



Conseil
Provincial du
Secteur des
Communications



Montréal, le 29 mai 2019

Monsieur Claude Doucet
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion
et des télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Objet : Réplique dans le cadre de l'Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90

Monsieur,

1. Le Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) a pris connaissance des interventions soumises par d'autres organisations dans le cadre du processus cité à l'objet. Il présente, dans les pages qui suivent, sa réplique aux commentaires reçus par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou Conseil). La réplique présente d'abord quelques arguments soutenus par le CPSC, puis les arguments auxquels il s'oppose et enfin, un questionnement sur la juridiction du Conseil.

I. Arguments que le CPSC soutient

Étendre la portée du sondage sur les médias numériques

2. Une majorité des intervenants¹ dans le processus CRTC 2019-90 demande au Conseil d'obliger non seulement les titulaires de licences à remplir le sondage proposé, mais également les autres entreprises canadiennes et les entreprises étrangères exploitant des diffuseurs en ligne au Canada². La preuve associée à cette requête démontre que les entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères accaparent déjà la majeure partie du marché de la radiodiffusion en ligne au Canada. Sans exiger que ces entreprises dominantes remplissent le sondage sur les médias numériques, le Conseil ne sera donc pas en mesure de dresser un portrait complet de « ...l'état général du système de radiodiffusion³. »

¹ Notamment, l'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA, par. 8; la WGC, par. 6; l'AQPM, p. 3; l'ACTRA, par. 10; l'ADISQ, par. 18; la CMPA, par. 6; On Screen Manitoba, par. 8; Rogers, par. 2; SaskTel, par. 4 à 9 et 12; l'ACR, par. 1 et 2; Blue Ant Media, par. 2, 5 et p. 2; Shaw, par. 2 à 11; CBC/Radio-Canada, par. 2-3 et CPSC, par. 22.

² *Loi sur la radiodiffusion*, art. 4(2).

³ CRTC, *Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, Ottawa, 28 mars 2019, par. 6.

3. Le CPSC est d'accord avec cette affirmation et il déplore, tout comme l'ADISQ, que les tentatives infructueuses du CRTC pour obtenir des renseignements des entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères (lors de Parlons télé et plus récemment en février 2018), « ...soient demeurées sans suite alors que ces informations sont fondamentales pour comprendre les différents enjeux liés au développement de la radiodiffusion en ligne⁴. »
4. L'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA sont d'avis que le Conseil pourrait procéder par étapes en récoltant d'abord les données des entreprises de radiodiffusion de médias numériques propriétés de titulaires de licences⁵, pour ensuite étendre la portée du sondage aux autres grandes entreprises canadiennes offrant de la radiodiffusion en ligne et aux entreprises étrangères d'importance exploitées au Canada :

« Même si l'inclusion de ces entreprises nécessitait leur ajout un an après le lancement du sondage auprès des entreprises canadiennes, il nous semble que les informations qui en découleraient profiteraient grandement au système de radiodiffusion canadien et au public canadien⁶. »

5. Le CPSC abonde dans le même sens et propose au Conseil d'appliquer, dès l'automne 2019, son sondage annuel sur les médias numériques aux entreprises exemptées propriétés de titulaires de licences, puis de l'étendre, dès 2020, aux autres entreprises de radiodiffusion de médias numériques canadiennes et étrangères, ce qui serait conforme à l'Accord Canada-États-Unis-Mexique comme le rappelle l'AQPM⁷. Le CPSC est d'accord avec Shaw et le QEPC pour dire qu'il y a un risque de perte de légitimité pour le CRTC si ce dernier ne tient pas compte de la présence des géants du Web étrangers dans le système canadien de radiodiffusion⁸. En s'engageant dès maintenant à exiger que toutes les entreprises offrant du contenu de radiodiffusion en ligne participent à sa collecte d'informations sur les médias numériques à partir de l'an prochain, le Conseil éviterait de saper sa légitimité et la pertinence du système de licences en place.

⁴ ADISQ, *Intervention de l'ADISQ en réponse à l'appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90)*, 14 mai 2019, par. 27.

⁵ L'ADISQ, semble aussi de cet avis au par. 7 de son intervention : « ...la réalisation d'un sondage annuel sur les médias numériques mené auprès de toutes les entreprises de radiodiffusion canadiennes constitue une étape importante pour mieux comprendre comment se structure le secteur de la radiodiffusion dans un contexte technologique et socioéconomique caractérisé par la montée du numérique⁵. »

⁶ AQTIS, ARRQ, SARTEC et UDA, *Sondage sur les médias numériques, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90*, 9 mai 2019, par.8.

