

Observations

du



du



dans le cadre de  
*l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359  
portant sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les  
modèles de distribution de programmation de l'avenir*

1<sup>er</sup> décembre 2017

## PRÉAMBULE

1. Le Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) regroupe environ 7500 travailleuses et travailleurs du domaine des communications au Québec. Ses membres œuvrent en télévision, en câblodistribution et en distribution IP, en télécommunications (téléphonie et Internet), en cinéma et en postproduction, ainsi que dans la presse écrite. La majeure partie d'entre eux sont à l'emploi de télédiffuseurs – Global, Groupe TVA et RNC Media –, de même que d'entreprises intégrées de distribution de radiodiffusion et de télécommunications – Cogeco, Telus et Vidéotron.
2. Le CPSC intervient au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou Conseil) depuis plus de 25 ans et il accorde toujours une grande importance à l'intérêt des citoyennes et citoyens canadiens, ce qui n'a rien d'incompatible avec les intérêts de ses membres.
3. C'est particulièrement vrai dans le cadre de cette consultation sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir (CRTC 2017-359<sup>1</sup>). Les enjeux qui y sont abordés touchent en effet autant les besoins des consommateurs que les objectifs culturels, sociaux, économiques et politiques de la *Loi sur la radiodiffusion*, et les moyens à mettre en œuvre pour soutenir un marché intérieur dynamique de la création, de la production et de la distribution de contenus audiovisuels canadiens.
4. Si le CRTC choisit de tenir des audiences publiques dans le cadre de ce processus, le CPSC souhaite y participer.

---

<sup>1</sup> CRTC, *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359, Ottawa, 12 octobre 2017.

## INTRODUCTION

5. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou Conseil) a lancé l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359 à la suite d'une demande du gouverneur en conseil de lui faire rapport sur les questions suivantes :
  - « d) le ou les modèles de distribution de programmation susceptibles d'exister à l'avenir;
  - e) la façon dont les Canadiens accèderont à cette programmation et l'intermédiaire par lequel ils pourront y accéder;
  - f) la mesure dans laquelle ces modèles pourront garantir un marché intérieur dynamique capable de soutenir en continu la création, la production et la distribution d'une programmation canadienne, dans les deux langues officielles, y compris une programmation originale dans les domaines du divertissement et de l'information<sup>2</sup>. »
6. Le CPSC répondra à ces questions, ainsi qu'à certaines des interrogations que le Conseil a jugé bon d'ajouter à l'intention des intervenants. Comme il s'agit d'un processus en deux phases<sup>3</sup>, le CPSC se réserve le droit d'ajouter des éléments aux observations préliminaires contenues dans ce mémoire, ainsi que de nouvelles preuves, lors de la deuxième phase.
7. Les membres que nous représentons – chez les radiodiffuseurs, les câblodistributeurs et les fournisseurs de services de télécommunications – sont au cœur des activités de production, de programmation, de diffusion et de distribution d'émissions de télévision dont il est question dans l'Avis de consultation CRTC 2017-359. Le CPSC est donc en mesure d'apporter au Conseil un éclairage pertinent dans le cadre du rapport fondamental qu'il doit produire pour le gouvernement au plus tard le 1<sup>er</sup> juin 2018.
8. Le Conseil a indiqué qu'il « ... anticipe que ce rapport jouera un rôle important dans le développement futur de politiques et approches réglementaires à l'égard de la distribution de programmation<sup>4</sup>. » De plus, la ministre du Patrimoine canadien a affirmé, en septembre, que les conclusions de ce rapport alimenteront la révision de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Décret du gouverneur en conseil, C.P. 2017-1195, Ottawa, 22 septembre 2017, p. 2.

<sup>3</sup> CRTC, *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359, Ottawa, Ottawa, 12 octobre 2017, et CRTC, *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir – Nouvelle date limite pour le dépôt des observations*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359-1, Ottawa, 26 octobre 2017.

<sup>4</sup> CRTC, *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir – Nouvelle date limite pour le dépôt des observations*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359-1, Ottawa, par. 2.

<sup>5</sup> « C'est pourquoi, après presque 30 ans, il est temps de passer en revue la *Loi sur la radiodiffusion*. Au cours de l'automne, nous communiquerons des précisions sur l'examen de cette loi et de la *Loi sur les télécommunications*. [...] Nous attendons impatiemment le rapport du CRTC au cours des prochains mois, car il éclairera notre travail législatif qui est si important. », in *Lancement de Canada créatif – l'honorable Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien*, discours, Ottawa, 28 septembre 2017.

9. Malgré l'importance du travail à accomplir, le CRTC a jugé « ... essentiel d'établir un dossier public de façon expéditive dans le cadre de la première phase d'observations<sup>6</sup>... », ce qui n'a laissé que sept semaines aux intervenants pour amasser les données empiriques demandées par le Conseil lors de la première phase du processus<sup>7</sup>.
10. Par comparaison, pour préparer la dernière révision de la *Loi sur la radiodiffusion* – il y a plus de 30 ans –, le ministre des Communications de l'époque, Marcel Masse, avait commandé un rapport exhaustif à un groupe de travail coprésidé par messieurs Gerald L. Caplan et Florian Sauvageau. Pendant un an et demi, les sept membres du groupe ont étudié les changements affectant le système de radiodiffusion canadien et l'efficacité de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968<sup>8</sup>.
11. Tout y a été analysé : le contenu canadien et son financement, les marchés de langue française et anglaise, les revenus des radiodiffuseurs, les secteurs privé, public et communautaire, l'influence de la *Loi sur le droit d'auteur* sur le développement de la câblodistribution, la capacité technique des réseaux des câblodistributeurs, l'émergence de la télédistribution par satellite, etc<sup>9</sup>. C'est entre autres sur les 789 pages du *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion* que le gouvernement s'est appuyé pour revoir la *Loi sur la radiodiffusion* en 1991. Ce rapport a également servi de base documentaire à de nombreux intervenants au CRTC.
12. Par ailleurs, lors de l'étude d'un autre décret du gouverneur en conseil portant sur un sujet similaire en 2006 – *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion* –, le CRTC avait octroyé plus de onze semaines aux parties pour le dépôt de leurs premières interventions<sup>10</sup>.
13. À la lumière de ces informations, le CPSC s'inquiète que le processus actuel manque de profondeur relativement aux objectifs poursuivis par le gouvernement, d'autant plus que le Conseil a négligé de répondre à nos questions sur les données dont il dispose sur les entreprises de radiodiffusion de médias numériques et les recherches ou sondages qu'il a commandés. Ces informations sont pourtant extrêmement pertinentes et seraient encore utiles à l'établissement d'un dossier public riche, maximisant le temps et les ressources de toutes les parties impliquées.
14. Enfin, le CPSC estime qu'il serait opportun que le CRTC étende le processus en cours au secteur des télécommunications puisque l'intention de la ministre et du gouvernement est vraisemblablement

---

<sup>6</sup> CRTC, *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir – Nouvelle date limite pour le dépôt des observations*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359-1, Ottawa, 26 octobre 2017, par. 3.

