

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

**Cueillette d'informations sur les services de programmation
alternatifs du système canadien de radiodiffusion**

Avis de consultation de radiodiffusion et de télécom
CRTC 2011-344

5 juillet 2011

Table des matières

Préambule.....	3
Introduction	4
Des technologies de plus en plus populaires.....	5
L'exemption de la diffusion par les nouveaux médias.....	7
Une concurrence inéquitable	8
L'exemple américain et son impact.....	10
Perspectives	12
Favoriser la création de contenus canadiens.....	13

Préambule

1. Le Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) est heureux de participer à cette consultation du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) portant sur les services de programmation alternatifs.
2. Dans ses interventions, le CPSC a toujours accordé une place prépondérante à l'intérêt du public canadien, ce qui est tout à fait compatible avec le respect des travailleurs et des travailleuses que nous représentons.
3. Le CPSC regroupe plus de 7000 travailleurs et travailleuses du domaine des communications au Québec : télévision (Radio-Canada, RNC Media, Groupe TVA), distribution de radiodiffusion/Internet/téléphonie (Cogeco, Telus et Vidéotron), presse écrite (Journal de Québec) et cinéma (Technicolor).
4. Nous signalons au Conseil que nous ne souhaitons pas comparaître advenant la tenue d'une audience publique sur cette question.

Introduction

5. Le CPSC désire tout d'abord saluer le questionnement du Conseil et son ouverture aux commentaires des parties intéressées.
6. Prévoir l'évolution des services de programmation alternatifs et leur(s) impact(s) sur le système de radiodiffusion canadien – alors que les changements technologiques et d'affaires sont si rapides dans le secteur des télécommunications – représente tout un défi.
7. Cette consultation revêt cependant un caractère essentiel afin d'assurer la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et ce, dans un contexte de grande mutation.
8. Dans ce mémoire, le CPSC souhaite faire valoir ses observations et préoccupations par rapport à l'émergence de services de programmation alternatifs qui échappent à la *Loi sur la radiodiffusion* et qui, par conséquent, mettent en péril les objectifs de sa politique.
9. Cette dernière vise à servir l'intérêt public en offrant à la population une programmation de haute qualité qui renseigne et divertit, dans les deux langues nationales; une programmation essentielle au maintien de l'identité et de la culture canadiennes.

Des technologies de plus en plus populaires

10. Depuis quelques années, des avancées technologiques ont permis l'émergence de divers appareils faciles d'utilisation permettant de visionner des productions audiovisuelles provenant non seulement de radiodiffuseurs autorisés, mais aussi de différents fournisseurs offrant leurs produits sur Internet.
11. Il est donc possible maintenant d'utiliser un ordinateur, un téléphone intelligent ou une tablette numérique pour visionner – à la maison ou en déplacement – des émissions autrefois uniquement disponibles via les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) réglementées.
12. L'explosion de ces technologies, leur convivialité et leur accessibilité en termes de prix ont rapidement séduit les consommateurs, au Canada comme partout en Occident. La réalité a ainsi rejoint la fiction en quelques mois.
13. En effet, qui aurait pensé, il n'y a pas si longtemps, qu'il serait possible de regarder la télé dans les transports en commun, d'utiliser une console de jeux pour regarder, sur son téléviseur, des produits de radiodiffusion obtenus sur Internet ou encore de brancher Internet directement dans sa télévision?
14. La consommation de vidéos en ligne est devenue une des activités les plus prisées des internautes canadiens.
15. Dans le marché francophone, la popularité grandissante de TOU.TV, le service de programmation alternatif lancé par Radio-Canada en avril 2009, est là pour le prouver.
16. L'achalandage du site Internet, qui permet de visionner pratiquement toutes les émissions diffusées par la SRC et ses autres chaînes comme RDI et ARTV, ainsi que des productions de TV5 Monde et des exclusivités pour le Web, a plus que doublé en deux ans, passant d'une moyenne de 2 millions de visites par mois en 2009 à 4,2 millions de visiteurs en mars 2011.
17. Une étude NETendances du CEFRIO montre d'ailleurs que la consommation de télévision sur le Web est en nette progression au Québec, à telle enseigne