⁷ AQPM, *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90 – Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*, 13 mai 2019, p. 3 : « ... dans le cadre de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) signé le 30 novembre dernier, il est prévu qu'une partie peut agir en matière de commerce électronique pour toutes les entreprises oeuvrant sur son territoire à condition qu'elle le fasse de façon non discriminatoire. Il est donc important que les obligations imposées aux entreprises américaines soient les mêmes ou soient équivalentes à celles requises des compagnies canadiennes. »

⁸ Shaw, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 10 : ““ Respectfully, Shaw submits that broadcasting regulation that remains narrowly focused on the Canadian licensed system and ignores the presence and influence of multinational OTT services will undermine the legitimacy and relevance of the CRTC, and the relevance and competitiveness of the licensed system as a whole. ” et QEPC, *CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 7 et 8 : “We fear that this will lead to a dysfunctional two-tiered Canadian broadcasting system with unregulated foreign elements and regulated domestic elements, and with a growing percentage of broadcaster revenues in Canada being disconnected from the Canadian production funding system. What is the point of a Canadian broadcasting licence in such a “wild west” environment? We can see this problem play out in the April 17th joint letter filed in CRTC 2019-91 by fourteen licensed Canadian broadcasters. See Appendix 1. Those licensed Canadian broadcasters do not want to submit digital data to the CRTC, whether it is kept confidential or not, or released only in aggregate form or not, because it would put them at a competitive disadvantage with their foreign OTT competitors. The Commission is insisting that the requested data be provided by these companies, but the process has been delayed as a result of this “mutiny of the licensees” (if we can call their action by that name).”

6. L'ajout à court terme des autres services de radiodiffusion de médias numériques canadiens et étrangers au sondage aurait aussi pour effet de renforcer la souveraineté culturelle canadienne⁹ et d'assurer la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion¹⁰ en instaurant une certaine équité réglementaire¹¹ entre les entreprises canadiennes et étrangères.
7. Un engagement à mettre en place rapidement le sondage de manière symétrique pour les radiodiffuseurs numériques canadiens et étrangers exploités au Canada¹² serait également de nature à contrer les arguments des titulaires de licences qui estiment le sondage projeté discriminatoire, inéquitable et injuste sur le plan concurrentiel¹³.

Contenu du sondage

8. Le CPSC ne s'oppose pas aux informations supplémentaires demandées par différentes parties¹⁴ puisqu'elles permettraient de mieux informer le Conseil et les intervenants de l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion. Toutefois, il demande au Conseil de s'assurer que les données colligées le soient dans une forme constante¹⁵ afin que des comparaisons puissent être faites d'une année à l'autre.
9. Comme l'on ignore cependant les revenus, la quantité totale et la nature des activités numériques exercées par les titulaires pour l'instant, le Conseil pourrait être avisé – dans un premier temps – de recueillir des informations de base qui seraient par la suite ventilées au fil des ans pour atteindre le niveau de détails du rapport de production et des rapports annuels cumulés pour les stations traditionnelles et les services facultatifs. Cette proposition rejoindrait la suggestion de la DGC pour que des informations plus détaillées soient demandées à tous les diffuseurs – traditionnels ou numériques – en lien avec les révisions en cours des rapports de production (CRTC 2019-488) et de la politique relative aux dépenses en émissions canadiennes (CRTC 2019-91)¹⁶.

Consultation sur les données d'écoute en ligne

10. Le CPSC appuie la proposition de la DGC pour la tenue d'une consultation publique du Conseil « ...with respect to viewing data measurement, so that all the industry stakeholders can achieve consensus around a new measurement framework, or at least a temporary one¹⁷. »
11. Un nouveau système de mesure des données d'écoute en ligne permettrait au CRTC et au Fonds des médias du Canada (FMC) d'avoir accès à des informations plus fiables que celles actuellement disponibles (qui sont des estimations) sur l'atteinte d'un des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, soit l'intérêt¹⁸ que portent les Canadiennes et Canadiens à la programmation offerte.

⁹ QEPC, CRTC 2019-90 – *Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 9.

¹⁰ *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3.

¹¹ Du moins sur le plan de l'accès à l'information nécessaire à la surveillance et à la réglementation du système de radiodiffusion.