<sup>7</sup> CRTC, *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359, Ottawa, Ottawa, 12 octobre 2017, par. 6.

<sup>8</sup> Canada, *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, septembre 1986.

<sup>9</sup> Canada, *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, septembre 1986.

<sup>10</sup> FRPC, *Procedural Request in Call for comments on the Governor in Council's request for a report on future programming distribution models*, Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2017-359, Ottawa, October 13, 2017, p. 3.

d'utiliser le rapport qui en découlera afin de réviser non seulement la *Loi sur la radiodiffusion*, mais la *Loi sur les télécommunications* également<sup>11</sup>.

15. Ces révisions législatives revêtent une grande importance pour l'avenir du secteur des communications et doivent tenir compte de la nouvelle dynamique de distribution du contenu qui passe désormais par Internet et la téléphonie mobile. Il est donc souhaitable que le rapport produit par le Conseil offre une vue d'ensemble et se penche non seulement sur la radiodiffusion, mais aussi sur le rôle important que doivent jouer les entreprises du secteur des télécommunications dans le soutien continu de la création, de la production et de la distribution des émissions canadiennes de divertissement et d'information.
16. Une réglementation à deux vitesses qui traite différemment des entreprises qui offrent aux Canadiennes et Canadiens les mêmes services de diffusion (télédiffuseurs et entreprises de diffusion sur Internet) ou de distribution (câblodistributeurs, fournisseurs de services Internet ou de téléphonie mobile) de produits audiovisuels n'est plus possible. Il faut harmoniser la législation et la réglementation pour que tous les acteurs du système contribuent à une production canadienne diversifiée et de qualité, à l'intention des citoyennes et citoyens. Il en va de notre démocratie, de la souveraineté culturelle du Canada et de sa participation à la diversité culturelle mondiale.
17. L'adaptation de nos outils financiers, législatifs et réglementaires est aussi cruciale pour la pérennité de l'industrie de la culture et des communications dans l'environnement numérique, une industrie qui représente 3,3 % du PIB du pays et fait vivre plus de 700 000 personnes. C'est dans cet esprit que nous faisons les observations qui suivent.

---

<sup>11</sup> *Décret du gouverneur en conseil*, C.P. 2017-1195, 22 septembre 2017, p. 1 et *Op. cit.*, note 5.

## QUESTIONS DU GOUVERNEUR EN CONSEIL

### a) le ou les modèles de distribution de programmation susceptibles d'exister à l'avenir?

18. Le système canadien de radiodiffusion compte présentement sur des antennes numériques et des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) pour distribuer la programmation principalement canadienne<sup>12</sup> des diffuseurs publics, privés et communautaires réglementés. Depuis une vingtaine d'années, les fournisseurs de services Internet (FSI) se sont ajoutés à ces moyens de distribution du contenu audiovisuel puisqu'ils offrent à leurs abonnés des plateformes numériques (payantes ou gratuites) permettant de consommer de la programmation en direct ou à la demande.
19. C'est l'augmentation de la largeur de bande qui a permis aux FSI de concurrencer les EDR dans la distribution du contenu audiovisuel. Le CPSC estime qu'avec le passage prévu de la capacité des réseaux IP des FSI à des vitesses supérieures – téléchargement d'au moins 50 Mbps et téléversement d'au moins 10 Mbps<sup>13</sup> –, la programmation audiovisuelle sera davantage distribuée par Internet à l'avenir. La transition entre les EDR et Internet pour accéder à du contenu audiovisuel se fera cependant graduellement, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens dans chacune des régions du pays.
20. Il faut dire que certaines régions sont encore très mal desservies par les FSI, comme le CRTC l'a lui-même constaté lors de son instance sur les services de télécommunication de base qui a pris fin en 2016<sup>14</sup>. Dans un rapport remis à Innovation, Sciences et Développement économique Canada, le Conseil mentionne que :

« ... les services à large bande sont vitaux, mais d'importantes lacunes subsistent dans la disponibilité et l'adoption de ces services. Le témoignage des communautés des Premières Nations a dévoilé que celles-ci sont les communautés les plus défavorisées à presque tous les égards, mais que d'autres Canadiens font également face à des obstacles importants en ce qui a trait à l'accès à l'Internet à large bande.

De nombreuses régions rurales et éloignées du Canada ne possèdent pas l'infrastructure nécessaire pour que leurs ménages et entreprises puissent avoir accès à des services à large bande fixes de grande qualité semblables à ceux offerts dans les régions urbaines. Pour ce qui est des services Internet sans fil mobiles à large bande, il

<sup>12</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)e).

<sup>13</sup> CRTC, *Les services de télécommunication modernes : La voie d'avenir pour l'économie numérique canadienne*, Politique réglementaire de télécom CRTC 2016-496, Ottawa, 21 décembre 2016.

<sup>14</sup> CRTC, *Examen des services de télécommunication de base*, Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134, Ottawa, 9 avril 2015.

y a encore, au pays, d'importantes routes qui ne disposent pas d'une couverture fiable à cet égard<sup>15</sup>. »

21. De 2012 à 2016, le nombre d'abonnés à un service Internet de résidence a malgré tout augmenté à un rythme soutenu de 2,9 % en moyenne par année, soit « ... environ trois fois le taux de croissance annuel de la population canadienne indiqué par les données de Statistique Canada<sup>16</sup>. » Il y a donc maintenant plus de 12,3 millions d'abonnés à un service Internet de résidence au pays.
22. C'est la troisième année consécutive que l'on recense davantage d'abonnés à Internet que d'abonnés au câble au Canada<sup>17</sup>. Le point de bascule à ce chapitre s'est produit en 2014 alors que le taux d'abonnement aux EDR avait déjà amorcé une pente descendante depuis 2012, passant de près de 83 % des ménages à 76 % des familles (ou 11,1 millions de foyers) en 2016<sup>18</sup>. Il s'agit d'une baisse significative d'environ un pour cent par année en moyenne<sup>19</sup> qui contraste fortement avec la croissance annuelle moyenne de 1,3 % recensée de 2008 à 2012<sup>20</sup>.
23. Au cours des prochaines années, les centaines de millions de dollars de subventions gouvernementales<sup>21</sup> et le fonds de 750 millions de dollars annoncé par le CRTC pour le développement d'Internet à large bande<sup>22</sup> pourraient donner un coup d'accélérateur à la transformation du marché de la distribution de contenu audiovisuel en faveur d'Internet; l'arrivée de nouvelles générations à l'âge adulte aussi. On observe en effet que les jeunes de 12 à 17 ans écoutent de moins en moins la télévision traditionnelle. C'est le groupe d'âge où la baisse est la plus draconienne depuis 2012<sup>23</sup>.
24. En résumé, même si différents paramètres laissent entrevoir qu'Internet deviendra LE moyen de distribution du contenu de l'avenir, rien ne nous permet de déterminer à quelle vitesse se fera le changement ni à quel moment se produira un éventuel point de rupture avec les EDR.

