

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
PHASE 2

13 février 2018

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 2017-359¹). 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.

INTRODUCTION

5. Le CPSC participe à cette deuxième phase de consultation du Conseil dans le cadre du décret du gouverneur en conseil lui demandant de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir (CRTC 2017-359) afin de compléter son intervention en Phase 1 et répondre aux observations d'autres parties.
6. Le réexamen de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques* (CRTC 2012-409) est d'abord analysé, puis la question du financement du contenu canadien, avec un accent sur le marché francophone.
7. Des précisions sur la notion de marché intérieur dynamique sont ensuite apportées, de même que des commentaires sur certaines propositions faites par d'autres intervenants.

¹ 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.

L'ORDONNANCE D'EXEMPTION DES MÉDIAS NUMÉRIQUES DOIT ÊTRE REVUE

8. Le CPSC croit qu'il est urgent de réexaminer l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*² (ordonnance d'exemption) et dépose d'ailleurs aujourd'hui une requête en ce sens au Conseil afin qu'il lance un tel processus dans les semaines à venir.
9. Cette ordonnance n'a pas été révisée depuis plus de cinq ans, alors que dans sa *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*³, le Conseil s'est donné pour objectif de réévaluer ses ordonnances d'exemption au bout de cette période.
10. La même politique mentionne que « Lorsque les circonstances le justifient, le Conseil modifie ou annule une ordonnance d'exemption⁴. » Le CPSC est d'avis que les circonstances sont réunies pour déterminer s'il faut modifier ou abolir l'ordonnance d'exemption.
11. Premièrement, les critères qui ont mené à la publication de l'ordonnance initiale (CRTC 1999-197⁵) – et à sa reconduction sur les mêmes bases –, sont complètement obsolètes. On mentionnait alors :
 - « ... le taux de pénétration d'Internet, qui se situe autour de 20 %, ne lui permet pas encore de rejoindre le grand public canadien⁶. »;
 - « ... les nouveaux médias auront une incidence limitée sur l'écoute de la télévision, au moins tant et aussi longtemps qu'une programmation vidéo de qualité ne sera pas distribuée sur Internet⁷. »;
 - « ... le Conseil ne trouve actuellement aucune preuve de l'incidence négative d'Internet sur les recettes publicitaires des radiodiffuseurs réglementés, et ce, malgré l'augmentation de la publicité en ligne⁸. »;
 - « ... rien ne permet de prédire, pour l'instant, une redistribution aussi massive et soudaine des placements publicitaires, au profit des nouveaux médias⁹. »;
 - « ... les modèles d'exploitation définitifs restent encore à établir¹⁰. »;

² 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.

³ CRTC, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, Avis public CRTC 1996-59, Ottawa, 26 avril 1996, art. 1 e).

⁴ CRTC, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, Avis public CRTC 1996-59, Ottawa, 26 avril 1996, p. 2.

⁵ Le réexamen était limité à la retransmission de signaux de radio et de télévision en direct sur Internet. Voir l'Avis public CRTC 2003-2 cité ci-dessous.

⁶ CRTC, *Nouveaux médias*, Avis public CRTC 1999-84, Ottawa, 17 mai 1999, par. 93.

⁷ *Ibidem*, p. 2.

⁸ *Ibidem*, par. 109.

⁹ *Ibidem*, par. 108.

¹⁰ *Ibidem*, par. 98.

- « La majorité du contenu canadien des nouveaux médias complète la programmation existante des entreprises de radiodiffusion actives dans les nouveaux médias¹¹; ».

12. La réalité de 2018 n'est plus la même :

- le taux de pénétration d'Internet est maintenant supérieur au taux de pénétration des EDR. Plus de la moitié des abonnés disposent d'un service à large bande offrant une vitesse de téléchargement allant de 16 Mbps à plus de 100 Mbps¹².
- à première vue, les diffuseurs en ligne ne semblent pas avoir d'incidence sur l'écoute de la télévision qui est toujours forte à 28,2 heures par semaine en moyenne¹³, mais lorsqu'on y regarde de plus près, on voit que les générations montantes (12 à 34 ans) regardent moins la télévision traditionnelle (baisse de 4 à 6 % sur cinq ans). Les 18-34 ans sont par ailleurs davantage portés à n'écouter que la programmation télévisuelle offerte sur Internet¹⁴ (notons que cette statistique n'est pas disponible pour le marché francophone).
- Internet a un impact à la baisse sur les revenus publicitaires des radiodiffuseurs réglementés.
- des entreprises de diffusion par contournement ont mis au point des modèles d'exploitation profitables qui leur permettent de concurrencer les radiodiffuseurs réglementés sur le plan de la production de contenu original et sont en voie de remplacer la télévision et ses modes de distribution (câble, SRD, TVIP).