¹² Sous réserve de la réponse du Conseil aux questionnements soulevés par les intervenants sur sa compétence (voir partie III).

¹³ ACR, par. 4 à 8 et 15 à 20; Blut Ant, par. 3 et 4.

¹⁴ Notamment, DGC, par. 13 à 23; CMPA, par. 10 à 13; AQPM, p. 3 à 5 (médias sociaux et dépenses de promotion entre autres).

¹⁵ DGC, *Broadcasting Notice of Consultation, CRTC 2019-90 Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 4.

¹⁶ *Ibidem*, par. 16 et 19.

¹⁷ *Ibidem*, par. 10.

¹⁸ *Loi sur la radiodiffusion*, art. 3(1)d)(iii).

II. Arguments auxquels s'oppose le CPSC

Désavantage concurrentiel

12. L'ACR affirme, tout comme la plupart des titulaires, que la publication des données du sondage sur les médias numériques, même sous forme agrégée, placerait les titulaires en situation de désavantage concurrentiel face aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères, notamment pour l'acquisition de droits¹⁹ : « ...the potential for competitive harm to Canadian subscription-based digital media services would be particularly acute, given how few there are²⁰. »
13. CBC/Radio-Canada est du même avis et demande que l'agrégation des données se fasse au niveau de l'industrie pour éviter que les informations sur les activités numériques du diffuseur public soient isolées des activités des titulaires privés²¹. Blue Ant Media (Blue Ant) insiste pour sa part sur le fait que la diffusion des données doit se faire avec beaucoup de précautions : « ...if used or disclosed without great care, may actually serve to further prejudice Canadian licensed broadcasters vis-à-vis their unlicensed foreign and domestic competitors²². ».
14. Le CPSC a déjà reconnu, dans son intervention du 14 mai, que les données du sondage devraient être publiées de façon agrégée tant et aussi longtemps que toutes les entreprises de radiodiffusion de médias numériques exploitées au Canada ne seraient pas tenues de remplir le sondage sur les médias numériques pour éviter tout désavantage concurrentiel à l'endroit des titulaires²³. Sa position à ce sujet demeure inchangée.
15. D'une part, bien que l'ACR et d'autres s'opposent à la publication des données de façon agrégée, aucune preuve de préjudice réel que pourrait causer une telle divulgation n'a été faite par ces intervenants. D'autre part, les stations de télévision et les services facultatifs canadiens fournissent chaque année des données individuelles au CRTC depuis des décennies sans que la même obligation ne soit imposée aux stations de télévision et services spécialisés américains et sans que cela ne soulève de problématique sur le plan de la concurrence et des droits.
16. Le CRTC devrait aller de l'avant avec la publication des données des titulaires sur leurs activités numériques de façon agrégée d'ici à ce que l'ensemble des services de radiodiffusion de médias numériques participent à la collecte d'informations du CRTC.

Fardeau administratif, non-urgence et révision législative

17. L'ACR affirme que le sondage sur les médias numériques proposé par le Conseil constituerait un fardeau administratif injustifié pour les titulaires et que l'exercice devrait être reporté après les travaux du Groupe d'examen du cadre législatif sur la radiodiffusion et les télécommunications. L'ACR soutient que les informations recueillies ne sont pas nécessaires pour atteindre les objectifs énumérés par le Conseil dans l'avis de consultation CRTC 2019-90 et ne voit aucune urgence justifiant la mise en place du sondage auprès des titulaires ayant des activités numériques.
18. Le CPSC rejette ces arguments. D'abord, en tout respect pour le Conseil, malgré les visées exprimées dans l'avis de consultation CRTC 2019-90, ce sont les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion qui doivent

¹⁹ ACR, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 16.

²⁰ *Ibidem*, p. 10.

²¹ CBC/Radio-Canada, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 4.

²² Blue Ant Media, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 4.

²³ CPSC, *Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90*, 14 mai 2019, par. 23.