---

<sup>15</sup> CRTC, *Observations du CRTC sur le Programme d'innovation du gouvernement du Canada*, Ottawa, 21 décembre 2016, sommaire.

<sup>16</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 266.

<sup>17</sup> En 2014, le nombre d'abonnés à un service Internet de résidence est passé à 11 630 000, tandis que le nombre d'abonnés à une EDR atteignait 11 405 000, in CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 201 et 266.

<sup>18</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 201 et 202.

<sup>19</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 202.

<sup>20</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2012*, Ottawa, septembre 2012, p. 98.

<sup>21</sup> Canada, Canada numérique 150 : [http://www.digitaleconomy.gc.ca/eic/site/028.nsf/fra/50009.html#propos\\_du\\_programme](http://www.digitaleconomy.gc.ca/eic/site/028.nsf/fra/50009.html#propos_du_programme) et Programme Québec branché : <https://www.economie.gouv.qc.ca/bibliotheques/programmes/aide-financiere/quebec-branche/>.

<sup>22</sup> CRTC, *Le CRTC établit un fonds pour atteindre de nouvelles cibles en matière de service Internet haute vitesse*, Communiqué de presse, Ottawa, 21 décembre 2016.

<sup>23</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 162.

**b) la façon dont les Canadiens accéderont à cette programmation et l'intermédiaire par lequel ils pourront y accéder?**

25. Si la tendance actuelle se poursuit, les Canadiennes et Canadiens accéderont à la programmation disponible grâce à une variété d'appareils mobiles et branchés. L'accès à la programmation se fera pratiquement sans contraintes géographiques, technologiques ou de temps. Il sera possible d'accéder à du contenu audiovisuel de partout, au moment qui convient, sur différents types d'appareils et par différents intermédiaires (antenne numérique, câblodistribution, distribution par SRD, TVIP ou Internet).
26. Les plus récentes données montrent que les consommateurs utilisent principalement les EDR et les FSI pour accéder à une programmation audiovisuelle variée<sup>24</sup>.
27. Très peu de consommateurs envisagent en effet d'annuler leur abonnement à une EDR à court terme. Selon deux sondages menés auprès des Canadiens (2016) et des Québécois (2017), seulement sept pour cent des répondants affirment que cette éventualité est « très probable<sup>25</sup> ». Ce résultat est identique depuis 2014 dans le sondage effectué auprès des Canadiens, mais la proportion de ceux qui ont vraiment coupé le cordon est loin d'atteindre sept pour cent pour ces mêmes années (entre 0,22 % et 1,39 %<sup>26</sup>). D'ailleurs, le CÉFRIO constate que la tendance semble davantage être à l'utilisation en parallèle des services télévisuels des EDR et des plateformes de vidéo en ligne pour accéder au contenu<sup>27</sup>.
28. Alors que plus de 76 % des Canadiennes et Canadiens sont toujours abonnés à une EDR<sup>28</sup>, 53 % des foyers branchés à Internet au Québec seraient abonnés à un service de diffusion sur Internet<sup>29</sup>, un type de service qui a connu :
- « ... une croissance de 13 points de pourcentage par rapport à 2016. Cette croissance est attribuable essentiellement à Netflix, mais également à Club illico qui comptent tous deux plus d'abonnés qu'en 2016. Les ménages comptant des enfants, mais également ceux ayant un revenu supérieur sont plus nombreux à détenir un tel abonnement<sup>30</sup>. »
29. Si cet engouement pour la vidéo à la demande en ligne continue à croître, le coût des abonnements à de multiples diffuseurs sur Internet deviendra prohibitif et les FSI en viendront probablement à offrir des bouquets d'applications ou de chaînes, canadiennes et étrangères, disponibles sur le Web.

<sup>24</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017 et CÉFRIO, *Portrait numérique des foyers québécois*, NETendances, Édition 2017, Volume 8 – Numéro 1.

<sup>25</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 211 et CÉFRIO, *Portrait numérique des foyers québécois*, NETendances, Édition 2017, Volume 8 – Numéro 1, p. 14.

<sup>26</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 201.

<sup>27</sup> CÉFRIO, *Portrait numérique des foyers québécois*, NETendances, Édition 2017, Volume 8 – Numéro 1, p. 14.

<sup>28</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 202.

<sup>29</sup> CÉFRIO, *Portrait numérique des foyers québécois*, NETendances, Édition 2017, Volume 8 – Numéro 1, p. 16 et 17.

<sup>30</sup> CÉFRIO, *Portrait numérique des foyers québécois*, NETendances, Édition 2017, Volume 8 – Numéro 1, p. 16.



30. Par ailleurs, même si le côté pratique de la mobilité a séduit un nombre important de Canadiennes et Canadiens au cours des dernières années – le pourcentage d’abonnés aux services sans fil mobiles avec un forfait de données a augmenté de 30 % en cinq ans pour atteindre 81 % en 2016<sup>31</sup> –, il y a fort à parier que les consommateurs seront nombreux à continuer à privilégier la qualité et la stabilité de l’image offerte par les appareils reliés aux réseaux filaires des EDR ou des FSI à l’avenir.
31. Enfin, nos membres constatent que ceux qui ont choisi de laisser tomber leur abonnement à une EDR semblent également apprécier l’utilisation des antennes pour accéder à la programmation télévisuelle traditionnelle en complémentarité avec les services de diffusion par Internet. Malheureusement, nous ne disposons pas de données sur ce phénomène. Le CRTC ou ISDE pourraient étudier la question afin d’éclairer correctement le gouverneur en conseil sur l’ampleur du recours aux antennes et la satisfaction des utilisateurs, notamment.

**c) la mesure dans laquelle ces modèles pourront garantir un marché intérieur dynamique capable de soutenir en continu la création, la production et la distribution d’une programmation canadienne, dans les deux langues officielles, y compris une programmation originale dans les domaines du divertissement et de l’information**

32. Une réglementation équitable de l’ensemble des acteurs du système de radiodiffusion – y compris les entreprises de radiodiffusion de médias numériques – est essentielle pour garantir un marché intérieur dynamique, capable de soutenir la création d’émissions canadiennes en continu.
33. Cette réglementation doit être en continuité avec la réglementation actuelle. Il faut éviter de céder à la tentation de tout déréglementer et plutôt adapter notre réglementation au virage numérique et à la présence de diffuseurs en ligne provenant de partout sur la planète.
34. Bien que ces services de diffusion non réglementés contribuent de façon indéniable à la diversité des contenus offerts aux Canadiennes et aux Canadiens, le Conseil doit s’assurer qu’ils n’entravent pas l’atteinte des objectifs toujours pertinents de la *Politique canadienne de radiodiffusion*, notamment ceux qui stipulent que :
- « ... tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d’une programmation canadienne<sup>32</sup>; »
  - « ... toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices

<sup>31</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 319.