13. Conséquemment, le CPSC est convaincu que les entreprises de radiodiffusion de médias numériques exemptées – des entreprises offrant des services de radiodiffusion « distribués et accessibles par Internet; ou distribués au moyen de la technologie point à point et captés par des appareils mobiles¹⁵. » – ont un impact sur la mise en œuvre de la *politique canadienne de radiodiffusion*¹⁶ (Politique).

14. Plus spécifiquement, le CPSC constate que les entreprises de radiodiffusion de médias numériques (entreprise ou service de diffusion en ligne, diffuseur en ligne, diffuseur ou service de diffusion par contournement, entreprise de radiodiffusion sur Internet) exploitées au Canada et exemptées de la

¹¹ CRTC, *Nouveaux médias*, Avis public CRTC 1999-84, Ottawa, 17 mai 1999, par. 23.

¹² CRTC, *Rapport de surveillance des communications*, p. 281.

¹³ *Ibidem*, p. 162.

¹⁴ *Ibidem*, p. 209.

¹⁵ CRTC, *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, Ottawa, 26 juillet 2012, par. 2.

¹⁶ *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1).

réglementation ont une incidence « ... sur la capacité des entreprises autorisées de satisfaire à leurs exigences réglementaires¹⁷. »

15. Il est en effet maintenant acquis que les revenus publicitaires des médias traditionnels se déplacent vers Internet :

« Digital revenue is flowing primarily to new digital companies rather than to the digital operations of traditional media companies, and this trend is expected to continue. Some estimates suggest that already as much as 85% of all digital revenue is captured by two companies, Facebook and Google. By 2020, as much as 50% of the Canadian advertising market will be digital (\$6.5 billion), with the vast bulk of that revenue going to the United States. HST is not captured on advertising revenues bound for the US¹⁸. »

16. Cette situation affecte négativement les sommes dont disposent les titulaires de licences de télévision pour la production d'émissions canadiennes, une analyse que partagent les télédiffuseurs autorisés : « C'est ainsi que plusieurs centaines de millions de dollars échappent désormais chaque année aux médias canadiens et ne peuvent plus servir à financer la production de contenu canadien¹⁹. »

17. Les contributions des EDR à la programmation canadienne sont aussi en baisse, en lien avec la diminution de leurs revenus. Elles sont passées de 495 millions de dollars en 2012 à 428 millions de dollars en 2016, une baisse de près de 14 %²⁰. La ministre du Patrimoine canadien s'est engagée à renflouer le Fonds des médias du Canada (FMC²¹) – un des bénéficiaires de ces contributions – afin de soutenir la production canadienne, mais on ignore encore le montant qui lui sera accordé et la durée de cette aide supplémentaire.

18. Pour combler le manque à gagner, le CPSC estime que les diffuseurs en ligne devraient être soumis à la réglementation afin de contribuer davantage au système canadien de radiodiffusion, « ... que ce soit en matière d'émissions canadiennes distribuées [...] ou de dépenses consacrées aux émissions canadiennes²²; »

19. The Public Interest Advocacy Centre (PIAC) abonde dans le même sens et affirme qu'il serait possible d'étendre à tous les services de radiodiffusion par contournement deux des obligations que doivent remplir les diffuseurs autorisés, soit de respecter des quotas de programmation canadienne et d'effectuer

¹⁷ CRTC, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, Avis public CRTC 1996-59, Ottawa, 26 avril 1996, par. d) ii).

¹⁸ Richard Stursberg, *Cultural Policy for the Digital Age*, November 2016.

¹⁹ Québecor Média, *Observations de Québecor Média inc. en réponse à l'appel aux observations sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Montréal, 1^{er} décembre 2017, par. 37.

²⁰ CRTC, *Rapport de surveillance des communications*, p. 213.

