AQPM

CINÉMA
TÉLÉVISION
WEB

Mémoire de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225

Renouvellement des licences de télévision détenues par les grands groupes de propriété de langues anglaise et française

11 août 2016

AQPM

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ ____ **p. 5**

1. PRÉAMBULE ____ **p. 11**

2. DE L'IMPORTANCE DE LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE AU QUÉBEC ____ **p. 11**

3. CONTEXTE DU PRÉSENT RENOUVELLEMENT ____ **p. 14**

3.1 Les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe ____ **p. 15**
3.2 Les nouvelles orientations du CRTC en matière de programmation canadienne ____ **p. 20**

4. ANALYSE DES DEMANDES DE CHAQUE GROUPE DÉSIGNÉ **p. 21**

4.1 Groupe V Média ____ **p. 22**
4.2 Québecor Média ____ **p. 32**
4.3 Bell Média ____ **p. 40**
4.4 Corus Entertainment ____ **p. 45**

5. DE LA NÉCESSITÉ D'ENCADRER LE MARCHÉ DE LANGUE FRANÇAISE ____ **p. 50**

5.1 Les obligations de DÉC, d'ÉIN et de production indépendante ____ **p. 50**
5.2 La production canadienne de langue originale française ____ **p. 54**
5.3 Les ententes commerciales ____ **p. 56**

6. AUTRES QUESTIONS ____ **p. 57**

6.1 Les obligations de DÉC par service individuel ____ **p. 57**
6.2 La production indépendante régionale ____ **p. 57**

7. CONCLUSION ____ **p. 60**

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Volume de production de contenu écran au Canada, Québec versus reste du Canada, 2014-2015

Tableau 2 : Production télévisuelle en pourcentage du volume de production de contenu écran au Canada, Québec versus reste du Canada, 2014-2015

Tableau 3 : Répartition des dépenses de programmation du réseau V Interactions entre DÉC et DÉNC, 2013 à 2015

Tableau 4 : Simulation, DÉC en pourcentage des revenus, pourcentage constant versus pourcentage réduit

Tableau 5 : Application des données du réseau V Interactions à la simulation

Tableau 6 : Répartition de la réduction des dépenses de programmation et production du réseau V Interactions entre DÉC et autres, 2015 et 2021

Tableau 7 : Groupe V Média, groupe désigné de langue française, revenus et dépenses selon différents paramètres, 2012 à 2015

Tableau 8 : Groupe V Média, groupe désigné de langue française, prévisions financières

Tableau 9 : Répartition des dépenses de programmation du réseau TVA entre DÉC et DÉNC, 2013 à 2015

Tableau 10 : Répartition des dépenses de programmation de l'ensemble des services facultatifs de Québecor Média entre DÉC et DÉNC, 2013 à 2015

Tableau 11 : Québecor Média, groupe désigné de langue française, revenus et dépenses selon différents paramètres, 2012 à 2015

Tableau 12 : Québecor Média, groupe désigné de langue française, prévisions financières

Tableau 13 : Bell Média, groupe désigné de langue française, revenus et dépenses selon différents paramètres, 2012 à 2015

Tableau 14 : Bell Média, groupe désigné de langue française, prévisions financières

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

Tableau 15 : Historia et Séries+, revenus et dépenses selon différents paramètres, 2012 à 2015

Tableau 16 : Historia et Séries+, prévisions financières

Tableau 17 : DÉC proposées en pourcentage de la moyenne historique, trois principaux groupes

Tableau 18 : Engagements en matière de programmation et de nouvelles locales des stations du réseau TVA et du réseau V Interactions

ANNEXES

Annexe 1 : Données détaillées, service par service, ayant servi à établir les données du Tableau 11

Annexe 2 : Données détaillées, service par service, ayant servi à établir les données du Tableau 12

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

RÉSUMÉ

1. *Dans le présent mémoire, l'AQPM souligne l'importance de la production télévisuelle dans l'écosystème de la production de contenu écran au Québec de même que la place centrale qu'occupe la télévision de langue française dans le reflet de la dualité linguistique canadienne et le rayonnement de la culture française en Amérique. Elle mentionne également le rôle prépondérant que joue la production indépendante dans la réussite exceptionnelle de la télévision canadienne de langue française qui accapare autour de 93 % de l'écoute télévisuelle totale des Francophones du Québec, selon Numéris.*

2. *L'AQPM rappelle ensuite les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe préconisée par le Conseil ainsi que ceux sur lesquels s'appuie la stratégie exposée dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86 :* Aller de l'avant – Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée.

