acteurs, il faut transformer le système pour qu'ils survivent le nouvel ordre médiatique. Il y a moyen de le faire, tout en prenant en considération le portefeuille des citoyens.