qu'elle se situe au second rang des activités les plus populaires sur Internet après le visionnement de vidéos sur des sites comme YouTube : « En 2010, 24 % des internautes québécois regardent la télévision sur Internet et 29 % y écoutent la radio, ce qui représente des augmentations respectives de 71 et de 32 % par rapport à l'année précédente. Au total, ce sont plus de quatre internautes québécois sur dix (41 %) qui regardent la télévision ou écoutent la radio sur Internet, soit une croissance de 41 % par rapport à 2009... »¹.

18. Sans surprise, ce sont les jeunes Québécois de 18 à 34 ans qui sont les plus grands consommateurs de télé et de radio sur Internet², des activités qui forcent les fournisseurs de services Internet (FSI) à améliorer constamment la capacité de leurs réseaux pour satisfaire leur clientèle.

19. Cette tendance est pancanadienne, si on se fie à l'OCDE qui rapporte que les Canadiens sont les deuxièmes plus grands consommateurs de bande passante au monde après les Coréens.³

20. L'utilisation d'Internet mobile est aussi de plus en plus populaire au Québec : 13 % des Québécois auraient en effet utilisé un appareil mobile pour accéder à Internet en 2010, une augmentation de 5 % par rapport à 2009.⁴ Et sur TOU.TV, c'est le quart des branchements effectués en mars 2011 qui ont été faits au moyen d'une tablette numérique ou d'un téléphone intelligent.

21. Le CEFRIO croit d'ailleurs que l'arrivée sur le marché de TOU.TV et de illicoweb.tv, un service semblable réservé aux clients de Vidéotron, a contribué à la forte progression de l'écoute de la télévision sur le Web en 2010.

22. La grande concentration de productions canadiennes et québécoises de langue française sur ces deux plates-formes y est sûrement pour quelque chose. Le CEFRIO croit d'ailleurs que l'offre de produits québécois pourrait s'accroître sur le Web au cours des prochains mois.

¹ CEFRIO, « Divertissement en ligne : place aux jeux sociaux », Enquête NETendances 2010, 18 p.

² Idem.

³ OCDE, « Perspectives des communications de l'OCDE 2011 », résumé du 23 juin 2011 consulté sur <http://www.oecd.org/dataoecd/45/34/48237688.pdf>, le 27 juin 2011.

⁴ CEFRIO, « Un fort potentiel pour Internet mobile au Québec », Enquête NETendances 2010, 14 p.

23. Par ailleurs, nombre d'internautes ont probablement été encouragés à passer de la télé au Web par d'autres radiodiffuseurs, comme Séries+, qui offrent leur programmation gratuitement sur Internet.

24. Le CPSC croit que cette tendance est en progression et pourrait amener un déplacement de la clientèle des EDR vers les FSI à plus ou moins long terme.

L'exemption de la diffusion par les nouveaux médias

25. Depuis 1998, les décisions successives du Conseil de ne pas réglementer la radiodiffusion par les nouveaux médias ont certainement contribué à cet essor des services de programmation alternatifs dont les activités, jusqu'ici, n'entraient pas en compétition avec les EDR et les radiodiffuseurs réglementés.

26. Le Conseil estimait que le phénomène, loin de nuire au système canadien de radiodiffusion, contribuait au contraire à l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion en permettant aux Canadiens d'avoir un meilleur accès à des productions variées, dans les deux langues nationales.

27. Il faut dire que jusqu'à tout récemment, la plupart des diffuseurs de contenus audiovisuels professionnels par les nouveaux médias étaient des entreprises réglementées qui offraient une vitrine supplémentaire à leurs produits de radiodiffusion sur Internet.

28. La popularité montante de ce type de services a tout de même convaincu le CRTC d'exiger, en 2009, que les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias (ERNM) lui fournissent les renseignements nécessaires à la surveillance de ce nouveau marché afin de conserver leur exemption.