3. *Elle invite le Conseil à faire respecter ces paramètres fondamentaux dans le présent processus de renouvellement des grands groupes de radiodiffusion de langue française. Notamment les suivants :*

   Exiger de tout groupe de radiodiffusion qui désire adopter l'approche de renouvellement par groupe et bénéficier de la flexibilité de répartir ses dépenses d'émissions canadiennes (DÉC) entre ses services facultatifs et, le cas échéant, entre ses services de télévision traditionnelle et ses services facultatifs, qu'il accepte à titre de conditions de licence :

   - ***des obligations de DÉC exprimées en pourcentage des revenus bruts réalisés par l'ensemble des services du groupe désigné au cours de l'année précédente ; pourcentage basé sur la moyenne historique des trois années complétées précédant le renouvellement ;***

   - ***des obligations de dépenses d'ÉIN exprimées en pourcentage des revenus bruts réalisés par l'ensemble des services du groupe désigné au cours de l'année précédente ; pourcentage basé sur la moyenne historique des trois années complétées précédant le renouvellement ;***

     - ***dont au moins 75 % doivent être consacrés à la production indépendante.***

4. *L'AQPM est d'avis que c'est la meilleure manière de stabiliser la base de DÉC dans le marché de radiodiffusion de langue française tout en l'élargissant à tous les services facultatifs desservant plus de 200 000 abonnés, comme le veut la PRR*

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

2015-86. C'est aussi la seule façon d'encadrer la présence d'ÉIN dans ce marché, compte tenu de la suppression de la nature des services facultatifs et conséquemment de la suppression des conditions de licence qui assuraient que certains de ces services devaient consacrer une part importante de leur programmation aux émissions de catégorie 2 b (Documentaires), 7 (Dramatiques) 8 (Variétés) et 9 (Musique et danse). Il s'agit également, comme le souligne le Conseil, de la seule façon de fournir, dans le contexte de l'approche de renouvellement par groupe, un encadrement réglementaire favorisant l'atteinte de l'objectif de la Loi sur la radiodiffusion *relatif au recours à la production indépendante.*

5. *L'AQPM est convaincue qu'afin de reconnaître, comme le veut la Loi, que «* les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins *», il est essentiel d'imposer à tous les groupes désignés de langue française des obligations identiques quant à leur principe. Des obligations qui reflètent adéquatement leurs pratiques historiques concrètes, ces dernières étant dictées par les caractéristiques et les besoins particuliers du marché de la radiodiffusion de langue française.*

6. *L'AQPM procède ensuite à l'analyse des demandes des quatre groupes de langue française en renouvellement et constate, à regret, que la plupart des requérantes proposent, dans leur demande initiale, d'être considérées comme un groupe désigné et de bénéficier de la souplesse de répartition de leurs DÉC entre leurs différents services de programmation, tout en se refusant à accepter les obligations inhérentes à l'approche de renouvellement par groupe. Ces exigences sont l'acceptation d'obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN pour le groupe désigné, fixées en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique et assorties, dans le cas des dépenses d'ÉIN, d'une obligation de consacrer au minimum 75 % de ces dépenses à la production indépendante.*

7. *Ainsi :*

   - *Québecor Média refuse d'être assujettie à une obligation de DÉC pour le groupe désigné qu'elle propose qui soit fixée en pourcentage des revenus et refuse d'accepter toute obligation que ce soit en matière d'ÉIN pour ce groupe désigné.*

     En matière de DÉC, elle propose un engagement fixé en pourcentage des dépenses totales de programmation du groupe désigné ; pourcentage arbitraire et sensiblement inférieur à la moyenne historique des trois dernières années.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

- *Groupe V Média refuse d'être assujettie à une obligation de DÉC fixée en pourcentage des revenus de même que toute obligation que ce soit en matière d'ÉIN pour le groupe qu'elle propose.*

  En matière de DÉC, elle propose, dans sa demande initiale, un engagement fixé en pourcentage des dépenses totales de programmation ; pourcentage arbitraire et sensiblement inférieur à la moyenne historique des trois dernières années. Puis, elle finit par accepter des obligations de DÉC en pourcentage des revenus pour ses stations traditionnelles largement inférieures à la moyenne des trois dernières années ainsi que des obligations individuelles de DÉC pour ses services facultatifs dont le taux est très inférieur à celui de ses obligations actuelles dans le cas de MusiMax.