²¹ Gouvernement du Canada, *Lancement de Canada créatif - l'honorable Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien – discours*, Ottawa, 28 septembre 2017 : https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2017/09/un_canada_creatifunevisionpourlesindustriescreativescanadiennes.html

²² *Ibidem*, par. d) i).

des dépenses en émissions canadiennes²³. Selon PIAC, il n'y a pas de raison d'exempter les entreprises internationales de radiodiffusion sur Internet :

« ... while there may be challenges with enforcement of obligations against foreign OTT providers, in PIAC's view these larger services are providing a service and broadcasting to Canadians, all while respecting geographically delineated copyright laws and licences. Policy tools and obligations intended to support Canadian programming and further the broadcasting policy objectives should, therefore, apply to large OTT services as well as to Canadian-based broadcasters and BDUs. This may require an amendment to the *Broadcasting Act*, and if so, PIAC would recommend that the Minister and Governor in Council do so to officially declare that OTT services are considered broadcasting undertakings in Canada²⁴. »

20. Le CPSC suggère qu'à défaut de faire des investissements dans la programmation canadienne, les grands diffuseurs en ligne étrangers pourraient être obligés de fournir une somme équivalente au Fonds des médias du Canada (FMC) afin de financer le maintien d'un niveau approprié d'émissions canadiennes dans un système de distribution qui est de plus en plus mondialisé.
21. Bell Média est aussi d'accord pour dire que la réglementation canadienne des communications doit être modernisée afin de mettre un terme au système à deux vitesses actuel et que tous les joueurs de l'industrie – anciens comme nouveaux, étrangers comme domestiques – doivent y être assujettis²⁵. Une opinion partagée également par Québecor qui souligne qu'« Il serait néfaste de continuer à encourager une iniquité flagrante au détriment de l'innovation dont font preuve les joueurs locaux²⁶. »
22. Un réexamen de l'ordonnance d'exemption s'impose également afin que le Conseil puisse surveiller et réglementer adéquatement le système de radiodiffusion en vue d'atteindre les objectifs de la *politique canadienne de radiodiffusion*, notamment celui de « ... sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada²⁷; »
23. Pendant des années, le CRTC et le gouvernement canadien ont voulu favoriser l'innovation sur Internet et permettre à ce secteur de l'économie de prendre de l'essor, mais il est maintenant clair que l'exemption de réglementation ne permet pas aux services de diffusion en ligne canadiens de tirer leur épingle du

²³ PIAC, *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, December 1st, 2017, par. 81 et 82.

²⁴ *Ibidem*, par. 84.

²⁵ BCE inc., *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, December 1st 2017, par. 17.

²⁶ Québecor Média, *Observations de Québecor Média inc. en réponse à l'appel aux observations sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Montréal, 1^{er} décembre 2017, par. 75.

²⁷ *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)d).

jeu face à des géants mondiaux. La création et la présentation de programmation canadienne sont en péril.

24. Le vide réglementaire engendré par l'ordonnance d'exemption permet de plus au gouvernement de favoriser des objectifs consuméristes ou électoralistes au détriment des visées à portée sociale de la *Loi sur la radiodiffusion* qui ont été déterminées par le Parlement et sont toujours pertinentes à l'ère numérique²⁸ :

« The political dimension of regulatory decisions in the face of disruptive innovation is increasingly significant in situations where the status quo is justified in terms of abstract public benefits (Cable, 2016). Because reformer startups offer consumers immediate benefits, regulations that negatively affect these benefits can carry significant political cost (ibid²⁹). »

[notre soulignement]

25. Le réexamen formel³⁰ de l'ordonnance d'exemption demandé par le CPSC doit permettre de prendre la mesure de ses avantages et de ses inconvénients, puis de déterminer si elle doit être abolie ou modifiée, et dans ce cas, de quelle façon. Le réexamen doit également mener à l'élaboration de solutions réglementaires pour rétablir l'équilibre perdu entre les titulaires de licences et les entreprises de radiodiffusion exemptées sur Internet afin que les objectifs de la Politique puissent être atteints.