29. Une telle exigence – qui s'applique uniquement aux ERNM affiliées à des entreprises de radiodiffusion réglementées – est tout à fait à propos pour permettre au CRTC de remplir sa mission de surveiller « ...tous les aspects du

système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion. »⁵

30. Toutefois, à notre avis, ce ne sont pas les services de programmation alternatifs constituant un prolongement du système canadien de radiodiffusion, comme TOU.TV ou illicoweb.tv, qui posent problème au regard de la réalisation de la politique canadienne de radiodiffusion. Ces entités, reproduisant essentiellement la programmation réglementée qu'elles offrent à leurs téléspectateurs sur le Web, permettent à plus de Canadiens d'y avoir accès, en plus d'ajouter des productions canadiennes originales (*En audition avec Simon, LibTV, etc.*) à l'offre de radiodiffusion.

Une concurrence inéquitable

31. Le CPSC est davantage préoccupé par les services de programmation alternatifs indépendants ou étrangers, qui font des affaires au Canada, et qui concurrencent les entreprises de radiodiffusion réglementées dans leur propre marché, sans être soumis aux mêmes conditions et obligations en matière de programmation canadienne.

32. C'est le cas de Netflix, une entreprise américaine qui a choisi d'investir le marché canadien l'an dernier, mais qui n'est pas soumise – même indirectement – à la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements qui en découlent.

33. Même chose pour des sites comme www.satellitestreams.com qui promettent l'accès à 4500 chaînes de télévision en direct de partout dans le monde, dont 82 canadiennes, pour un abonnement unique de 50 dollars.

34. Ces deux types de services viennent compléter la variété de produits audiovisuels offerts par le système canadien de radiodiffusion, mais ils nuisent du même coup à l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, puisqu'ils submergent le marché canadien de produits de radiodiffusion provenant d'ailleurs. Comment, dans ce contexte, s'assurer que les Canadiens profitent d'une programmation à leur image? D'une programmation qui contribue à

⁵ Loi sur la radiodiffusion, art. 5 (1), mise à jour du 17 mai 2011 sur : <http://lois-laws.justice.gc.ca>

« enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada⁶ »?

35. En contrepartie, les services de programmation alternatifs indépendants ou étrangers n'offrent aucune garantie en termes de qualité et de quantité de productions canadiennes; ils n'offrent, pour la plupart, pas d'information et peu de contenu en français, et ne contribuent pas au Fonds des médias du Canada (FMC) ni au Fonds pour l'amélioration de la production locale (FAPL).
36. De plus, une entreprise comme l'américaine Netflix – à notre connaissance – ne facture aucune taxe, ni fédérale ni provinciale, ce qui pose aussi des questions d'équité en vertu de la *Loi sur le commerce électronique* et de la *Loi sur l'impôt*.
37. Pour l'instant, ce déséquilibre des obligations risque surtout de causer préjudice aux services de VSD et aux télévisions spécialisées qui proposent des films, puisque les entreprises de programmation alternatives du type de Netflix donnent accès à une large gamme de productions – pour la plupart américaines – qui va du documentaire à la série télévisée, en passant par les films.
38. Il ne faut tout de même pas banaliser la situation, car si les Canadiens choisissent en masse de se tourner vers ce type de services et de délaissier leurs abonnements aux EDR, cela pourrait éventuellement restreindre les fonds disponibles pour la production d'émissions reflétant les intérêts et les aspirations des Québécois et des Canadiens.
39. Une généralisation de cette tendance – déjà très présente chez les jeunes – aurait effectivement pour conséquence de diminuer les revenus des EDR, ce qui priverait le Fonds des médias du Canada (FMC) d'une partie significative de son financement : les EDR fournissent près des 2/3 de l'enveloppe de 371 millions de dollars du Fonds pour l'année 2011-2012⁷.

⁶ Loi sur la radiodiffusion, art. 3(1) d) (i).

⁷ Fonds des médias du Canada, communiqués de presse du 31 mars 2011 et du 7 juin 2011, consultés le 16 juin 2011 sur http://www.cmf-fmc.ca/fr/news-actualites.html?page_mode=connect et sur http://www.cmf-fmc.ca/fr/news-actualites.html?page_mode=connect.