- *Corus Entertainment, dans sa demande initiale, refuse d'être assujettie à une obligation de DÉC fixée en pourcentage des revenus pour le groupe désigné de deux services qu'elle propose et refuse d'accepter toute obligation que ce soit en matière d'ÉIN.*

  En matière de DÉC, elle propose des obligations individuelles par service pour finalement accepter une obligation de DÉC pour le groupe désigné mais continue de refuser toute obligation d'ÉIN.

- *Seule Bell Media accepte d'emblée d'être assujettie à une obligation de DÉC pour le groupe désigné qu'elle propose, fixée en pourcentage des revenus, et une obligation de dépenses d'ÉIN, également fixée en pourcentage des revenus, dont 75 % devant être alloués à la production indépendante.*

  Mais elle propose un pourcentage de dépenses d'ÉIN nettement inférieur, tant à ses obligations actuelles qu'à la moyenne historique du nouveau groupe désigné de langue française.

8. *L'AQPM invite donc le Conseil à rejeter ces propositions et à exiger des requérantes qu'elles respectent les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe afin de se prévaloir des avantages qui en découlent. Cela se traduirait par les obligations suivantes :*

   - ***Pour le groupe désigné de Groupe V Média, des obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN fixées respectivement à 48 % et 15 % des revenus bruts réalisés par les services du groupe désigné au cours de l'année précédente.***

   - ***Pour le groupe désigné de Québecor Média, des obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN fixées respectivement à 50 % et 19 % des revenus bruts réalisés par les services du groupe désigné au cours de l'année précédente.***

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

- ***Pour le groupe désigné de Bell Média, des obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN fixées respectivement à 34 % et 17 % des revenus bruts réalisés par les services du groupe désigné au cours de l'année précédente.***

Avec, dans tous les cas, l'obligation de consacrer au moins 75 % des dépenses d'ÉIN à la production indépendante.

9. *L'AQPM soumet respectueusement qu'il n'y a rien d'inapproprié ou de déraisonnable à imposer aux groupes désignés de langue française des obligations selon les mêmes paramètres que celles imposées dans le passé aux groupes de langue anglaise ou bilingues. Obligations qui, reflètent tout simplement leurs propres conditions d'exploitation et pratiques historiques dans le contexte particulier de la radiodiffusion de langue française et qui tiennent compte des attentes des téléspectateurs francophones.*

10. *Cette approche s'avère équitable puisque, les groupes désignés de langue française ayant une composition similaire (combinaison de service de télévision traditionnelle et de services facultatifs) auront des obligations de DÉC également semblables (48 % / 50 %). De même pour les dépenses d'ÉIN alors que les trois principaux groupes désignés auront des obligations similaires (variation de 15 % à 19 %).*

11. *Dans le cas de Corus Entertainment (« Corus »), l'AQPM s'interroge sur la pertinence de créer un groupe désigné de langue française composé de seulement deux services. Elle réitère que si Corus désire bénéficier de la flexibilité de répartir ses DÉC entre ces deux services, elle doit accepter une obligation de dépenses d'ÉIN pour ce groupe désigné, fixée en pourcentage des revenus et basée sur la moyenne historique.*

12. *À défaut, Historia et Séries+ devraient renouveler leur licence respective à titre individuel, comme cela a été fait lors de leur acquisition. Dans ce cas, nous demandons au Conseil de maintenir les conditions de licence afférentes à la production indépendante inscrites dans les conditions actuelles de licence d'Historia et de Séries+.*

13. *Par ailleurs, l'AQPM s'attaque à l'argument à l'effet que les caractéristiques du marché de radiodiffusion de langue française suffiront à elles seules à stabiliser la base de DÉC et à maintenir le niveau de dépenses d'ÉIN dans ce marché, sans qu'il y ait besoin de le réglementer.*

14. *L'AQPM remarque que rien dans le cadre réglementaire de l'approche de renouvellement par groupe ne permet de prendre en compte le besoin - « essentiel » selon le Conseil - que les diffuseurs de langue française contribuent à la production d'émissions originales dans la langue première du service, en*