<sup>32</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)e.

et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation<sup>33</sup>...; »

- le système de radiodiffusion devrait « ... servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada<sup>34</sup>; »
- le système de radiodiffusion devrait « ... favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien<sup>35</sup>; »
- le système de radiodiffusion devrait « ... par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones<sup>36</sup>, »
- la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois : « ... être variée et aussi large que possible..., ... puiser aux sources locales, régionales, nationales et internationales... [et] ... offrir au public l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent<sup>37</sup>... »

35. Le CPSC est donc d'avis que le législateur devra maintenir ces objectifs fondamentaux en place dans sa refonte de la *Loi sur la radiodiffusion* et étudier sérieusement la possibilité de les étendre à la *Loi sur les télécommunications*.

36. De plus, ces lois et les règlements qui en découlent devront faire en sorte qu'un financement suffisant soit accordé à la programmation canadienne. Actuellement, seuls les câblodistributeurs et les distributeurs par SRD participent à la création du contenu canadien par une *Contribution à l'expression locale, à la programmation canadienne et à la télévision communautaire*<sup>38</sup>. Compte tenu de la baisse marquée des abonnements aux câblodistributeurs et aux distributeurs par SRD (de 4,3 % à 6 % par année de 2012 à 2016)<sup>39</sup>, le niveau de ce financement a toutefois commencé à baisser.

---

<sup>33</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)f.

<sup>34</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)d(i).

<sup>35</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)d(ii).

<sup>36</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)d(iii).

<sup>37</sup> *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)(i).

<sup>38</sup> Règlement sur la distribution de radiodiffusion, art. 34 et 52.

<sup>39</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 201.

37. Les contributions à la programmation canadienne des EDR sont en effet passées de 495 millions de dollars en 2012 à 428 millions en 2016<sup>40</sup>. Une chute de près de 14 % alors que les entreprises canadiennes de programmation doivent faire face à une baisse de leurs revenus publicitaires, à l'augmentation du coût des droits de diffusion (voir réponse à la question 3 du Conseil) et à la mondialisation de la concurrence avec la distribution du contenu sur Internet.
38. Pendant ce temps, les FSI, les fournisseurs de TVIP (qui sont également des EDR) et les fournisseurs de téléphonie mobile ne font aucune contribution au contenu. Ils tirent pourtant des bénéfices importants du visionnement de la programmation qu'ils distribuent et ils sont rentables<sup>41</sup>. Le CPSC est donc d'avis que l'on devrait profiter de la refonte des lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications pour lever les obstacles à leur participation au financement des émissions canadiennes et leur imposer une telle obligation.
39. Il en va de la protection de notre culture, de nos valeurs et de notre souveraineté culturelle, alors que la majorité des plateformes de diffusion offertes en ligne sont étrangères (Netflix, YouTube, Hulu, Spotify, Amazon Prime, ShowMax, Orange, Molotov, mlssoccer, nhl, Facebook, etc.) et présentent du contenu produit ailleurs.

---

<sup>40</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 213.

<sup>41</sup> Les fournisseurs de téléphonie ont collectivement rapporté un bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement supérieur à 45 % de 2014 à 2016, dont plus de 22 % sont attribuables aux services sans fil, in : CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 225.

## RÉPONSES AUX QUESTIONS DU CONSEIL

### **Q1. De quelle façon l'augmentation de la consommation d'audio et de vidéo en ligne change-t-elle les modèles d'affaires des distributeurs et des créateurs d'émissions? Quels sont les nouveaux modèles?**

40. Face à l'augmentation de la consommation d'audio et de vidéo en ligne, les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) canadiennes étendent leur offre de programmation sur Internet. Certaines, comme Vidéotron et Bell Media, ont lancé leur propre plateforme Web à faible coût (Club illico, CraveTV) pour concurrencer des services étrangers populaires en ligne, comme Netflix, alors que d'autres, Cogeco notamment, ont préféré faciliter l'accès de leurs clients à ces plateformes<sup>42</sup>.
41. Quant aux télédiffuseurs, ils créent pour la plupart des versions Web de leur offre traditionnelle (À voir et à revoir! pour TVA, Noovo pour V et tou.TV pour Radio-Canada, par exemple) ou des applications pour des services particuliers comme les nouvelles (TVAnouvelles.ca).
42. Les créateurs, de leur côté, tentent de profiter des nouvelles opportunités d'affaires que constituent les diffuseurs étrangers en ligne tout en continuant d'alimenter les réseaux télévisés conventionnels. Certains essaient de créer leur propre plateforme de diffusion pour commercialiser leur production (têtesaclaques.tv, beauce.tv, etc.) sans intermédiaires.
43. Par ailleurs, depuis le dernier examen de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*<sup>43</sup>, en 2011-2012, de nouveaux modèles de diffusion sur Internet ont fait leur apparition et sont venus bousculer l'industrie de la télévision. Parmi ceux-ci, soulignons particulièrement que :
  - Netflix a commencé à produire ses propres émissions, modestement d'abord, avec quatre émissions originales en 2012, mais le nombre de ses productions originales a augmenté de façon exponentielle pour atteindre 126 l'an dernier<sup>44</sup>. À cela il faut ajouter que l'entreprise a lancé son premier *talk show*<sup>45</sup> et ouvrira une entreprise de production au Canada qui a promis d'injecter 100 millions de dollars par année pendant cinq ans

---

<sup>42</sup> Cogeco : <https://www.cogeco.ca/fr/television/enregistreur-tivo>.

<sup>43</sup> CRTC, *Modification à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques)*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, Ottawa, 26 juillet 2017.

<sup>44</sup> Netflix, *Financial Statements*, 2014 et 2016.