40. Le Fonds pour l'amélioration de la production locale (FAPL) souffrirait aussi d'une baisse des abonnements aux EDR, puisque ces dernières refilent directement à leurs clients la contribution de 1,5 % de leurs revenus ordonnée par le CRTC.
41. Or, c'est grâce à la création de ce fonds que des stations de télévision régionales de la SRC ont pu conserver et même augmenter leur programmation locale au cours des dernières années en ajoutant, notamment, des bulletins de nouvelles régionaux la fin de semaine. Une décision qui va tout à fait dans le sens de la Loi et de l'intérêt public.

L'exemple américain et son impact au Canada

42. Aux États-Unis, près de 750 000 clients ont abandonné le câble lors du dernier trimestre de 2010.⁸
43. La crise économique qui secoue nos voisins n'est sûrement pas étrangère à l'ampleur du phénomène, mais on remarque en parallèle que le site Internet de vidéos à la demande Netflix a vu sa clientèle croître de près de 70 % au cours de la dernière année.
44. Il faut dire que ce service de programmation alternatif offre l'accès à toute sa banque de séries télévisées, de films et de documentaires pour la modique somme de 7,99 \$/mois, un prix bien inférieur au coût de l'abonnement mensuel à n'importe quelle EDR.
45. Netflix se présente comme un complément du câble, mais l'entreprise compte maintenant plus d'abonnés que le service de vidéo sur demande (VSD) de Comcast, le plus grand câblodistributeur des États-Unis.
46. Par ailleurs, selon la firme américaine d'analyse et de stratégie marketing « The Diffusion Group », le tiers des 23 millions d'abonnés de Netflix songent à abandonner le câble, principalement en raison de l'offre de vidéos en ligne.⁹

⁸ TURENNE, Martine, « La télé se meurt. Vive la télé! », Les affaires, édition du 18 décembre 2010 au 7 janvier 2011.

47. « The Diffusion Group » va même jusqu'à prédire que la consommation de produits audiovisuels offerts par les services de programmation alternatifs va supplanter la consommation de la télévision distribuée par le câble d'ici 2020.¹⁰
48. Pour contrer cette tendance, la firme spécialisée dans l'étude des médias croit que les radiodiffuseurs et les EDR ont intérêt à augmenter leur présence sur Internet.
49. De son côté, Netflix a commencé à acquérir du contenu original pour augmenter son pouvoir d'attraction. La compagnie a récemment obtenu les droits exclusifs de diffusion d'une série télé très attendue pour la fin 2012 – *House of Cards*, du réalisateur David Fincher – en faisant une meilleure offre que les réseaux HBO et Showtime.
50. Netflix a également réussi à coiffer tous les radiodiffuseurs réglementés au fil d'arrivée pour mettre la main sur l'exclusivité de *House of Cards* pour le marché canadien, et ce, sans faire aucune contribution au système canadien de radiodiffusion.
51. Cette entrée de Netflix dans le marché de la nouveauté pourrait inciter davantage de Canadiens à rejoindre les rangs de ses abonnés, notamment parce que l'entreprise envisage de conclure deux ou trois ententes similaires, mais de moindre envergure, au cours des prochains mois.
52. Par ailleurs, depuis décembre 2010, Netflix a obtenu les droits de diffusion de certaines séries canadiennes de la CBC – *The Tudors*, *Men with Brooms* et *Republic of Doyle* –, ce qui rapproche légèrement son service de celui des radiodiffuseurs autorisés, sans toutefois le mettre sur un pied d'égalité avec ces derniers pour ce qui est des obligations réglementaires.

⁹ LEE, Amy, « Netflix Subscribers Plan to Ditch Cable in Greater Numbers, Research Says », Huffington Post, 15 juin 2011, consulté sur Internet le 23 juin 2011.