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

l'occurrence le français. Pour combler cette lacune dans l'encadrement réglementaire de l'approche de renouvellement par groupe, l'AQPM demande au Conseil :

- ***d'imposer à tous les groupes désignés de langue française une condition de licence à l'effet qu'au moins 75 % des dépenses d'émissions canadiennes (DÉC) du groupe soient consacrées à des émissions de langue originale française.***

15. *L'AQPM fait ensuite état des difficultés grandissantes que les producteurs rencontrent dans leurs négociations avec les grands groupes de radiodiffusion de langue française, depuis que le CRTC a fait part de son intention de ne plus exiger la signature d'ententes commerciales comme condition de licence des diffuseurs. Ces difficultés se traduisent par une multiplication de clauses contractuelles de plus en plus défavorables aux producteurs notamment en ce qui a trait aux marchés d'exploitation des contenus.*

16. *C'est pourquoi l'AQPM demande au Conseil :*

- ***de surseoir à son intention de supprimer la condition de licence exigeant la signature d'une entente commerciale avec les associations représentatives des producteurs indépendants dans les cas où cette exigence était présente et de l'inclure dans les conditions de renouvellement de licences des grands groupes dans les cas où cette obligation ne s'y retrouvait pas.***

17. *Enfin, l'AQPM réitère qu'elle est résolument convaincue que la programmation locale des stations de télévision en direct ne doit pas se concentrer exclusivement sur les bulletins de nouvelles locales mais inclure aussi des émissions de catégories variées produites par des producteurs indépendants locaux ou régionaux enracinés dans les communautés desservies par ces stations.*

18. *À cette fin, et dans la foulée de l'adoption de la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224, l'AQPM soumet les recommandations suivantes au Conseil :*

- ***exiger de toutes les stations locales qu'elles respectent leurs obligations minimales en matière d'émissions reflétant la réalité locale, sans comptabiliser la publicité.***

- ***reconduire au minimum les obligations inscrites dans les conditions de licence des stations de Québec, soit de 18 heures/semaine dans le cas de CFCM-DT Québec (TVA) et de 10 heures dans le cas de CFAP-DT Québec (V).***

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

- ***exiger qu'au moins 25 % des heures minimales de diffusion de programmation locale des stations régionales soient consacrés à d'autres catégories d'émissions que les nouvelles locales (catégories 1 et 2 a) et soient produites par des producteurs indépendants locaux ou régionaux enracinés dans la communauté desservie par la station.***

19. *L'AQPM invite également le Conseil à maintenir son attente à l'effet que les émissions diffusées par les services facultatifs reflètent elles aussi adéquatement toutes les régions du Québec et que leurs titulaires fournissent aux producteurs œuvrant dans ces régions l'occasion de produire des émissions destinées à leurs services. Et surtout à exiger des titulaires qu'elles rendent des comptes quant au respect de cette attente, en fournissant des donnés sur cette production régionale intra-québécoise en termes de nombre de projets, de nombre d'heures et de montant de dépenses, ventilées par régions, comme le Conseil l'a fait pour la production régionale à l'échelle canadienne dans le cadre des présents renouvellements.*

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8500 F 514 392-0232 AQPM.CA

1. PRÉAMBULE

1. Le présent mémoire est soumis par l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM). L'AQPM regroupe la vaste majorité des entreprises québécoises de production indépendante, produisant ou coproduisant en français et en anglais pour le cinéma, la télévision et le web. À ce titre, elle est directement interpelée par le processus de renouvellement des licences de télévision détenues par les grands groupes de propriété de langues anglaise et française et elle souhaite comparaître à l'audience publique.

2. Le Conseil ayant demandé aux grands groupes de propriété disposant de services de programmation dans les deux langues officielles de soumettre une demande de renouvellement distincte pour chaque groupe linguistique, notre intervention se concentrera sur le renouvellement des licences des groupes de radiodiffusion de langue française, soit Bell Média, Corus Entertainment, Groupe V Média et Québecor Média.

3. Pour cette raison, notre demande de comparution porte sur la première partie de l'audience qui s'amorcera à Laval, le 22 novembre 2016. L'AQPM ne souhaite pas comparaître lors de la poursuite de l'audience qui s'amorcera le 28 novembre à Gatineau.