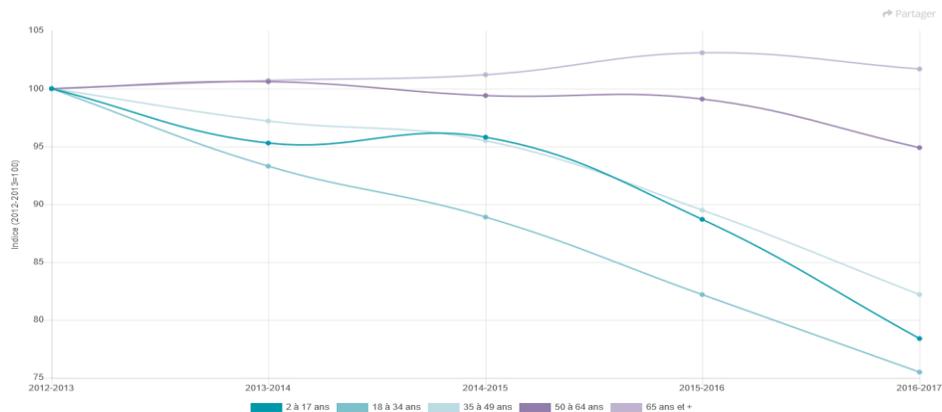
ultimement être atteints et plusieurs des renseignements contenus dans le sondage sur les médias numériques permettraient de vérifier leur réalisation.

19. Ensuite, le CRTC n'est aucunement lié aux activités du Groupe d'examen du cadre législatif sur la radiodiffusion et les télécommunications. Attendre la fin de ces travaux pour exercer sa compétence reviendrait à abdiquer les responsabilités que lui a confiées le parlement par rapport à la réglementation et à la surveillance de « ... tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion²⁴. »
20. Enfin, contrairement à l'ACR, le CPSC voit une urgence dans la mise en place du sondage sur les médias numériques. Comme l'a mentionné la DGC :

« ...market trends indicate that the CRTC licensed Canadian digital media broadcasting undertakings are expected to become on par with conventional cable television. That's why, in order to monitor this change, the digital media survey should be as detailed as possible and must gather the same type of information as in the production report (revenues, expenses, Canadian programming expenses as well as production information for each service)²⁵. »

21. Les nouvelles plateformes en ligne, étrangères pour la plupart, ébranlent le système canadien de radiodiffusion : les habitudes d'écoute et de consommation de l'information changent, les revenus diminuent. Le CRTC a lui-même observé que les jeunes regardent moins la télé (voir tableau ci-dessous). Ils ne s'abonnent plus au câble²⁶ et ils s'informent et se divertissent avant tout sur Internet²⁷.

Figure 7 : Les jeunes Canadiens sont moins enclins à écouter la télévision traditionnelle
Indice de visionnement de la télévision traditionnelle, par catégorie d'âge



Source : Numeris (année de radiodiffusion)

[Voir les données](#)

Source : CRTC, *Emboîter le pas au changement : L'avenir de la distribution de programmation au Canada*, 31 mai 2018 : <https://crtc.gc.ca/fra/publications/s15/mar1.htm>.

²⁴ *Loi sur la radiodiffusion*, art. 5(1).

²⁵ *Op. cit.*, note 14 (DGC), par. 25.

²⁶ 48 % des Canadiens âgés de moins de 35 ans se sont désabonnés de leur service de télévision par câble ou satellite ou n'ont jamais été abonnés, selon le rapport de Angus Reid Institute *Pulling the plug: Three-in-ten Canadians are forgoing home TV service in favour of online streaming, October 2018* : <http://angusreid.org/cord-cutting>.

²⁷ 71 % des jeunes de 18 à 24 ans et 53 % des jeunes de 25 à 34 ans sont abonnés à Netflix au Québec selon le *Portrait numérique des foyers québécois du CEFRIQ*, édition 2018, volume 9 – numéro 4, p. 18.

