

**18 février 2009**

**Intervention conjointe de l'AQTIS, l'ARRQ, la GMMQ, la SARTEC,  
la SODRAC, la SPACQ et de l'UDA**

**aux audiences du CRTC**

**Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-11 :  
La radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias**

Monsieur le président, messieurs mesdames les conseillers, je vous remercie de nous entendre aujourd'hui.

Je m'appelle **Raymond Legault**, comédien et président de l'Union des artistes, syndicat professionnel qui représente plus de 11 000 artistes-interprètes œuvrant en français sur scène, à la télévision, au cinéma et, vous l'aurez deviné, un peu sur Internet.

Je dis un peu parce qu'il y a encore peu de contenu canadien francophone original. Nous devons y prendre notre place. La réglementation a fait ses preuves quant aux médias traditionnels et a, sans aucun doute, permis de créer le modèle québécois qui continue de remporter d'énormes succès.

Se présentent aujourd'hui devant vous, les créateurs, artistes et artisans, qui écrivent, incarnent et réalisent ces œuvres qui sont tant appréciées.

Mes collègues vont maintenant se présenter. Nous avons tous comme mission, la défense et la promotion des intérêts économiques, sociaux, moraux et professionnels des artistes.

Je m'appelle **Sylvie Lussier**, auteure et présidente de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) qui regroupe aujourd'hui plus de 1 200 membres. Depuis 1949, nous sommes à l'origine des plus grands succès cinématographiques et télévisuels.

Dès ses débuts, la télévision a attiré les plus grands artistes du moment, des comédiens bien sûr, des écrivains, des musiciens, qui ont carrément investi ce qui était alors un **nouveau média**.

Rapidement séduit par *La Famille Plouffe*, ou *Le Survenant*, le public s'est identifié à ces histoires issues des *Pays d'en haut* ou de la *Rue des Pignons*, évoquant le *Temps des lilas* ou celui d'*une Paix*, leur faisant découvrir les univers variés de *Quelle Famille* à la *P'tite vie d'Omerta*, à *Nos Étés* ou *Minuit le Soir*. L'imaginaire des enfants francophones ne s'est pas construit autour de *Sesame Street*, mais bien de la *Boîte à surprises*, *Passe-Partout* et autres *Dans une galaxie près de chez vous*. Nous pourrions citer des centaines de séries jeunesse, de fiction ou de documentaires qui ont su plaire au public francophone largement plus que les productions en provenance du Sud du 49<sup>e</sup> parallèle ou d'ailleurs.

Dans un marché aussi exigu que le nôtre, il fallait créer un environnement propice pour que nos œuvres existent en qualité et en quantité suffisante. Je fais référence aux quotas, aux exigences d'émissions prioritaires ou à la création d'un Fonds canadien de télévision. Sans l'effet de levier que constitue la réglementation, nous ne serions pas ici aujourd'hui pour vous parler de la vitalité de notre secteur.

Pour plusieurs générations de francophones, la télévision a été le média culturel essentiel. Plus les nouveaux médias deviendront incontournables, plus il faudra que l'encadrement favorise, et la création et la présentation d'œuvres d'ici. Nos auteurs voient déjà leurs œuvres sur les nouveaux médias et sont prêts à relever les défis qu'imposent les changements du paysage audiovisuel.

Bonjour, je m'appelle **Jean-Pierre Lefebvre**, je suis réalisateur et président de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec qui regroupe plus de 600 membres pigistes. Depuis le début de la télévision, les réalisateurs œuvrant au Québec réalisent des œuvres destinées à un public dont ils partagent la culture. Ils participent ainsi à l'élaboration du patrimoine culturel national.

Cette proximité avec le public a généré plus qu'un star-système, elle a créé une profonde adhésion à notre culture et à nos œuvres. Elle a même contribué à l'édification de notre identité nationale. Pourquoi nos émissions de télévision, notre musique, notre cinéma sont-ils si populaires ? Parce que tous contribuent à la création, à la promotion et à la présentation de nos œuvres. Les diffuseurs, les créateurs, les distributeurs, la presse, les artistes ; tous interviennent dans ce que nous appelons l'écologie du modèle québécois. Que les artistes, chantent, écrivent, jouent au cinéma ou à la télévision, la population les suit dans leur cheminement. Et elle doit pouvoir le faire sur toutes les plateformes.