¹⁰ The Diffusion Group, « Internet Video Viewing to Trump Broadcast TV by 2020 », communiqué de presse du 19 mai 2010 sur la recherche « The Economics of Over-The-Top TV Delivery : How Television Networks can Shift to Online Content Delivery », consulté le 23 juin 2011 sur <http://tdgresearch.com/blogs/press-releases/archive/2010/05/19/internet-video-viewing-to-trump-broadcast-tv-by-2020.aspx>.

53. Ses efforts pour améliorer son offre de produits de radiodiffusion canadiens pourraient cependant convaincre un certain nombre de Québécois et de Canadiens de couper le cordon avec leur EDR.

Perspectives

54. Évidemment, le marché canadien-anglais sera davantage touché – et plus rapidement – par ce type de service alternatif que le marché francophone. Le contenu en français étant plus rare sur Internet, on assiste toujours à une croissance des abonnements aux EDR au Québec.

55. Toutefois, les jeunes (qui forment la cohorte la plus intéressée par le visionnement en ligne) sont de plus en plus bilingues. Nous croyons donc qu'avec le temps, la langue n'offrira plus la même protection qu'auparavant, même si elle conserve un attrait indéniable.

56. Nos membres qui œuvrent pour les entreprises de distribution de radiodiffusion notent par ailleurs qu'un faible pourcentage de la population dit maintenant ne pas avoir besoin des services d'un EDR traditionnel, puisque les services offerts sur Internet font très bien l'affaire.

57. On ne parle donc pas de risques imminents lorsqu'on évoque un transfert possible de la clientèle des EDR vers les FSI, mais les choses bougent très vite.

58. Ainsi, la décision attendue du Conseil – après les audiences prévues en juillet – sur la limitation de la bande passante consentie aux petits fournisseurs Internet et à leur clientèle aura fort probablement un impact sur l'évolution de la consommation des produits offerts par les services de programmation alternatifs, puisque de grandes quantités de bandes passantes sont nécessaires pour visionner les produits de radiodiffusion de qualité disponibles sur Internet et que la question des coûts est au centre des préoccupations des Canadiens.

Favoriser la création de contenus canadiens

59. Quoi qu'il en soit, devant le risque de plus en plus clair d'un transfert éventuel de la clientèle des EDR vers les FSI, le CPSC soutient qu'il est plus que jamais essentiel que le CRTC mette tout en œuvre pour favoriser la création de contenus canadiens professionnels de qualité destinés autant à la télévision qu'aux plates-formes des nouveaux médias.
60. Pour y parvenir, il faut assurer le financement des mesures incitatives du Fonds des médias du Canada et du Fonds pour l'amélioration de la production locale. Les FSI doivent donc contribuer financièrement aux deux fonds, tout comme les EDR.
61. Il est grand temps que les FSI participent au financement de la production canadienne, puisqu'une partie grandissante de leurs profits provient de la programmation de radiodiffusion offerte sur Internet (que ce soit par un radiodiffuseur réglementé ou un service de programmation alternatif, indépendant ou étranger).
62. Il reviendra au Conseil de déterminer le montant de cette contribution et la façon de le répartir sur l'ensemble des activités de diffusion, que ce soit par câble, satellite, Internet ou téléphonie cellulaire.
63. Cet exercice devra être fait sans imposer un fardeau supplémentaire aux consommateurs canadiens. Ainsi, nous suggérons qu'une modulation de la contribution des FSI soit faite en fonction de la limite de téléchargement de chaque forfait offert, afin que les petits utilisateurs d'Internet ne paient pas pour les plus grands consommateurs.
64. Il faudra aussi garder en tête que les services de programmation alternatifs exploités par des radiodiffuseurs réglementés n'ont pas à subir de charges supplémentaires, puisqu'ils contribuent déjà à la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion.

65. En terminant, nous rappelons au Conseil que malgré les préoccupations exprimées dans ce mémoire, il est dans l'intérêt public que le système de radiodiffusion canadien continue d'offrir un service télévisuel de base de qualité et peu coûteux, car pour l'instant, la télévision généraliste locale reste encore le service de divertissement et d'information de qualité le plus accessible au pays.

FIN DU DOCUMENT