2. DE L'IMPORTANCE DE LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE AU QUÉBEC

4. L'industrie de la production de contenu écran au Canada est d'une importance économique, sociale et culturelle importante. Selon le *Profil 2015* publié par l'AQPM, la Canadian Media Production Association (CMPA), le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et le Groupe Nordicité ltée, le volume de la production de contenu écran au Canada dépassait les 7 milliards de dollars en 2014-2015[1]. Cette industrie ajoutait près de 9 milliards de dollars au produit intérieur brut national et générait 148 500 emplois ETP de façon directe ou indirecte.

5. Ce volume global inclut la production canadienne et la production étrangère réalisée au Canada de même que les services de production. Pour sa part, la production canadienne comprend tant la production cinématographique que télévisuelle[2].

[1] Incluant la production pour médias numériques convergents estimée à 70,1 M$, soit 0,001 % du total.
[2] Au sein de laquelle, se retrouvent les productions indépendantes et celles réalisées à l'interne par les diffuseurs.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

6. Tout comme la radiodiffusion de langue française se distingue de celle de langue anglaise, la production de contenu écran au Québec se distingue fortement de son équivalent dans le reste du Canada, comme l'indique le Tableau 1.

TABLEAU 1
VOLUME DE PRODUCTION DE CONTENU ÉCRAN AU CANADA
QUÉBEC VERSUS RESTE DU CANADA, 2014-2015

Provinces et territoires	IND	INT	Total CND	ETR	Total
Québec (M$)	988	331	1 319	275	1 594
En % du total	**62 %**	**21 %**	**83 %**	**17 %**	**100 %**
En % du total CND	*75 %*	*25 %*	*100 %*		
Canada hors Québec (M$)	1 969	1 184	3 153	2 325	5 477
En % du total	**36 %**	**22 %**	**58 %**	**42 %**	**100 %**
En % du total CND	*62 %*	*38 %*	*100 %*		

IND : Production indépendante ou affiliée
INT : Production interne des diffuseurs
CND : Production canadienne
ETR : Production étrangère et services de production

Source : Profil 2015

7. Au Québec, l'industrie de la production de contenu écran est beaucoup plus centrée sur la production canadienne que dans le reste du Canada. Le contenu canadien y représente 83 % de l'activité de production, comparativement à 58 % pour les autres provinces. Environ 30 % du volume total de production canadienne s'effectuent au Québec. L'industrie québécoise est donc particulièrement sensible aux fluctuations du volume de production de contenu canadien.

8. Autre caractéristique distinctive : la production indépendante de contenu canadien représente 62 % de l'activité totale de production de contenu écran au Québec, comparativement à 36 % dans le reste du Canada. Si l'on tient compte seulement de la production de contenu canadien, la production indépendante accapare 75 % du total au Québec comparativement à 62 % dans le reste du Canada.

9. Enfin, comme l'indique le Tableau 2, au Québec, la production télévisuelle canadienne représente à elle seule 72 % de l'activité globale de production de contenu écran comparativement à 54 % dans le reste du Canada.

10. La production télévisuelle canadienne est donc au cœur de la production de contenu écran au Québec, beaucoup plus qu'elle ne l'est ailleurs au Canada. Elle est l'élément clé et le moteur de l'industrie de production de contenu écran du Québec, celle qui fournit l'essentiel des opportunités de création et de production, des emplois et des retombées économiques. Et la production indépendante est au

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 382-0232 AQPM.CA

cœur de la production télévisuelle québécoise. Elle est un facteur prépondérant dans la réussite exceptionnelle de la télévision canadienne de langue française puisque, bon an mal an, elle accapare autour de 93 % de l'écoute télévisuelle totale des Québécois, selon Numéris.

TABLEAU 2 :
PRODUCTION TÉLÉVISUELLE EN POURCENTAGE DU VOLUME DE PRODUCTION DE CONTENU ÉCRAN QUÉBEC VERSUS RESTE DU CANADA, 2014-2015

	IND	INT	Total	En % du volume total de contenu écran	Volume total de contenu écran
Québec	810	331	1141	**72 %**	1 594
Reste du Canada	1 798	1 184	2 982	**54 %**	5 477

IND : Production indépendante ou affiliée
INT : Production interne des diffuseurs

Source : Profil 2015

11. C'est dire l'importance que revêt le présent renouvellement de licences des grands groupes de radiodiffusion de langue française pour nos membres, mais aussi pour tout le milieu de la production indépendante québécoise : auteurs, scénaristes, réalisateurs, techniciens, artistes-interprètes, compositeurs et autres artisans. Ces renouvellements de licences touchent également l'ensemble des téléspectateurs qui apprécient et écoutent les émissions francophones produites au Québec.