Comment se développeront ces nouveaux médias ? Nous ne sommes pas devins. Mais nous savons déjà que devons y faire notre place. Pour y arriver, il faut aussi que tous les intervenants contribuent au développement de ce marché. Bien sûr, c'est aussi ensemble que nous bâtirons le modèle économique de cette nouvelle réalité ! Le système de réglementation constitue, pour y arriver, la meilleure des fondations.

La visibilité et l'accès offerts par Internet enthousiasment nos réalisateurs. Nous voulons y être, nous voulons y travailler, nous voulons avoir notre place dans cet univers. Nous voulons nous reconnaître et partager notre talent et notre créativité avec le monde entier.

Bonjour, je me présente **Brunhilde Pradier**, costumière et présidente de l'Alliance Québécoise des Techniciens de l'Image et du Son (AQTIS).

L'AQTIS est une association représentant 3 200 artistes créateurs, artisans, et techniciens professionnels et plus de 1 200 techniciens permissionnaires œuvrant dans le monde de la production cinématographique et télévisuelle québécoise et étrangère.

Les membres de l'AQTIS sont des professionnels pratiquant plus de 125 métiers, artistiques et techniques, nécessaires à la mise en œuvre de ces productions. Ils sont directeurs photo, caméramans, preneurs de son, scriptes, monteurs, créateurs de costumes, d'accessoires, de maquillages, de coiffures, ils sont des spécialistes des décors, de régie technique, d'effets spéciaux, d'éclairage, de logistique de tournage. Ils constituent la majorité de la main-d'œuvre de la production cinématographique et télévisuelle québécoise indépendante.

Pour l'année 2008, la valeur du travail de ces artistes et artisans professionnels s'élève à plus ou moins 75 millions de dollars dont 74 % représente les salaires affectés à la production d'œuvres canadiennes destinées prioritairement à la télédiffusion canadienne : documentaires, fiction, dramatiques quotidiennes, séries, publicité, captation de spectacles, clips, émissions de variétés, longs, moyens et courts métrages. Toutes ces productions sont susceptibles d'être diffusées, en tout ou en segments, à l'intérieur d'une programmation linéaire ou non, sur la Toile ou sur des téléphones cellulaires.

Au Québec, la production, la diffusion et l'accueil que le public réserve à nos œuvres sont un grand succès. Une large part de ce succès est attribuable au modèle de réglementation et de financement développé pour la radiodiffusion, l'autre part de succès, elle, est certainement due à la richesse de nos talents réunis. Le Québec a du talent à revendre. Notre créativité s'exprime de multiples façons et, à cet égard, la Loi canadienne sur la radiodiffusion et ses objectifs nous servent et contribuent à donner accès à notre culture. Si la radiodiffusion migre vers d'autres plateformes, la réglementation doit migrer elle aussi.

Bonjour, je m'appelle **Mario Chénart**, je suis auteur-compositeur-interprète et président de la SPACQ; je suis également membre du conseil d'administration de la SODRAC.

*La SPACQ, représente les compositeurs de musique pour l'audiovisuel au Québec et l'ensemble des auteurs de chansons francophones au Canada. Elle regroupe plus de 500 membres. La SODRAC est une société de gestion collective spécialisée en droit de reproduction dans les domaines de la musique et des arts visuels. En musique, elle représente plus de 5 000 auteurs, compositeurs et éditeurs de musique québécois et canadiens.*

Internet nous permet de rendre nos créations accessibles à l'ensemble de la planète : c'est extraordinaire. Mais comment réussir à être présent au milieu de cette offre planétaire? Par la qualité du travail ? À cet égard, l'industrie québécoise de la musique maintient la barre élevée et ça rapporte, puisqu'en 2008, 42,5 % des 200 titres les plus vendus au Québec étaient créés par des artistes de chez nous.

Notre succès, autant culturel qu'économique, ne serait pas possible sans l'assurance d'un espace de diffusion. Les règlements sur la radio concernant la diffusion de contenu canadien et francophone sont donc essentiels. Conséquemment, nous sommes convaincus que ces mêmes règles doivent être adoptées pour les nouveaux médias. Ils pallieront ainsi les risques d'une « occupation » principalement étrangère de notre espace culturel.

Nos talents et nos réalisations ne peuvent vivre que si nos ondes servent à la diffusion de nos contenus. L'essor des nouveaux médias ne doit pas causer un appauvrissement du contenu culturel canadien pour le citoyen, ni un appauvrissement des ayants droit de la filière musicale.

Je m'appelle **Luc Fortin**, guitariste et président de la Guilde des musiciens et des musiciennes du Québec. La Guilde compte actuellement 3 300 musiciens professionnels.