22. Le gouvernement du Canada a dû injecter 172 millions de dollars sur 5 ans²⁸ pour compenser la baisse du financement du FMC en provenance des entreprises de distribution de radiodiffusion. Un diffuseur comme Groupe TVA qui déclarait des profits annuels dépassant les 33 millions de dollars en 2008²⁹ a rapporté un bénéfice avant intérêts et impôts de 651 000 \$ pour l'année de radiodiffusion 2017-2018³⁰. La situation est encore pire dans le marché de langue anglaise où les diffuseurs traditionnels des grands groupes (CTV et Global) sont largement déficitaires³¹.
23. Il est donc urgent de savoir de quelle façon les titulaires de licences s'adaptent à l'ère numérique. Le Conseil a raison de vouloir mettre en place un sondage annuel sur les médias numériques pour s'informer et renseigner le Parlement ainsi que les intervenants à ce sujet.
24. Quelques titulaires, dont Blue Ant, soutiennent par ailleurs que le fardeau administratif serait trop grand pour eux puisque leur comptabilité n'est pas du tout adaptée aux types de renseignements recherchés par le Conseil :
- « Our current operational and financial reporting systems combine all of our digital media activities and do not separate them by content type or by territory. Accordingly, even on a macro level, without expending significant time and resources, Blue Ant is not currently equipped to provide any financial data solely with respect to its digital media broadcasting activities in Canada³². »
25. Cette argumentation rappelle une chronique de Francine Pelletier publiée récemment dans le Devoir et faisant état de la déresponsabilisation des nouvelles plateformes. Elle citait Facebook qui ne se considère pas comme un média, mais comme une nouvelle technologie, ce qui l'exempterait d'avoir des comptes à rendre à quiconque³³.
26. N'en déplaise aux titulaires, leurs activités de médias numériques sont exemptées de la nécessité de détenir une licence à la condition de fournir les informations demandées par le Conseil dans la forme demandée et au moment requis par le Conseil³⁴. Cette exemption conditionnelle est en vigueur depuis 2009³⁵. Ce n'est pas parce que le Conseil s'est abstenu de requérir les informations prévues par l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques* (ordonnance d'exemption) depuis plus de dix ans sous la forme du sondage proposé qu'il doit maintenant renoncer à la mise en application de cette disposition connue de tous.

Rapports combinés

27. Blue Ant propose au Conseil de simplement ajouter les revenus et les dépenses reliés aux médias numériques dans les relevés annuels cumulés de ses chaînes de télévision conventionnelles³⁶.

²⁸ FMC, *Le FMC remercie le gouvernement du Canada pour sa nouvelle contribution financière*, 28 février 2018 :

<https://www.cmf-fmc.ca/fr-ca/news-events/news/february-2018/cmf-thanks-government-of-canada-for-new-funding-co>

²⁹ Québecor, *Rapport annuel cumulé pour la télévision traditionnelle pour l'année se terminant le 31 août 2008* :

<https://crtc.gc.ca/public/5040/quebecortelevision-publique.pdf>.

³⁰ Québecor, *Rapport annuel cumulé pour la télévision traditionnelle pour l'année se terminant le 31 août 2018* :

https://crtc.gc.ca/public/5040/quebecor_television_cumule_2018_publique.pdf.

³¹ CRTC, *Rapports annuels cumulés pour la télévision traditionnelle pour l'année se terminant le 31 août 2018 de BCE et Corus*.

³² *Op. cit.*, note 21 (Blue Ant Media), p. 2.

³³ Francine Pelletier, *Cent ans d'incertitude*, Le Devoir, 13 février 2019 :

<https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/547716/cent-ans-d-incertitude>.

³⁴ CRTC, *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*, Annexe à l'ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, Ottawa, 26 juillet 2012, art. 4.

³⁵ CRTC, *Ordonnance d'exemption modifiée concernant les entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, Annexe à l'ordonnance de radiodiffusion CRTC 2009-660, 22 octobre 2009, par. 3.

³⁶ *Op. cit.*, note 21 (Blue Ant Media), p. 2.

28. Le CPSC partage l'avis de la DGC à ce sujet et demande au Conseil de maintenir un sondage séparé pour les services de radiodiffusion de médias numériques :

“The DGC underlines the importance in this report that broadcasters provide data or aggregated data with regards to each of their digital media service (whether it is a website or an app) distinctly from other conventional broadcasting and discretionary services, to paint an accurate picture of the digital media broadcasting activities of licensed Canadian broadcasting undertakings. Recent industry consultations and broadcasters’ accounting practices have demonstrated that it sometimes remains unclear how the licensees account for their digital media broadcasting expenses, separately from conventional television expenses³⁷.”

29. Sans un sondage séparé, il sera impossible de « ...comprendre les transitions des médias traditionnels aux médias numériques au Canada et de cerner les divers risques et possibilités que présente l’environnement numérique pour les diffuseurs traditionnels³⁸. » De plus, une répartition des dépenses entre les chaînes traditionnelles et les services numériques permettra de voir le niveau d’engagement de ces derniers dans la production de contenu canadien.
30. Pour éviter tout calcul en double des dépenses et parce que les titulaires disent avoir des méthodes comptables différentes et incompatibles³⁹, le Conseil pourrait tenir une consultation visant à harmoniser ces pratiques comme il l’avait fait avant la publication de l’avis public 93-93⁴⁰.