12. Ce processus est en fait d'une importance capitale pour l'affirmation de la culture québécoise et pour la concrétisation de la dualité linguistique canadienne. Le Québec est le foyer majeur de la production télévisuelle de langue française au Canada comme en Amérique du Nord. Cette production, grâce à sa diffusion, est un instrument privilégié d'affirmation et de rayonnement de l'identité culturelle francophone car c'est souvent à travers elle que les citoyens d'ici découvrent et apprennent à mieux connaître les créateurs et artistes canadiens de langue française de toutes les disciplines.

13. Dans un contexte où les principaux groupes de langue française en renouvellement anticipent une baisse graduelle de leurs revenus bruts au cours de la prochaine période de licence, l'AQPM est consciente que si le Conseil impose à ces groupes le respect des paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe, cela se traduira par une baisse proportionnelle des dépenses d'émissions canadiennes (DÉC) et d'émissions d'intérêt national (ÉIN),

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

puisque les obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN s'expriment en pourcentage des revenus bruts de l'année précédente. Compte tenu de l'importance des enjeux, nous demandons au Conseil, de ne pas aggraver la situation en acceptant les propositions de réduction significative des pourcentages de DÉC et/ou d'ÉIN par rapport à leur moyenne historique que formulent les requérantes. Agir autrement amplifierait de façon déraisonnable la baisse du volume de production télévisuelle canadienne de langue française.

3. CONTEXTE DU PRÉSENT RENOUVELLEMENT

14. Depuis des décennies, les politiques culturelles, les programmes d'aide financière et le cadre règlementaire ont favorisé la production et la diffusion d'un contenu canadien diversifié. Le nouvel environnement se caractérise notamment par la multiplication des canaux et des plateformes de diffusion, par l'avènement de nouveaux joueurs dont des multinationales étrangères et par des changements dans les habitudes d'écoute. Il provoque de profondes remises en question, de multiples consultations et l'essor de pratiques novatrices pour rejoindre tous les publics sur tous les écrans avec un contenu qui reflète les valeurs et le talent des professionnels qui le créent et le produisent.

15. C'est dans ce contexte que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié, le 12 mars 2015, la Politique règlementaire de radiodiffusion (PRR) CRTC 2015-86 : *Aller de l'avant – Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée.* Il y fait part de sa vision afin « *de bâtir un futur système canadien de télévision qui encourage la création par des Canadiens d'une programmation captivante et diversifiée* »[3].

16. Dans cette dernière politique réglementaire, le Conseil, après voir procédé à une évaluation de l'efficacité de l'approche de renouvellement par groupe, a déterminé que cette approche était pertinente et qu'elle serait maintenue dans le marché de langue anglaise. Il encourageait les services de langue française conjointement détenus à se faire reconnaître comme groupe désigné lors de leur renouvellement de licence.

17. Le présent processus de renouvellement des licences de télévision détenues par les grands groupes de langue française découle donc de la volonté du Conseil de favoriser cette approche. Une approche dont il a défini les paramètres à quelques reprises dans les dernières années pour les grands groupes de propriété de langue anglaise et bilingue[4].

---

[3] 1er paragraphe du résumé de la PRR 2015-86

[4] Voir notamment les politiques réglementaires de radiodiffusion CRTC 2010-167 et CRTC 2012-596, les décisions de radiodiffusion CRTC 2011-441, 2012-241 et 2014-399.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

3.1 Les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe

18. Il nous apparaît donc essentiel, dans un premier temps, de rappeler les paramètres fondamentaux qui définissent l'approche de renouvellement par groupe. Ces paramètres fondamentaux sont les suivants :

- ***Acceptation d'une obligation de dépenses d'émissions canadiennes (DÉC) pour l'ensemble des services du groupe[5], fixée en pourcentage des revenus de l'année précédente et basée sur la moyenne historique des trois dernières années de radiodiffusion complétées précédant le renouvellement de licence.***