L'accès des artistes aux médias a toujours été d'une importance capitale pour le développement de notre culture. La réglementation à la radio est un élément essentiel qui garantit la diversité et la vitalité de notre industrie de la musique. Notre présence à la radio permet aux artistes de toucher des droits d'auteur; de promouvoir leur carrière, d'effectuer des tournées et des apparitions à la télévision, de vendre des phonogrammes.

Messieurs, mesdames les conseillers, le Canada est le plus fervent promoteur et le premier signataire de la Convention pour la diversité des expressions culturelles.

L'esprit et la lettre de cette Convention commandent que la même réglementation

s'applique pour les nouveaux médias; notre succès et notre survivance témoignent de son caractère essentiel.

Si les nouveaux médias offrent aujourd'hui aux consommateurs la possibilité de puiser dans un bassin mondial d'œuvres, vous avez aujourd'hui l'occasion de nous y garantir notre place. Nous avons l'audace de croire qu'il en résultera une formidable émulation de créativité. Il n'en tient qu'à nous de nous assurer de notre présence et de nous donner les moyens de sa qualité.

### **Raymond Legault**

M. le Président, je souhaiterais revenir un instant sur cette notion d'écosystème que Jean-Pierre Lefebvre a évoquée il y a quelques instants. C'est là une question, un enjeu fondamental pour tout le milieu québécois de la culture.

De nombreux observateurs ont déjà signalé le rôle clé qu'a joué le développement d'un « star-system » dans les succès remarquables de la télévision, de la radio et de la chanson québécoises. Depuis plusieurs décennies, notre télévision et notre radio québécoise ont permis à un nombre considérable d'acteurs, d'animateurs et de chanteurs de venir à la rencontre de leur public.

Il s'est développé en plus un degré important d'interpénétration, de synergie entre la télévision, la radio et la chanson québécoises. Et cette synergie a débordé de la radiodiffusion pour s'étendre à d'autres secteurs culturels, notamment au théâtre et au cinéma. Nombre d'acteurs qui se sont fait connaître à la télévision sont en effet devenus aussi des vedettes d'un cinéma québécois qui a connu de grands succès



au cours de la dernière décennie. Un grand nombre de comédiens québécois poursuivent leur carrière à la fois à la télévision et au théâtre. Et on voit de plus en plus souvent des auteurs, des réalisateurs et des metteurs en scène qui œuvrent tout autant à la télévision qu'au théâtre ou au cinéma.

C'est ainsi qu'on peut parler aujourd'hui d'un véritable écosystème québécois de la culture, d'un modèle québécois de développement culturel remarquable dans un aussi petit marché, d'un succès qui suscite l'admiration dans plusieurs pays du monde.

On mesure donc à quel point la réglementation mise en place par le CRTC au cours des 30 dernières années n'a pas seulement contribué au succès de la télévision et de la radio québécoise, elle a, beaucoup plus largement, joué un rôle clé dans le formidable développement de l'écosystème québécois de la culture.

### ***Une audience d'une importance capitale***

Aujourd'hui, c'est l'existence même de ce modèle québécois et, plus largement, la pérennité du système canadien de radiodiffusion qui sont remises en cause par ceux qui soutiennent, non seulement que le CRTC ne devrait pas réglementer les nouveaux médias, mais qu'il devrait en plus se lancer dans un vaste processus d'allègement de la réglementation de la radiodiffusion traditionnelle.

Le véritable enjeu dans cette audience, ce n'est pas seulement la réglementation nécessaire du secteur des nouveaux médias, c'est l'obligation même de réglementer toute catégorie d'entreprises de radiodiffusion, quelle qu'elle soit, y compris les radiodiffuseurs traditionnels.

Le processus en cours a soulevé énormément d'intérêt. Le Conseil a reçu plus de 150 interventions en réponse à l'avis de consultation qui a précédé cette audience.

***Un milieu profondément divisé, deux approches fondamentalement opposées***

À la lecture de ces interventions, vous aurez constaté que le milieu de la radiodiffusion est profondément divisé en deux camps bien distincts soutenant deux approches fondamentalement opposées quant au bien-fondé de la réglementation des nouveaux médias.

Et c'est entre ces deux visions que vous devrez trancher : entre la vision de l'industrie, des grandes entreprises canadiennes et américaines de la radiodiffusion et de la télécommunication d'une part et, d'autre part, la vision mise de l'avant par les milieux culturels.