Demands hors de la portée de la consultation actuelle

31. Malgré la portée relativement étroite de la présente consultation (CRTC 2019-90), des titulaires ont fait des propositions visant à réduire leur fardeau administratif en général. C’est le cas de Blue Ant qui demande : “... that the Commission amend its current annual reporting practice to permit Blue Ant to submit one consolidated annual report for the group rather than require individual annual reports for each licensed linear service⁴¹. »
32. L’ACR consacre quant à elle une annexe à la simplification des rapports annuels des diffuseurs et à leur vérification par le Conseil. Ses propositions incluent la réalisation d’un rapport par groupe pour certains items (notamment le nombre d’emplois) ainsi que la mise sur pied d’une table ronde avec les producteurs indépendants et les associations au sujet du rapport de production (CRTC 2018-488).
33. Ces questions sont hors de la portée de l’avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90 ayant pour objet la mise en place d’un sondage sur les médias numériques et devraient faire l’objet d’un processus public distinct. Si le CRTC était toutefois d’avis contraire et allait de l’avant avec la proposition de table ronde de l’ACR, le CPSC souhaite en faire partie.

III. Juridiction du Conseil sur les entreprises étrangères

34. Un nombre important d’intervenants remettent en question ou interprètent différemment la juridiction du Conseil sur les entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères. Bien que le Conseil ait exclu d’entrée de jeu cette question de la portée de l’instance CRTC 2019-90 en statuant que le sondage sur les médias numériques ne s’appliquerait qu’aux activités en ligne des titulaires de licences⁴², le CPSC estime que des clarifications sont

³⁷ *Op. cit.*, note 14 (DGC), par. 14.

³⁸ *Op. cit.*, note 3 (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90), par. 3.

³⁹ ACR, par. 24 et 25; Rogers, par. 12 à 14.

⁴⁰ CRTC, *La présentation de rapports sur les dépenses au titre des émissions canadiennes*, Avis public 93-93, 22 juin 1993, p. 2.

⁴¹ *Op. cit.*, note 21 (Blue Ant Media), p. 3.

⁴² *Op. cit.*, note 3 (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90), 4.

nécessaires pour permettre aux intervenants et à l'ensemble des parties prenantes d'éclairer efficacement le CRTC dans sa mission.

Résumé des positions exprimées

35. Selon l'analyse du Forum for Research and Policy in Communications (FRPC), le Conseil n'a pas compétence sur les entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères et les instructions au CRTC sur l'inadmissibilité des non-Canadiens doivent être modifiées pour donner la capacité au Conseil d'exiger des informations de toutes les entreprises exploitées en tout ou en partie au Canada :

“While the *DMEO* applies to Canadian online programming services, it does not apply to foreign online programming services, as the scope of the CRTC’s authority to issue exemption orders is limited to classes of licence.¹⁴ While it has full jurisdiction over broadcasters operating “in part” in Canada¹⁵ and has the power to define classes of licence,¹⁶ the *Direction to the CRTC (Ineligibility of Non-Canadians)* specifically prevents the CRTC from issuing licences to foreign programming undertakings. As a result, foreign programming undertakings (online or ‘conventional’ over-the-air and satellite-delivered services) cannot under the *Direction* be part of a class of licence that the CRTC may exempt from the requirements of Part II of the *Act*.

The Forum believes that the Governor in Council (GIC) must modify the *Direction to the CRTC (Ineligibility of Non-Canadians)* to permit the CRTC, by amending the *DMEO*, to collect information from foreign online programming services operating in part in Canada⁴³. “

36. De façon similaire, le QEPC estime que si le Conseil croit ne pas avoir les pouvoirs requis pour exiger des données des entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères, il devrait réclamer au gouverneur en conseil de lui conférer cette autorité⁴⁴.
37. L'ADISQ propose de son côté une solution par ordonnance pour assujettir les entreprises étrangères à l'obligation de remplir le sondage sur les médias numériques⁴⁵, tout comme l'AQPM qui demande de « ...modifier l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques afin de préciser notamment qu'elle s'applique à tous les services de diffusion en ligne qui font affaire au Canada, qu'ils soient de propriété étrangère ou canadienne⁴⁶. ».
38. Pour SaskTel cependant, le Conseil dispose de tous les pouvoirs nécessaires pour obtenir des données sur les services numériques étrangers :

« As the Commission points out in paragraph 2 of the Notice, they have the authority to collect data relating to the activities these companies pursuant to Broadcasting Order CRTC 2012-409, *Exemption order for digital media broadcasting undertakings*. This includes non-Canadian digital media undertakings⁴⁷. »

⁴³ FRPC, *Call for comments on a new, annual digital media survey, Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 (Ottawa, 28 March 2019)*, 14 May 2019, par. 9 et 10.