TROUVER DE NOUVEAUX MODES DE FINANCEMENT DU CONTENU CANADIEN

26. Le système canadien de radiodiffusion ne peut passer d'un environnement réglementé et prévoyant un système intégré de financement des émissions canadiennes à un système totalement déréglementé soumis aux seules règles du marché.
27. C'est pourquoi le CPSC a mentionné dans son intervention de décembre que l'on devrait lever les obstacles légaux à la participation des FSI au financement du contenu canadien et que les fournisseurs de TVIP et les fournisseurs de téléphonie mobile devraient également soutenir la production audiovisuelle nationale. Le gouvernement et le Conseil pourraient à ce sujet s'inspirer de ce que fait la France pour soutenir sa production cinématographique et télévisuelle afin de mettre en place de nouveaux mécanismes de financement pérennes.

²⁸ Emilia Zboraslka and Charles H. Davis, *Transnational over-the-top video distribution as a business and policy disruptor: The Case of Netflix in Canada*, *The Journal of Media Innovations*, 4.1, 2017.

²⁹ *Ibidem*, p. 7 et 8.

³⁰ En vertu des *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*.

28. Le gouvernement français perçoit notamment une taxe sur les revenus de radiodiffusion de toutes les entreprises de distribution – incluant les opérateurs de télécommunication – qui est ensuite versée au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC³¹) :

« Pour les distributeurs (chaînes auto-distribuées, câblo-opérateurs, opérateurs satellitaires et opérateurs de télécommunication), la taxe est calculée, au-delà de 10 M€ de chiffre d'affaires de l'activité audiovisuelle, selon un barème progressif de quatre tranches (de 0,5 % à 3,5 %, et un taux additionnel de 3,75 % pour l'auto-distribution³²). »

[notre soulignement]

29. Depuis le 1^{er} janvier 2018, la France applique également une taxe de 2 % sur le chiffre d'affaires français de tous les diffuseurs de vidéos gratuites ou payantes en ligne. Il s'agit d'une réforme qui vise l'équité fiscale entre tous les acteurs et qui met sur un pied d'égalité les Netflix de ce monde et les filiales numériques d'entreprises de distribution réglementées : « Nous sommes, avec l'Allemagne, les premiers à intégrer les grandes plates-formes étrangères dans notre écosystème pour financer la création³³. »

UNE APPROCHE PARTICULIÈRE DOIT ÊTRE PRÉVUE POUR LE MARCHÉ DE LANGUE FRANÇAISE

30. Plusieurs intervenants ont mentionné que le financement de la production d'émissions de télévision canadiennes était en croissance – notamment Netflix³⁴, PIAC³⁵ et Michael Gheist³⁶ – et certains ont laissé entendre qu'il n'était pas nécessaire de trouver des ressources supplémentaires pour financer le contenu canadien : « While there may be some concerns that with increased cord cutting, funds such as the CMF may see lower revenues, a knee-jerk reaction to immediately "fill the hole" may not be the most appropriate or sustainable approach³⁷. »

³¹ L'équivalent du FMC ou de la SODEC, au Québec.

³² CNC, *Rapport d'activité 2016*, octobre 2017, p. 110.

³³ Le Monde, La France imposera toutes les plates-formes numériques de vidéo en 2018, 21 septembre 2017 : http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/09/21/la-france-imposera-toutes-les-plates-formes-numeriques-de-video-en-2018_5189037_3234.html.

³⁴ Netflix, *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, December 1st, 2017, p. 4 et 5.

³⁵ PIAC, *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, December 1st, 2017, par. 79.

³⁶ Michael Gheist, *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, November 30, 2017, p. 2.

³⁷ *Op. cit.*, note 35.

31. S'il est vrai que dans l'ensemble, les investissements étrangers dans le financement de la production télévisuelle canadienne ont plus que doublé en cinq ans³⁸ (ils représentaient 13 % des investissements totaux l'an dernier³⁹), les sommes sont très inégalement réparties entre le marché de langue française et le marché de langue anglaise.
32. Alors que de 10 à 19 % du financement des productions anglophones provenaient d'investissements étrangers au cours des cinq dernières années⁴⁰, moins de 1 % de ce type de financement est allé à la production de langue française au cours de la même période⁴¹.
33. Une baisse continue des revenus des EDR – et donc du financement du FMC – au cours des prochaines années serait donc catastrophique dans le marché francophone, car ce sont encore les subventions et les crédits d'impôt qui dominent dans le montage financier des productions. Le CPSC invite le gouvernement à s'assurer que le réinvestissement prévu dans le FMC soit pérenne et que la part dévolue aux productions francophones soit augmentée.
34. Par ailleurs, cette situation montre clairement que des différences marquées entre les deux marchés font en sorte que l'on ne peut mettre en place des solutions « one-size-fits-all ». Des interventions gouvernementales et réglementaires sont toujours nécessaires afin d'assurer la production de contenu canadien en français. Dans sa révision de la *Loi sur la radiodiffusion*, le gouvernement devrait d'ailleurs maintenir la distinction prévue entre le marché de langue française et celui de langue anglaise prévue à l'article 3(1)c).