- La position des grandes entreprises de programmation en télévision généraliste ou spécialisée, peut se résumer assez simplement. Ils affirment, entre autres, qu'il n'y a pas de pénurie de contenu canadien, car le libre jeu des forces du marché a assuré jusqu'à ce jour et continuera d'assurer à l'avenir une quantité sans cesse croissante de programmation canadienne dans les nouveaux médias. Ils affirment aussi qu'il faut alléger la réglementation des radiodiffuseurs traditionnels parce que l'impact des nouveaux médias non réglementés crée une situation de concurrence inéquitable à leur égard.

Les grandes entreprises de distribution de services de radiodiffusion, par câble ou par SRD, qui sont tous également des fournisseurs de services Internet (FSI) et de services de téléphonie, vont encore plus loin, beaucoup plus loin. Armés d'une

brochette d'avis juridiques, ils soutiennent que la radiodiffusion sur Internet n'est pas de la radiodiffusion au sens des définitions de la Loi sur la radiodiffusion et qu'ils doivent donc être régis uniquement par la Loi sur les télécommunications et qu'il serait illégal de les y soumettre.

De leur côté, la quasi-totalité des associations représentant les diverses catégories de professionnels des secteurs de la télévision, de la radio et de la musique - auteurs, réalisateurs, interprètes, musiciens, techniciens et producteurs - font valoir des positions diamétralement opposées. Ils soutiennent notamment :

- que la radiodiffusion sur Internet est bel et bien de la radiodiffusion au sens de la Loi et que toutes les entreprises canadiennes qui y participent, y compris les FSI, doivent être soumises aux dispositions de la Loi ;
- que le CRTC doit mettre fin aux ordonnances d'exemption en vigueur et imposer une réglementation appropriée aux entreprises de radiodiffusion des nouveaux médias ;
- que toutes ces entreprises doivent être tenues d'apporter une contribution adéquate à la création et à la présentation de programmation canadienne, tout comme c'est le cas pour les radiodiffuseurs traditionnels ;
- que le CRTC doit, notamment, imposer aux FSI de verser un pourcentage des revenus que génèrent leurs activités de distribution et de radiodiffusion dans les nouveaux médias pour soutenir le développement d'une production qui leur est destinée.

***L'obligation de contribution maximale à la création et à la présentation de programmation canadienne est la clé de voûte de la Loi sur la radiodiffusion***

Confronté à deux approches diamétralement opposées quant à la réglementation des nouveaux médias, que doit faire le Conseil ?

Le CRTC a pour mission unique la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion*, ce sont forcément les dispositions pertinentes de Loi qui doivent guider son action.

Nous avons déjà rappelé, en détail, dans notre intervention écrite de décembre dernier, les principales dispositions pertinentes de la Loi. Je vous rappellerai donc très brièvement les trois aspects fondamentaux de cette *Politique canadienne de la radiodiffusion* qui constitue le cœur de la Loi.

- Premièrement, la *Politique* prescrit que toutes les entreprises canadiennes de radiodiffusion, qu'elles soient publiques, privées ou communautaires, fassent partie d'un même ensemble, d'un « système unique », le « système canadien de radiodiffusion », défini comme « un service public essentiel ».
- Deuxièmement, la mission principale de ce service public essentiel est de « renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada », en offrant une programmation qui doit « favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne », « qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes ».
- Troisièmement, « tous les éléments du système canadien doivent contribuer (...) à la création et à la présentation de la programmation canadienne » ; et « toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum

(...) aux ressources créatrices (...) canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation ».

En somme, l'obligation de contribution maximale à la création et à la présentation de contenu canadien apparaît clairement comme la clé de voûte de toute l'architecture de la Loi, l'élément fondamental pour que le système canadien de radiodiffusion puisse vraiment remplir sa mission de service public essentiel.

**Sylvie Lussier**

***Historiquement, le CRTC a considéré la réglementation comme la règle et la méthode optimale pour la mise en œuvre de la Loi***

Depuis sa création, en 1968, le CRTC a essentiellement eu recours aux pouvoirs de réglementation que lui confère la Loi pour s'assurer de la mise en œuvre de la *Politique canadienne de radiodiffusion*.

Le Conseil a ainsi utilisé son pouvoir d'attribuer des licences aux entreprises de radiodiffusion et d'assortir ces licences de conditions qu'il estime indiquées. Il a également édicté divers règlements imposant des obligations particulières aux différentes catégories d'entreprises de radiodiffusion, et, au premier chef, des obligations concernant la présentation de programmation canadienne et une contribution financière à la création ou la production de programmation canadienne.