<sup>45</sup> Numerama, Chelsea : après deux saisons, le seul talk show de Netflix est annulé, 23 octobre 2017 :

<http://www.numerama.com/pop-culture/300011-chelsea-apres-deux-saisons-le-seul-talk-show-de-netflix-est-annule.html>.

dans des émissions faites ici, mais qui ne seront pas considérées comme du contenu canadien<sup>46</sup>;

- Facebook s'est lancé dans la diffusion audiovisuelle et d'événements en direct grâce à Facebook Live, une application qui a vite été utilisée par les télédiffuseurs pour compléter leur diffusion en direct<sup>47</sup>, mais qui a aussi mené à des expériences malheureuses<sup>48</sup>;
- Twitter a aussi commencé à diffuser de la vidéo et a même décroché un contrat de diffusion exclusive en continu sur le Web avec la Ligue nationale de football (NFL), puis avec la Major League Baseball (MLB)<sup>49</sup>;
- Vice, une chaîne d'information en ligne, a lancé des chaînes de télévision traditionnelle avec des partenaires aux États-Unis et au Canada<sup>50</sup>.

## **Q2. Le contenu se finance généralement par la publicité, les revenus d'abonnement ou encore ceux de transaction. Comment les nouveaux modèles d'affaires influenceront-ils l'évolution de ces sources de revenus?**

44. Certains des nouveaux modèles présents sur Internet sont financés par des abonnements et sont visiblement très populaires. Les services vidéo sur demande par abonnement (VSDA) ont ainsi vu leurs revenus bondir en moyenne de 47 % par année de 2012 à 2016<sup>51</sup> :

« Netflix est le plus grand VSDA au Canada avec des revenus estimés de 766 millions \$ en 2016 ou 70 % des revenus de VSDA, une hausse comparativement à des revenus estimés de 156 millions \$ en 2012<sup>52</sup>. »

<sup>46</sup> «...d'investir un minimum de 500 millions de dollars canadiens dans des productions originales au Canada au cours des cinq prochaines années. » in, Patrimoine Canadien, *Lancement de Netflix Canada : une reconnaissance du talent créatif du Canada et de son solide bilan dans la création d'œuvres pour le cinéma et la télévision*, Ottawa, 28 septembre 2017.

<sup>47</sup> Wall Street Journal, Facebook Signs Deals With Media Companies, Celebrities for Facebook Live, June 22, 2016 : <https://www.wsj.com/articles/facebook-signs-deals-with-media-companies-celebrities-for-facebook-live-1466533472>.

<sup>48</sup> Agence QMI, Un Turc se suicide en direct sur Facebook Live, 24 octobre 2017 : <http://www.journaldemontreal.com/2017/10/24/un-turc-se-suicide-en-direct-sur-facebook-live>.

<sup>49</sup> Le Figaro, Twitter va diffuser du sport et des émissions de télé en direct, 15 septembre 2016 : <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2016/09/15/32001-20160915ARTFIG00003-twitter-va-diffuser-du-sport-et-des-emissions-de-tele-en-direct.php>.

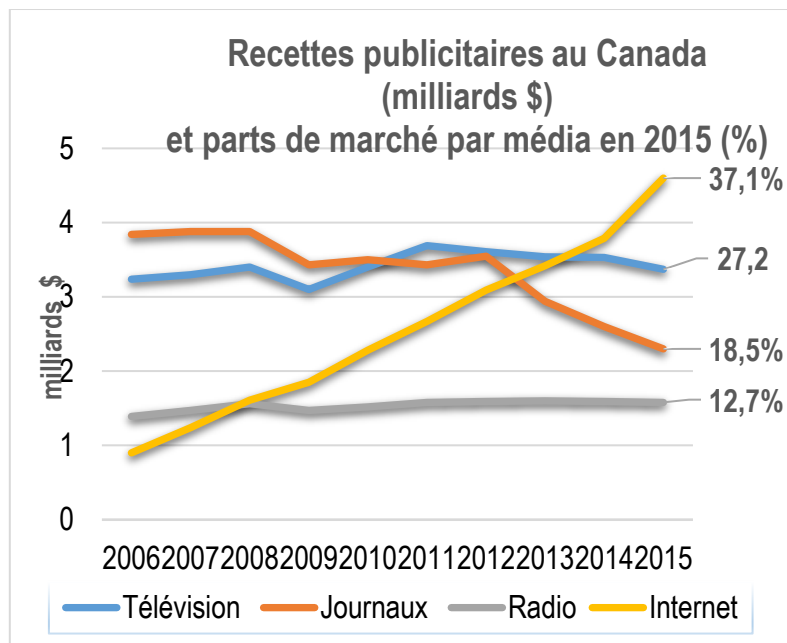
<sup>50</sup> CRTC, *Vice Network Canada Inc.*, Décision de radiodiffusion CRTC 2016-238, Ottawa, 22 juin 2016, VICE Media Inc., *VICE and Groupe V Média Partner to Launch VICELAND in French Canada*, Montreal, June 22, 2016 : <http://www.newswire.ca/news-releases/vice-and-groupe-v-media-partner-to-launch-viceland-in-french-canada-584021141.html>, and Montreal Gazette, *How a Little magazine called VICE conquered the media world : Welcome to Viceland*, February 27, 2016 :

<http://montrealgazette.com/news/how-a-little-magazine-called-vice-conquered-the-media-world-welcome-to-viceland>.

<sup>51</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 151.

<sup>52</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 151.

45. Les services de vidéo sur demande financés par la publicité (VSDFP) ont aussi connu une croissance importante de plus de 33 % par année en moyenne pendant la même période.
46. D'autres services offrant du contenu sur Internet tirent également des revenus de la publicité, notamment les réseaux sociaux et les moteurs de recherche. Ces derniers, contrairement aux VSDA par exemple, ne font généralement pas l'acquisition du contenu, mais se contentent de partager sur la Toile des nouvelles et des émissions produites par d'autres médias (notamment les journaux et les diffuseurs réglementés).
47. On peut voir sur ce graphique que la publicité sur les plateformes numériques est en progression constante depuis 2006 au Canada et a même dépassé la valeur de la publicité télévisée en 2013.



Source : ThinkTV, 2016.

Note : Les pourcentages pour 2015 ne totalisent pas 100 %, car certaines catégories mineures ne figurent pas au tableau.

48. Or, on estime qu'à elles seules, Facebook et Google empochent 2 dollars sur 3 dépensés en publicité numérique au Canada<sup>53</sup>. En comparaison, les sites Web des chaînes de télévision n'avaient pour leur part tiré que 150 millions de dollars de revenus publicitaires en 2015. Une somme qui n'est visiblement pas en mesure de soutenir autant de producteurs de contenu que les médias réglementés lorsque l'on

<sup>53</sup> Forum des politiques publiques, *Le Miroir éclaté – Nouvelles, démocratie et confiance dans l'ère numérique*, Ottawa, janvier 2017, p. 30.

considère que le budget de programmation canadienne des stations de télévision traditionnelles privées – uniquement – dépasse les 630 millions de dollars par année au Canada<sup>54</sup>.