UN MARCHÉ DYNAMIQUE DOIT CRÉER DES EMPLOIS DE QUALITÉ

35. Le CPSC avait offert cette description d'un marché intérieur dynamique dans son intervention du 1^{er} décembre dernier :

« 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.

³⁸ Ils sont passés de 176 millions de dollars à 381 millions de dollars de 2012-13 à 2016-17 selon CMPA, AQPM, Patrimoine canadien et Telefilm Canada, *Profil 2017 : rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, p. 53.

³⁹ CMPA, AQPM, Patrimoine canadien et Telefilm Canada, *Profil 2017 : rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, p. 53.

⁴⁰ *Ibidem*, p. 55.

⁴¹ *Ibidem*, p. 56.

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.

Enfin, dans un pays bilingue comme le Canada, le dynamisme du marché intérieur doit pouvoir être observé autant dans sa composante francophone qu'anglophone. »

36. Ajoutons à cela qu'un marché intérieur dynamique crée des emplois stables, offrant de bonnes conditions de travail et permettant d'exercer un métier à temps plein plutôt qu'à la pige, signe que l'industrie est robuste.
37. Les entreprises œuvrant dans un marché dynamique sont par ailleurs en mesure de respecter les lois en matière de santé et sécurité du travail. Nous mentionnons ce point, car l'industrie doit composer avec des budgets de production à la baisse depuis quelques années.
38. En 2015, un article paru dans le *Journal de Montréal* faisait en effet état de conditions de travail inacceptables sur les plateaux de tournage d'une maison de production indépendante de Montréal :

« On travaille dans des rues non bloquées, dans des bâtiments parfois non conformes. On a travaillé dans un appartement rempli de punaises de lit et dans une cave couverte de champignons⁴². »

« On avait pas le temps de sécuriser les lieux de tournage. J'ai failli me faire frapper sur la rue Ontario à deux reprises. Il y a des moments comme ça où on a tous eu un peu peur⁴³. »

« Dans une journée, nous avons plus de scènes, moins de personnel et moins de temps. Cela donne un rythme indécent. Tous les départements ont vu leur personnel diminuer, les heures de préparation et les heures de tournage ont diminué aussi, avec aucune possibilité de temps supplémentaire. Les fins de journée sont donc complètement ridicules. J'ai déjà vu se tourner sept scènes en 15 minutes⁴⁴. »

39. Bref, un marché intérieur dynamique doit avoir les moyens d'offrir des conditions de travail qui ne mettent pas en péril la santé et la vie de ses artisans.

⁴² Journal de Montréal, *Les plateaux de tournage en pleine crise – Des techniciens et réalisateurs se plaignent de leur travail dangereux effectué à un rythme effréné*, Montréal, 12 décembre 2015 : <http://www.journaldemontreal.com/2015/12/12/les-plateaux-de-tournage-en-pleine-crise>, p. 4.

⁴³ *Ibidem*, p. 24.

⁴⁴ *Idem*.

LA POSITION DU CPSC SUR DES COMMENTAIRES D'AUTRES INTERVENANTS

Une déréglementation à tout crin n'est pas la solution

40. Dans son intervention en phase 1 du processus CRTC 2017-359, Québecor Média affirme que :

« l'heure ne devrait plus être à l'imposition de nouvelles obligations aux télédiffuseurs comme TVA. Bien au contraire, il faut alléger le fardeau réglementaire qui leur incombe, notamment en matière de seuils de présentation et de dépenses en programmation canadienne, de diffusion d'émissions d'intérêt national (ÉIN), de quotas de productions indépendantes ou originales, de dépôt de divers rapports, etc.⁴⁵. »

41. Le CPSC s'oppose à cette vision des choses, car, comme nous l'avons répété à de nombreuses reprises au cours des dernières années, il est clair que la programmation locale serait disparue si ce n'avait été de la réglementation du CRTC. Il faut donc revoir la réglementation pour rétablir l'équilibre entre joueurs réglementés et exemptés, domestiques et étrangers, mais le gouvernement et le Conseil doivent absolument conserver certaines des obligations des diffuseurs afin de garantir la production et la présentation de contenu canadien.