Mes collègues ont d'ailleurs rappelé, il y a quelques instants, le caractère essentiel et l'impact positif sur le secteur québécois de la radiodiffusion de plusieurs de ces mesures réglementaires.

À cet égard, le Conseil a lui aussi fait valoir à plusieurs reprises dans le passé tous les avantages des mesures réglementaires.

Ainsi, dans sa *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, adoptée en 1996 et toujours en vigueur, le Conseil affirmait, et je cite, qu'un « régime d'attribution de licence pour les entreprises de radiodiffusion restera la norme », car « les règlements et les conditions de licence se sont révélés les mécanismes les plus efficaces pour garantir que les entreprises de radiodiffusion contribuent d'une manière adéquate à la création et à la présentation d'émissions canadiennes ».

***Conformément à la Loi, le CRTC n'a généralement eu recours aux exemptions que dans des circonstances exceptionnelles***

Cela dit, il est vrai que la Loi autorise le CRTC à exempter certaines catégories ou certains groupes d'entreprises de la réglementation usuelle, c'est-à-dire à les soustraire, au moyen d'ordonnances d'exemption, de l'obligation de détenir une licence, de se soumettre aux conditions de cette licence et aux obligations imposées, par règlement, aux autres entreprises.

Mais ce pouvoir d'exemption du CRTC est un pouvoir d'exception, dont le Conseil ne peut se prévaloir que dans des circonstances exceptionnelles.

On constate que la quasi-totalité des ordonnances d'exemptions accordées à ce jour par le CRTC l'ont été effectivement pour des catégories d'entreprises tout à fait

marginales comme, par exemple, les systèmes de radio à ondes courtes ou les tout petits systèmes de distribution par câble.

### ***L'ordonnance d'exemption de 1999 sur la radiodiffusion par les nouveaux médias***

En rendant son *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias* en 1999, le CRTC a d'abord établi clairement que certaines activités sur Internet étaient bel et bien des activités de radiodiffusion au sens de la Loi.

Il a par conséquent décrété que les entreprises qui poursuivaient ces activités étaient bien des entreprises de radiodiffusion au sens de la Loi. Il a donc défini une nouvelle catégorie d'entreprises de radiodiffusion, appelée « entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias », constituée des « entreprises qui offrent des services de radiodiffusion distribués et accessibles sur Internet ».

Ces entreprises font donc partie du système canadien de radiodiffusion. Elles sont une composante de ce service public essentiel au même titre que les radiodiffuseurs traditionnels. Et elles ont donc fondamentalement la même mission que les radiodiffuseurs traditionnels, soit de contribuer au renforcement de la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada en favorisant le développement des expressions canadiennes.

C'est là un point capital. D'autant plus capital que certains intervenants à cette audience, notamment les FSI, contestent aujourd'hui cette décision du CRTC de 1999, en prétendant qu'il n'existe pas d'activités de radiodiffusion au sens de la Loi sur Internet et que les FSI ne peuvent être considérées comme des entreprises de distribution de radiodiffusion susceptibles d'être régies par la Loi.

Revenons maintenant sur les motifs invoqués par le Conseil en 1999 pour justifier l'exemption des entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias et conclure qu'il « n'est pas nécessaire de les réglementer pour atteindre les objectifs de la Loi. ». On se rappellera toutefois que plusieurs avaient fait valoir, à l'époque, que l'argumentaire à la base de cette décision était pour le moins ambigu.

En effet, le Conseil justifiait sa décision en invoquant d'une part, que la radiodiffusion par les nouveaux médias était encore embryonnaire et ne pouvait ainsi avoir d'incidence majeure sur le système canadien de radiodiffusion, même si on imposait un régime réglementaire aux entreprises de nouveaux médias. Pour le Conseil, les nouveaux médias n'auraient qu'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 Internet ». Mais, d'autre part, le Conseil statuait du même coup que la réglementation n'était pas nécessaire parce qu' « il n'y a pas actuellement de pénurie de contenu canadien sur Internet. (...) que les forces du marché favorisent une présence canadienne sur Internet ».

En pratique, le Conseil jouait sur deux tableaux. Il affirmait en effet qu'il n'était pas nécessaire de réglementer ces entreprises de nouveaux médias pour obtenir de leur part une contribution maximale au contenu puisque le libre jeu des forces du marché s'en chargeait automatiquement. Mais, en même temps, le Conseil concluait que la réglementation n'aurait de toute façon pas d'incidence puisque ces entreprises n'avaient qu'un poids marginal dans l'ensemble du système.