⁴⁴ QEPC, *CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 6.

⁴⁵ *Op. cit.*, note 4 (ADISQ), par. 52.

⁴⁶ AQPM, *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90 – Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*, 13 mai 2019, p. 3.

⁴⁷ SaskTel, *Call for comments on a new, annual digital media survey*, 14 May 2019, par. 11.

39. Shaw est du même avis. Puisque la *Loi sur la radiodiffusion* donne le pouvoir au Conseil de réglementer les services par contournement (OTT) canadiens et non-canadiens⁴⁸, le titulaire ne comprend pas pourquoi certains ont été exclus d'emblée de la portée du processus en cours :

“The basis upon which the Commission excluded Canadian OTT services that are not affiliated with a Canadian licensee is not clear. In light of the Commission’s powers and the objectives articulated in BNC CRTC 2019-90, the decision to exempt non-Canadian OTT services and unaffiliated Canadian OTT services is not supported by Shaw⁴⁹.”

40. Pour l'ACR, la décision du Conseil d'obliger uniquement les titulaires à remplir le sondage sur leurs activités numériques exemptées suggère que le CRTC ne croit pas lui-même disposer de l'autorité nécessaire sur les entreprises de radiodiffusion de médias numériques. De l'avis de l'ACR, le Conseil tente de contourner cette incapacité en utilisant ses pouvoirs envers les titulaires de manière inappropriée⁵⁰.
41. Rappelant le refus de Google et Netflix de remettre au Conseil les informations demandées lors du processus Parlons télé, en 2014, l'ACR estime que :

« ...it is unlikely that foreign-based digital media companies would, if asked, provide the level of data the Commission is seeking in this proceeding under the current legislative framework. The CAB notes that the Commission itself has acknowledged the need for a new legislative framework and that it requires new tools to pursue its mandate. The CAB concurs and respectfully submits that until such time, the Commission should table its attempt to collect data on digital activities in Canada until all players participating in the system can be captured. The CAB respectfully submits that to do otherwise would represent an inappropriate exercise of Commission powers which may exceed the Commission’s jurisdiction⁵¹.”

42. Enfin, Rogers pense aussi qu'il n'est pas possible pour le Conseil de réglementer les entreprises numériques exemptées par le biais des licences détenues par les titulaires, mais uniquement par un amendement à l'ordonnance d'exemption. Cette dernière découle de l'article 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion* qui autorise le Conseil à exempter des catégories complètes d'entreprises, ce qui fait que le Conseil ne peut traiter différemment une partie seulement des entreprises de cette catégorie :

“Given this, the Commission’s proposal to require only DMBUs that are affiliated with licensed undertakings to disclose financial information about their operations would violate subsection 9(4) of the Act because this would treat some members of the defined class of DMBUs differently from others.”

43. Sur ce dernier point, le CPSC estime à première vue que rien n'empêcherait le Conseil de créer plusieurs catégories différentes d'entreprises de radiodiffusion de médias numériques qui seraient exemptées de l'obligation de détenir une licence à des conditions différentes.
44. Pour ce qui est de la compétence du Conseil par rapport aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques étrangères, une clarification du Conseil s'impose devant l'incertitude qui se dégage des multiples positions exprimées. Le CPSC demande donc au Conseil de faire état de sa propre interprétation de sa juridiction lorsqu'il publiera le résultat du processus en cours (CRTC 2019-90). En clarifiant cette question, le Conseil agirait dans l'intérêt public et favoriserait une participation constructive à ses consultations publiques.

⁴⁸ Shaw, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, May 14, 2019, par. 6.

⁴⁹ *Op. cit.*, note 47 (Shaw), par. 7.

⁵⁰ *Op. cit.*, note 18 (ACR), par. 8.

⁵¹ *Ibidem*, par. 6.

45. Le CPSC remercie le Conseil pour cette opportunité de soumettre des commentaires en réplique dans le cadre de l'avis de consultation CRTC 2019-90.

Espérant le tout conforme, nous vous prions d'agréer, Monsieur, nos salutations cordiales.

Nick Mingione
Président, CPSC

FIN DU DOCUMENT