42. C'est une question de souveraineté culturelle, certes, mais également économique, alors que les géants d'Internet exercent un attrait important sur l'auditoire et que les revenus publicitaires des médias canadiens se déplacent vers les États-Unis.

L'équité de la taxation

43. Par contre, nous sommes en accord avec l'affirmation suivante de Québecor :

« Continuer de permettre aux plateformes numériques étrangères de profiter d'avantages réglementaires et fiscaux pour gagner du terrain au détriment des sociétés canadiennes, comme Québecor Média, est une stratégie désastreuse. Cela mettrait sérieusement à risque les sources de revenus qui financent le contenu canadien. C'est pour cela que nous sommes d'avis, comme nous le recommandons en réponse à la Question # 9, que la taxe de vente qui devrait être prélevée auprès des abonnés de Netflix pourrait en partie servir à financer le contenu canadien et l'ensemble des services publics⁴⁶. »

44. Il est totalement incompréhensible que le gouvernement persiste à ne pas vouloir soumettre les diffuseurs en ligne étrangers à la taxation canadienne. Ces entreprises devraient également être

⁴⁵ Québecor Média, *Observations de Québecor Média inc. en réponse à l'appel aux observations sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Montréal, 1^{er} décembre 2017, par. 103.

⁴⁶ Québecor Média, *Observations de Québecor Média inc. en réponse à l'appel aux observations sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, Montréal, 1^{er} décembre 2017, par. 43.

réglementées, c'est pourquoi nous demandons un réexamen de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques* (CRTC 2012-409⁴⁷).

Une aide financière doit être prévue pour les groupes d'intérêt public

45. Enfin, le CPSC appuie PIAC qui affirme que les :

« Consumer and public interest groups should be supported and encouraged to continue to participate in conversations about Canadian content and broadcasting policy. »

46. Or, le Fonds de participation à la radiodiffusion (FPR) qui finance les interventions de ces groupes à partir d'avantages tangibles provenant de l'acquisition de CTV par BCE, en 2011, sera épuisé au début de 2018⁴⁸. Même si le CPSC ne tire pas lui-même avantage du FPR et qu'il n'est pas toujours en accord avec tous les points de vue exprimés par les groupes de consommateurs, il n'en demeure pas moins qu'ils apportent une contribution éclairée au débat public. Comme le mentionne le FRPC :

« Many Canadians participate in the CRTC's broadcasting proceedings. The work of the Forum and other public-interest organizations provides a different – and, we submit, a meaningful – perspective in comparison to members of the public because we rely on empirical and legal analysis to make our case, on behalf of the public, to the Commission. If the BPF closes its doors, a number of public-interest organizations are likely to reduce their involvement in, or withdraw entirely from, CRTC broadcasting proceedings⁴⁹. »

[notre soulignement]

47. Le CPSC appuie donc les propositions du FRPC et de PIAC afin que le fonds soit renfloué temporairement⁵⁰ et qu'un mécanisme de financement permanent soit inscrit à la *Loi sur la radiodiffusion* comme il en existe un dans la *Loi sur les télécommunications*⁵¹.

⁴⁷ 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.

⁴⁸ <http://www.bpf-fpr.ca/fr/home.html>.

⁴⁹ FRPC, *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, December 1st, 2017, par. 119.

⁵⁰ *Ibidem*, par. 121.

⁵¹ *Ibidem*, par. 121 et PIAC, *Call for comments on the governor-in-council's request for a report on future programming distribution models*, CRTC 2017-359, December 1st, 2017, par. 90.

CONCLUSION

48. Pour conclure, le CPSC espère avoir apporté un éclairage pertinent au Conseil en vue de la rédaction de son rapport au gouverneur en conseil sur les modèles de distribution de l'avenir.
49. Il réserve ses commentaires sur les diverses modifications proposées aux lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications lors de la Phase 1 du processus CRTC 2017-359 pour les consultations qui seront tenues ultérieurement par le gouvernement.

*** FIN DU DOCUMENT ***