Le CRTC peut-il encore invoquer en 2009 les mêmes motifs qu'en 1999 pour maintenir en place l'ordonnance sur les nouveaux médias ?



Examinons un peu la question. À l'échelle mondiale, l'offre globale de contenu de radiodiffusion des nouveaux médias s'est accrue de façon significative depuis dix ans, notamment par le biais de services diffusés sur Internet. La plupart des observateurs s'entendent pour dire qu'elle s'accroîtra de façon exponentielle au cours des prochaines années.

Par ailleurs, même si l'offre des entreprises canadiennes qui poursuivent des activités de radiodiffusion sur les nouveaux médias demeure encore relativement limitée par rapport à l'offre provenant des grands groupes étrangers, notamment américains, elle a néanmoins progressé de façon importante au cours des dernières années.

On peut ainsi affirmer que les entreprises canadiennes de radiodiffusion par nouveaux médias représentent aujourd'hui une composante de plus en plus significative du système canadien de radiodiffusion. On peut également prévoir qu'elles y occuperont une place sans cesse croissante au côté des radiodiffuseurs traditionnels.

Le CRTC ne peut plus invoquer le caractère embryonnaire ou le poids marginal de la radiodiffusion par nouveaux médias au sein du système canadien pour maintenir l'approche d'exemption.

Et bien que les entreprises canadiennes aient aujourd'hui une présence plus importante dans les nouveaux médias et qu'elles y offrent plus de programmation canadienne qu'il y a dix ans, peut-on pour autant affirmer qu'il existe une offre substantielle de contenu canadien par les entreprises canadiennes ? Peut-on de plus affirmer sérieusement que le poids relatif du contenu canadien par rapport au

contenu étranger dans l'offre de ces entreprises représente la contribution maximale à la présentation de contenu canadien qu'exige la Loi ?

M. le Président, nous soutenons que la réponse à ces questions est non.

Nous soutenons en effet que le CRTC ne dispose absolument pas des données et analyses lui permettant de conclure qu'il existe un volume et un poids relatifs réellement significatifs de contenu canadien dans la programmation des entreprises canadiennes des nouveaux médias. Ni, non plus, qu'il existe un niveau substantiel de contribution à la création de contenu canadien de la part de ces entreprises.

Nous soutenons au contraire que la simple fréquentation régulière des services de nouveaux médias offerts par les entreprises canadiennes permet de constater, au moins empiriquement, que globalement le niveau et le poids relatifs de contenu canadien demeurent encore très faibles sur ces plates-formes.

Nous soutenons également que la pratique quotidienne des professionnels du milieu de la télévision permet aussi de constater empiriquement le très faible niveau global de contribution financière des entreprises canadiennes de radiodiffusion de nouveaux médias à la création et à la production de ce type de contenu, qu'il s'agisse de fonds déboursés directement par ces entreprises ou de contributions faites par elles à certains fonds d'aide.

Dans ces circonstances, nous soutenons donc que les dispositions de la Loi ne permettent pas au CRTC de reconduire les ordonnances d'exemption à l'égard des nouveaux médias, en invoquant que le niveau de contenu canadien généré automatiquement par les forces du marché rend toute réglementation superflue.

Nous soutenons, au contraire, que la réglementation est la seule façon d'assurer une contribution maximale des entreprises canadiennes de nouveaux médias à l'atteinte des objectifs de la Loi en matière de contenu canadien.

### **Le Conseil doit prendre la décision de principe de réglementer les nouveaux médias**

#### **Luc Fortin**

M. le Président, les associations ici présentes font valoir que le Conseil peut et doit prendre en conclusion de cette audience la décision de mettre fin aux ordonnances d'exemption des nouveaux médias.

Conséquemment, le CRTC doit donc annoncer simultanément sa décision de principe d'établir un régime réglementaire approprié pour les entreprises canadiennes des nouveaux médias, quitte à poursuivre les études et consultations nécessaires pour élaborer subséquemment les modalités détaillées de ce régime.

Essentiellement, le Conseil doit faire connaître son intention générale d'imposer aux entreprises canadiennes de nouveaux médias des obligations appropriées de contribution à la création et à la présentation de production canadienne.

Le Conseil doit notamment préciser que ce régime réglementaire s'appliquera aux deux grandes catégories d'entreprises de radiodiffusion poursuivant des activités de radiodiffusion de nouveaux médias, soit autant aux services de programmation qu'aux entreprises de distribution de ces services que sont en fait les FSI.