49. Bref, les revenus d'abonnement ou de publicité récoltés par les nouveaux modèles décrits ci-dessus viennent diviser encore davantage les revenus publicitaires disponibles pour les entreprises du système de radiodiffusion canadien.
50. Les chaînes de télévision traditionnelle, malgré le fait que les téléspectateurs sont au rendez-vous<sup>55</sup>, ont ainsi vu leurs gains attribuables à la publicité (leur principal revenu) décliner sévèrement depuis 2012 dans le marché francophone<sup>56</sup> et depuis 2011 dans le marché anglophone<sup>57</sup>. Les revenus de ces diffuseurs étant à la baisse, leurs obligations de dépenses en émissions canadiennes (DÉC) ont aussi diminué. Cela a un impact direct sur la quantité et la qualité des émissions produites et diffusées puisque les investissements des télédiffuseurs constituent la plus importante part du financement de la programmation canadienne<sup>58</sup>.
51. L'abondance de l'offre gratuite ou payante sur Internet fait également en sorte que les consommateurs ne sont plus captifs des câblodistributeurs et des diffuseurs par SRD. Certains d'entre eux choisissent donc de se désabonner des EDR. Depuis 2012, plus de 407 000 foyers canadiens ont laissé tomber leur abonnement à un câblodistributeur ou un distributeur par SRD<sup>59</sup>. Cela affecte directement les revenus de ces entreprises, bien sûr, mais également le financement du contenu audiovisuel canadien.
52. La contribution à la programmation canadienne des EDR – tirée d'un pourcentage de leurs revenus et répartie jusqu'en 2016 entre la télévision communautaire, le Fonds des médias du Canada (FMC) et les Fonds de production indépendants certifiés (FPIC)<sup>60</sup> – est en baisse, ce qui affecte négativement les fonds disponibles pour la production d'émissions de télévision.

---

<sup>54</sup> Les stations de télévision traditionnelles privées ont dépensé 633 292 755 dollars en DÉC pour l'année 2016, in : CRTC, *Télévision traditionnelle – Relevés financiers 2012-2016*.

<sup>55</sup> Les Canadiens regardent en moyenne 26,6 heures de télévision par semaine, in : CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 162.

<sup>56</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 147.

<sup>57</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 146 et CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2012*, Ottawa, septembre 2012, p. 75.

<sup>58</sup> CRTC, Parlons télé, Aller de l'avant – Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, Ottawa, 12 mars 2015, par. 28 et 29.

<sup>59</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, Ottawa, 9 novembre 2017, p. 201.

<sup>60</sup> *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, art. 34 et 52.

**Q3. Beaucoup de nouveaux modèles d'affaires sont mondiaux. Comment la croissance d'un marché mondial des droits sur le contenu touchera-t-elle les modèles d'affaires?**

53. Le marché des droits de diffusion a beaucoup évolué au cours des dernières années. Depuis l'entrée en scène de Netflix sur le marché canadien à l'automne 2010<sup>61</sup> et le positionnement de l'entreprise américaine comme diffuseur international, on assiste à une mondialisation des droits de diffusion.

54. Lors des audiences publiques de la consultation *Parlons télé* du CRTC, en septembre 2014, le président de Québecor et de Québecor Média, Pierre Dion, avait déjà mentionné la difficulté pour Club illico de mettre la main sur des films et des séries télévisées, particulièrement en anglais, depuis l'arrivée de Netflix :

« Les droits anglophones sont très difficiles à aller chercher parce que Netflix peut faire des ententes planétaires sur ces droits-là ou certainement nord-américaines sur ces droits-là<sup>62</sup>. »

55. Cette mondialisation des droits fait en sorte qu'il est devenu plus difficile pour des diffuseurs canadiens d'acquérir des séries télévisées étrangères à un coût raisonnable compte tenu du marché desservi. Monsieur Dion avait ajouté que la signature d'ententes d'exclusivité par le diffuseur par contournement posait également problème :

« Ils signent de plus en plus d'ententes exclusives pour des droits. C'est parti aux États-Unis, des premières ententes avec des Disney, Paramount et d'autres. Et ça s'est étendu au Canada anglais et on le voit de plus en plus au Canada français.

[...]

Donc, de plus en plus, en on voit Netflix s'accaparer des droits de façon exclusive et auquel on n'a pas accès<sup>63</sup>. »

56. Malgré le fait qu'il soit techniquement possible pour les diffuseurs canadiens en ligne (Club illico, tou.TV Extra, CraveTV) de joindre un public partout sur la planète, leur popularité n'est pas assez grande – et leurs revenus non plus – pour leur permettre de rivaliser avec les géants mondiaux déjà établis pour l'acquisition de contenu attrayant. L'obtention de droits internationaux est en effet autrement plus dispendieuse que l'achat de droits restreints au territoire canadien ou au marché encore plus limité du Canada francophone. Les ententes d'exclusivité bloquent par ailleurs la présentation du même contenu par des diffuseurs desservant traditionnellement différentes régions du monde. Au final, la situation

<sup>61</sup> Radio-Canada, *Netflix arrive au Canada*, 19 juillet 2010, en ligne : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/Economie/2010/07/19/018-netflix-canada.shtml>.

<sup>62</sup> CRTC, *Transcription CRTC 2014-190*, 9 septembre 2014, par. 2756.

<sup>63</sup> CRTC, *Transcription CRTC 2014-190*, 9 septembre 2014, par. 2774 et 2777.



actuelle des droits de diffusion pourrait faire en sorte que seuls des joueurs mondiaux pourront tirer leur épingle du jeu.

57. Par ailleurs, la possibilité pour ces géants de monétiser le contenu de qualité fait en sorte qu'ils tendent à conserver leurs droits pour les exploiter eux-mêmes. C'est notamment ce que Disney<sup>64</sup> et CBS<sup>65</sup> ont annoncé vouloir faire au cours des prochaines années. Netflix, de son côté, investit des sommes colossales dans ses productions originales depuis 2012<sup>66</sup>.
58. Ce phénomène du « chacun pour soi » pourrait limiter les acquisitions d'émissions étrangères et stimuler la création de plus de contenu canadien original par les entreprises d'ici. Il faudra toutefois pour cela s'assurer que des mécanismes de financement adéquats et des fonds suffisants soient disponibles dans le système de radiodiffusion canadien (voir la réponse à la question 2).
59. À défaut de soutenir financièrement la création de productions canadiennes originales, on assistera à une internationalisation encore plus grande de la propriété intellectuelle du contenu audiovisuel et, à terme, à une perte de diversité culturelle.

**Q4. Compte tenu de la demande en constante croissance des Canadiens pour des données leur permettant d'accéder à du contenu audio et vidéo par les réseaux à large bande fixes ou mobiles, comment ces réseaux répondront-ils aux futures exigences en matière de capacité, surtout dans les régions rurales ou éloignées?**

60. Comme la consommation de vidéos en ligne nécessite toujours plus de largeur de bande, les réseaux des FSI devront constamment être renforcés, que ce soit par l'installation de fibre optique ou la segmentation des réseaux en plus petites cellules.

---

<sup>64</sup> Polygon, *Netflix will stop carrying Disney, Marvel and Star Wars movies by the end of 2019 – Disney will launch its own streaming service*, August 8, 2017 : <https://www.polygon.com/2017/8/8/16115890/netflix-disney-star-wars-marvel-lucasfilm-bob-iger>.

<sup>65</sup> CBC, *CBS to launch streaming service internationally, starting in Canada next year*, August 8, 2017 : <http://www.cbc.ca/news/business/cbs-all-access-streaming-canada-1.4238595>.

<sup>66</sup> Netflix est passé de quatre productions originales en 2012 à 126 en 2016, in : Netflix, *Financial Statements*, 2014 (T4), 2016 (T4).

61. Comme nous l'avons expliqué dans notre réponse à la première question du gouverneur en conseil (p. 6), le CRTC de même que les gouvernements du Canada<sup>67</sup> et du Québec<sup>68</sup> ont mis en place des subventions pour l'amélioration des réseaux à large bande à l'extérieur des grands centres urbains.
62. Le CPSC est d'avis que ces sommes permettront aux FSI de mieux desservir ces secteurs sans mettre en péril la possibilité de les voir contribuer à la création de la programmation canadienne.

**Q7. Quelles sont les caractéristiques d'un marché intérieur dynamique en matière de création et de distribution de contenu?**

63. Un marché intérieur dynamique en matière de création et de distribution de la programmation est en mesure de financer la production de contenus originaux, variés et de qualité, et ce, de façon continue. Il dispose d'un soutien législatif, réglementaire et fiscal approprié pour atteindre ces objectifs et permet la prise de risque et l'innovation dans certains projets.
64. La programmation réalisée dans un marché dynamique dispose généralement de bonnes cotes d'écoute localement, réussit à générer des revenus intéressants en raison de l'intérêt qu'elle suscite et voit ensuite ses droits exploités de façon optimale à l'échelle nationale et internationale.
65. Enfin, dans un pays bilingue comme le Canada, le dynamisme du marché intérieur doit pouvoir être observé autant dans sa composante francophone qu'anglophone.

---

<sup>67</sup> Canada, Canada numérique 150 : [http://www.digitaleconomy.gc.ca/eic/site/028.nsf/fra/50009.html#propos\\_du\\_programme](http://www.digitaleconomy.gc.ca/eic/site/028.nsf/fra/50009.html#propos_du_programme) et Programme Québec branché : <https://www.economie.gouv.qc.ca/bibliotheques/programmes/aide-financiere/quebec-branche/>.

<sup>68</sup> CRTC, *Le CRTC établit un fonds pour atteindre de nouvelles cibles en matière de service Internet haute vitesse*, Communiqué de presse, Ottawa, 21 décembre 2016.

**Q8. Les nouveaux modèles d'affaires pourront-ils soutenir un marché de contenu et de distribution dynamique? Dans l'affirmative, lesquels de ces nouveaux modèles le pourront et pourquoi? Dans la négative, quel contenu ou services de distribution manqueraient-ils pour y parvenir?**

66. Oui, dans la mesure où ces nouveaux modèles seront réglementés adéquatement.
67. Les modifications législatives et réglementaires à venir devraient notamment faire en sorte que les obligations de contribution au contenu canadien des entreprises de distribution par câble<sup>69</sup> et par SRD<sup>70</sup> soient mises à jour et étendues aux services de TVIP et de télécommunications<sup>71</sup> qui distribuent également de la programmation.
68. On devrait aussi obliger les diffuseurs en ligne étrangers qui font des affaires au Canada de façon appréciable à contribuer financièrement à la programmation canadienne en échange du maintien de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*<sup>72</sup>.
69. Ces mesures contribueraient au soutien d'un marché de contenu et de distribution dynamique.

**Q9. Quelles mesures législatives ou réglementaires, ou encore quelle politique publique présentement en place favoriseront un marché intérieur dynamique ou, au contraire, lui nuiront? Quelles mesures doivent demeurer? Quelles mesures doivent être modifiées?**

70. Pour le CPSC, à ce stade-ci du processus CRTC 2017-359, il est clair qu'il faut :
- abolir, ou à tout le moins modifier, l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*<sup>73</sup>. Tous les diffuseurs commerciaux d'importance en ligne – nationaux ou étrangers – doivent être réglementés, dès lors qu'ils font des affaires au Canada, pour que le Conseil et le ministère du Patrimoine

<sup>69</sup> Règlement sur la distribution de radiodiffusion, art. 34 à 36.

<sup>70</sup> Règlement sur la distribution de radiodiffusion, art. 52 à 54.

<sup>71</sup> Fournisseurs de services Internet (FSI) et fournisseurs de téléphonie mobile.

<sup>72</sup> CRTC, *Modification à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques)*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, Ottawa, 26 juillet 2017.

<sup>73</sup> *Idem*.

canadien puissent analyser la situation du système de radiodiffusion correctement et mettre en place des politiques adaptées en vue d'atteindre les objectifs de la Loi<sup>74</sup>. Subsidiairement, si cette exemption était maintenue, elle ne devrait s'appliquer qu'aux services de diffusion sur Internet qui n'ont pas d'impact sur le système réglementé ou, *a contrario*, prévoir un gain important pour la création, la production et la diffusion de programmation canadienne (voir paragraphe 68).

- maintenir des fonds de production qui permettent la création, la production et la diffusion au Canada d'émissions canadiennes originales en continu de façon à ce que l'industrie de la culture et des communications – une industrie de plus de 60 milliards de dollars<sup>75</sup> qui donne du travail à plus de 700 000 Canadiennes et Canadiens – soit active tout au long de l'année. Le gouvernement canadien pourrait s'inspirer de l'expérience française. La France prélève en effet plusieurs taxes dédiées exclusivement à la production de contenu et gérées par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)<sup>76</sup>.
- trouver le moyen de combler la baisse du financement de la programmation canadienne qui affecte les fonds de production existants. La ministre du Patrimoine a été éclairée lorsqu'elle a décidé de renflouer temporairement le Fonds des médias du Canada, mais comme le financement des fonds de production est lié exclusivement à un pourcentage des revenus de radiodiffusion déclinants des distributeurs par câble et par SRD, des solutions permanentes doivent être mises en place. Les fournisseurs de services Internet et de téléphonie mobile pourraient être mis à contribution, de même que les diffuseurs en ligne étrangers.
- maintenir les crédits d'impôt à la production d'émissions de télévision.
- renforcer le CRTC et lui donner plus de ressources pour prendre en compte les points de vue des intervenants, analyser la preuve et rendre des décisions publiques sur les questions de radiodiffusion et de télécommunications. Nous sommes convaincus, tout comme le Parlement, que : « ... la meilleure façon d'atteindre les objectifs de la *Politique canadienne de radiodiffusion* consiste à confier la réglementation et la surveillance du système canadien de radiodiffusion à un seul organisme public autonome<sup>77</sup>. » plutôt que de conclure des ententes à la pièce derrière des portes closes<sup>78</sup>.