Avant d'aller plus loin, précisons qu'il n'est évidemment pas question de réglementer le contenu produit par les utilisateurs à titre personnel. Nous partageons donc à cet égard le point de vue déjà clairement exprimé par le Conseil.

Règle générale, le CRTC doit imposer aux plus importantes entreprises canadiennes de nouveaux médias, celles qui sont de taille moyenne ou grande, des obligations de contribution à la création et à la présentation de programmation canadienne similaires à celles qu'il impose déjà aux différentes entreprises traditionnelles de télévision ou de radio.

Le Conseil pourrait donc mettre en place un régime d'exemption à l'égard des très petites entreprises, car, bien que ces dernières soient relativement nombreuses, leur poids relatif n'est tout compte fait que marginal dans l'offre globale de radiodiffusion sur les plates-formes de nouveaux médias.

Voyons d'abord les obligations de présentation de contenu canadien que le CRTC doit imposer aux services canadiens de programmation diffusés sur des plates-formes de nouveaux médias.

Nous demandons que le Conseil impose aux services canadiens de télévision qui diffusent une programmation linéaire de type généraliste sur des plates-formes de nouveaux médias un pourcentage minimal de 60 % de programmation canadienne, soit la même proportion que le quota de contenu canadien imposé aux télévisions généralistes traditionnelles. Ce niveau de contenu canadien doit bien sûr être imposé tout autant aux services qui ne sont que la retransmission d'un service diffusé originalement en radiodiffusion traditionnelle qu'aux services généralistes linéaires qui sont diffusés exclusivement sur des plates-formes de nouveaux médias.

Par ailleurs, le Conseil a généralement imposé aux télévisions généralistes traditionnelles, par conditions de licence, des obligations particulières en termes de présentation de contenu canadien pour certaines catégories d'émissions dites prioritaires (dramatiques, émissions pour enfants, documentaires). C'est là une dimension fondamentale de la réglementation du CRTC en télévision. Nous soumettons donc que le Conseil devra élaborer un régime similaire pour les services canadiens de télévision offrant une programmation linéaire de type généraliste sur des plates-formes de nouveaux médias.

Du côté de la radio, le CRTC doit imposer aux services de radio linéaire diffusés sur des plates-formes de nouveaux médias les mêmes obligations qui régissent déjà la programmation des stations de radio traditionnelles, soit un minimum de 35 % de contenu musical canadien et, en ce qui concerne les services de langue française, un minimum de 65 % de musique vocale de langue française. Ici encore, ces minima doivent être imposés tout autant aux services qui ne sont que la retransmission d'un service diffusé originalement en radiodiffusion traditionnelle qu'aux services de radio linéaire qui sont diffusés exclusivement sur des plates-formes de nouveaux médias.

Quant aux services de télévision ou de radio spécialisées diffusés en mode linéaire sur des plates-formes de nouveaux médias, le CRTC doit leur imposer des minima de contenu canadien variables qui reflètent le plus adéquatement possible le niveau de disponibilité de programmation canadienne propre au genre de programmes spécialisés offerts par tel ou tel service.

La réglementation appropriée pour les services de programmation sur demande (VSD) diffusés sur des plates-formes de nouveaux médias est sans doute plus complexe à établir. Le Conseil vient d'ailleurs de déclencher une nouvelle instance publique pour revoir de fond en comble les règles de contenu canadien qui devraient

être imposées à l'avenir à toutes les catégories de services de VSD en radiodiffusion traditionnelle, qu'ils s'agissent des services VSD transactionnels ou de VSD par abonnement.

Cela dit, nous affirmons que le CRTC peut et doit décider, en conclusion de cette audience, du principe général de la réglementation des services de radiodiffusion de nouveaux médias par VSD, quitte à élaborer plus tard un régime réglementaire détaillé. Règle générale, le CRTC devra s'assurer par réglementation que l'offre globale des services de VSD diffusés sur des plates-formes de nouveaux médias comporte des minima de contenu canadien appropriés, reflétant le niveau de disponibilité de programmation canadienne propre au genre de la programmation offerte par tel ou tel service à la demande.

À cet égard, il va de soi que des proportions du niveau de 1/12 ou de 1/10 qui ont été imposées aux services de VSD en radiodiffusion traditionnelle diffusant essentiellement des films ne sauraient être des minima suffisants pour des services dont la programmation serait composée, en tout ou en partie, d'émissions de télévision, puisque la disponibilité de contenu canadien est généralement nettement plus grande pour ce genre de programmation que pour les œuvres cinématographiques.

Passons maintenant aux obligations en terme de contribution financière à la création et à la production de programmation canadienne que le CRTC doit imposer aux entreprises canadiennes de radiodiffusion de nouveaux médias.

Les associations canadiennes représentant les professionnels de la radiodiffusion ont régulièrement fait valoir au Conseil que l'imposition aux services de programmation de télévision de minima de contenu canadien ne suffisait pas. Ils ont

donc réclamé – et continueront de réclamer – qu'on impose également aux services de télévision traditionnelle des obligations de minimum de dépenses affectées à la programmation canadienne. Nous ferons donc valoir, au moment approprié, que de telles règles devraient également s'appliquer aux services de télévision diffusés sur des plates-formes de nouveaux médias.

Quant aux services de radio, nous sommes d'avis que le CRTC devrait imposer aux services de radio diffusés sur des plates-formes de nouveaux médias des règles de contribution financière à la création de contenu musical canadien adéquates, c'est-à-dire similaires aux obligations de soutien au développement des talents canadiens qui sont prescrites à l'égard des stations traditionnelles dans le Règlement de la radio. Essentiellement, ces contributions doivent être proportionnelles aux revenus du service et affectées en priorité à Factor et à MusicAction.

Enfin, concernant les entreprises qui se livrent à des activités de distribution de radiodiffusion sur des plates-formes de nouveaux médias, le CRTC doit notamment annoncer son intention de principe d'imposer aux FSI un régime de contribution financière à la création / production de programmation canadienne destinée aux nouveaux médias, basé un pourcentage correspondant de leurs revenus découlant de leurs activités de distributeur de services de radiodiffusion de nouveaux médias. Comme plusieurs intervenants l'ont déjà fait remarquer, il n'y a en effet aucune raison pour que le Conseil n'impose pas aux FSI une contribution financière à la production de contenu canadien similaire à celle qu'il impose déjà aux entreprises de distribution par câble ou satellite en radiodiffusion traditionnelle.

Ces sommes devraient évidemment être affectées en priorité au soutien à la création et à la production de programmation originale, destinée spécifiquement à une diffusion sur des plates-formes de nouveaux médias.

## **Raymond Legault**

### ***Conclusion***

M. le Président, la réglementation qui est aujourd'hui en place pour la télévision et la radio ne s'est pas bâtie en un jour. Le CRCT l'a mise en place graduellement, au fil du développement de la radiodiffusion canadienne. Nous sommes d'avis que le même phénomène doit se produire pour la réglementation de la radiodiffusion par les nouveaux médias.

L'important, c'est que le Conseil amorce dès maintenant le processus en prenant la décision de mettre fin aux ordonnances d'exemption et en s'engageant immédiatement dans un processus d'élaboration et de mise en place d'un régime réglementaire approprié pour les nouveaux médias.

Si le Conseil décidait, au contraire, de maintenir les ordonnances d'exemption, cette décision aurait selon nous des conséquences catastrophiques sur l'avenir même du système canadien de radiodiffusion. Une telle décision serait en effet perçue comme une déréglementation définitive des nouveaux médias, un segment pourtant sans cesse croissant du système canadien de radiodiffusion. On aboutirait ainsi rapidement à un système à deux vitesses, composé d'un segment traditionnel réglementé, en déclin relatif, et d'un autre segment, en croissance, les nouveaux médias, qui lui serait dérèglementé, le tout au sein d'un système que la Loi qualifie pourtant de système unique.

Il est évident qu'une telle situation, une telle asymétrie, ne pourrait perdurer. Déjà les pressions des radiodiffuseurs traditionnels s'expriment avec force. Déréglementer les nouveaux médias ne pourra conduire qu'à une déréglementation équivalente de la radiodiffusion traditionnelle.



Déréglementer les nouveaux médias, c'est donc signer l'arrêt de mort à très court terme de ce service public essentiel qu'est le système canadien de la radiodiffusion.

Pour nous, M. le Président, pour les artistes, créateurs et artisans de l'audiovisuel québécois, cette déréglementation générale serait dramatique, car elle mettrait en péril la survie même de tout cet écosystème québécois de la culture.

M. le Président, ne l'oublions pas, la population du Québec est fondamentalement attachée à sa télévision, à sa radio, à sa chanson, à son modèle culturel tout entier. Et si le public québécois fait preuve d'un tel attachement, c'est qu'il s'est reconnu d'emblée dans les voix de ses artistes, dans ces voix qui au fil des années ont à la fois reflété et forgé son identité culturelle, je dirais même, son identité nationale.