---

<sup>74</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3.

<sup>75</sup> Citer Stat Can.

<sup>76</sup> CNC : <http://www.cnc.fr/web/fr;jsessionid=71066CCC2896A98F8D95ED4A81CD105E.liferay>.

<sup>77</sup> Loi sur la radiodiffusion, art. 3(2).

<sup>78</sup> Patrimoine Canadien, *Lancement de Netflix Canada : une reconnaissance du talent créatif du Canada et de son solide bilan dans la création d'œuvres pour le cinéma et la télévision*, Ottawa, 28 septembre 2017.

- abolir le CCNR et confier au CRTC le mandat de recevoir et traiter toutes les plaintes du public afin que ces dernières soient prises au sérieux et considérées lors du renouvellement d'une licence.
- maintenir les règlements qui interdisent la distribution ou la diffusion de contenus « ...contraire à la loi<sup>79</sup>; » ou qui contiennent une « ... nouvelle fausse ou trompeuse<sup>80</sup>. » Ces dispositions nous semblent essentielles en cette ère de désinformation sur les médias sociaux et devraient être étendues au contenu diffusé sur Internet.

71. De plus, dans un monde où Internet occuperait une place dominante dans la distribution de la programmation audiovisuelle, le CPSC croit plus que jamais que la réglementation jouera un rôle majeur. Cette dernière devra notamment prévoir des obligations de production et de diffusion de programmation originale en continu, de même que des DÉC, pour soutenir l'industrie. Afin de préserver la vie démocratique du pays, des obligations de présentation de nouvelles locales et de dépenses en nouvelles locales devront également être maintenues.

72. Au-delà de ces considérations, le CPSC estime que la *Loi sur la radiodiffusion* doit minimalement être modifiée de façon à ce que les décisions du CRTC soient rendues sur la base de preuves et dans l'intérêt premier du public. Nous poursuivons notre analyse de la Loi et des politiques en vigueur et pourrions soumettre d'autres recommandations au Conseil dans les phases ultérieures de cette instance (CRTC 2017-359).

---

<sup>79</sup> *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, art. 5(1)a) et *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, art. 8(1)a).

<sup>80</sup> *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, art. 5(1)d) et *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, art. 8(1)d).

## CONCLUSION / RÉSUMÉ

73. Le CPSC espère sincèrement que ses quelques observations permettront au Conseil de cheminer dans sa réflexion en vue de la production du rapport que lui a demandé le gouverneur en conseil pour le printemps prochain.
74. Comme ce rapport sera utilisé dans le cadre de la révision de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*, nous demandons au CRTC d'étendre le processus en cours au secteur des télécommunications afin que ses conclusions tiennent compte de la nouvelle dynamique de distribution du contenu qui passe désormais, non seulement par les EDR, mais par Internet et la téléphonie mobile. Cet élargissement de l'empan de l'instance CRTC 2017-359 est essentiel pour assurer le soutien « ...en continu [de] la création, [de] la production et [de] la distribution d'une programmation canadienne, dans les deux langues officielles, y compris une programmation originale dans les domaines du divertissement et de l'information<sup>81</sup>. »
75. Il faut mettre fin à la réglementation à deux vitesses actuelle. La législation et la réglementation doivent être étendue pour que toutes les entreprises offrant des services de diffusion et de distribution du contenu contribuent à une production canadienne diversifiée et de qualité, à l'intention des citoyennes et citoyens. Il en va de notre démocratie, de la souveraineté culturelle du Canada et de sa participation à la diversité culturelle mondiale.
76. Pour l'instant, les consommateurs utilisent à la fois les EDR et les FSI pour accéder à la programmation audiovisuelle. La câblodistribution vit cependant un déclin, alors que les abonnements aux fournisseurs Internet et de téléphonie mobile sont en augmentation. Le CPSC estime donc que la distribution du contenu se fera de plus en plus grâce à Internet, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens dans les diverses régions du pays.
77. La diffusion d'information et de programmation audiovisuelle en ligne a connu un essor phénoménal au cours des dernières années et de nouveaux modèles d'entreprises numériques ont fait leur apparition, mettant encore plus sous pression le système de radiodiffusion réglementé sur le plan des revenus. La programmation canadienne dispose donc d'un financement moindre au moment même où la concurrence se mondialise.
78. Si rien n'est fait pour mieux financer les émissions canadiennes, le risque est grand de voir l'industrie de la radiodiffusion s'écrouler et la propriété intellectuelle des œuvres de fiction se concentrer entre les mains de quelques diffuseurs et distributeurs mondiaux.
79. Pour adapter notre réglementation à l'ère numérique, le CPSC est donc d'avis qu'il faut que toutes les entreprises qui tirent des revenus notables de la diffusion ou de la distribution de contenu par Internet au Canada soient réglementées et que les FSI et les fournisseurs de téléphonie mobile contribuent au

---

<sup>81</sup> Décret du gouverneur en conseil, C.P. 2017-1195, Ottawa, 22 septembre 2017, p. 2.

financement du contenu canadien. C'est une question de continuité de la réglementation, mais également d'équité entre les entreprises.

80. Nous croyons aussi que le CRTC, les crédits d'impôts et les fonds de production doivent être maintenus et car ils contribuent au dynamisme du marché intérieur de la création, production, diffusion et distribution du contenu. La même logique s'applique aux obligations de programmation originale, de DÉC, ainsi que de présentation et de dépenses en nouvelles locales qui doivent être conservées.
81. En cette ère de désinformation, nous estimons qu'il est impératif de maintenir et étendre à Internet les règlements qui interdisent les fausses nouvelles et tout contenu contraire à la loi.
82. Le CCNR doit être aboli et le traitement des plaintes à l'endroit des diffuseurs (traditionnels et numériques) confié au CRTC. Le CPSC propose quelques modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* ainsi que le maintien des objectifs fondamentaux qu'elle contient qui pourraient également être étendus à la *Loi sur les télécommunications*.
83. Toutes ces suggestions ont pour but non seulement de préserver notre culture, tel qu'expliqué plus haut, mais également notre vie démocratique et les valeurs qui sous-tendent la *Politique canadienne de radiodiffusion*. La domination des géants d'Internet ne doit pas empêcher le Canada de mettre en place des mesures visant à garantir la pérennité et le rayonnement de son industrie culturelle et médiatique.

\*\*\* FIN DU DOCUMENT \*\*\*