- ***Acceptation d'une obligation de dépenses d'émissions d'intérêt national (ÉIN) pour l'ensemble des services du groupe, fixée en pourcentage des revenus de l'année précédente et basée sur la moyenne historique des trois dernières années de radiodiffusion complétées précédant le renouvellement de licence,***

    - ***dont au moins 75 % doivent être consacrés à la production indépendante.***

En contrepartie, les groupes désignés obtiennent la souplesse et la flexibilité de répartir les DÉC et les EIN du groupe entre les différents services qui le composent. Plus précisément :

- ***les titulaires de services facultatifs faisant partie d'un groupe désigné peuvent attribuer 100 % du montant requis de leurs DÉC à tout autre service facultatif admissible ou à des services de télévision traditionnelle appartenant au même groupe désigné;***

- ***les titulaires de services de télévision traditionnelle faisant partie d'un groupe désigné peuvent attribuer jusqu'à 25 % du montant de leurs DÉC à tout service facultatif faisant partie du même groupe désigné;***

---

[5] Lors du processus initial, il a été établi, pour les groupes de langue anglaise comprenant des réseaux régionaux ou nationaux de télévision traditionnelle et un éventail de services facultatifs, des pourcentages distincts de DÉC pour la télévision traditionnelle et pour les services facultatifs. Nous notons que dans leur demande initiale, les deux groupes de langue française dans la même situation – Québecor Média et Groupe V Média - proposent plutôt un pourcentage unique pour tout le groupe, qu'ils basent sur les dépenses totales de programmation. L'AQPM souscrit à cette approche de pourcentage unique pour tout le groupe. Toutefois, elle souhaite que ce pourcentage soit basé sur les revenus bruts de l'année précédente, comme le requiert l'approche de renouvellement par groupe établie par le Conseil.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

- ***les titulaires peuvent attribuer les dépenses d'ÉIN du groupe désigné aux différents services qui le composent, sans restriction, puisque les dépenses d'ÉIN s'appliquent uniquement au groupe et non aux services individuels ;***

- ***au cours de chaque année de leur période de licence, les titulaires peuvent reporter à une année subséquente, à l'exception de la dernière année, les dépassements de leurs dépenses minimales en ÉIN et en DÉC afin de réduire leurs obligations de dépenses minimales à effectuer lors de cette année subséquente.***

19. Notons que cette flexibilité de répartir les DÉC entre les différents services d'un groupe désigné constituait déjà un avantage très significatif dans le contexte réglementaire général qui a présidé à l'implantation de l'approche de renouvellement par groupe en 2011 et en 2012. Un avantage accru par le contexte réglementaire découlant de *Parlons télé* qui établit que tous les services facultatifs faisant partie d'un groupe désigné sont désormais des services *généralistes*, autorisés à diffuser toutes les catégories d'émissions énoncées à l'article 6 de l'annexe 1 du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*. Et cela, sans restriction, sauf pour une limite de 10 % des heures mensuelles de radiodiffusion pouvant être consacrées à des émissions de sports professionnels (catégorie 6 a).

20. Précisons que, tant dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86 (« PRR 2015-86 ») que dans l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225 (« ACR 2016-225 »), le Conseil ne remet aucunement en cause ces paramètres fondamentaux, que ce soit pour leur application dans le marché de langue anglaise ou dans le marché de langue française.

21. Au contraire, dans la PRR 2015-86 le Conseil réitère l'importance de maintenir dans le cas des groupes désignés existants ou désirant accéder à ce statut, des obligations en matière de DÉC et d'ÉIN. Il a notamment déclaré en ce qui a trait aux DÉC :

> « *213. Au cours de l'instance Parlons télé, les Canadiens ont clairement fait savoir qu'ils s'attendaient à du contenu de grande qualité de leur système de télévision. La création de productions canadiennes captivantes de grande qualité exige notamment des investissements financiers. Investir dans du contenu de grande qualité largement accessible et bien promu attire l'auditoire et génère par conséquent des revenus. À leur tour, ces revenus peuvent être réinvestis dans la production de contenu futur. Selon le Conseil, les exigences de DÉC représentent une mesure incitative nécessaire pour créer ce type de cercle vertueux de production.*

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

214. En outre, ces exigences sont des outils importants à la réalisation des objectifs de la Loi mentionnés ci-dessus[6], particulièrement compte tenu des conclusions ci-dessus à l'égard de la présentation[7]. En particulier, appliquer les exigences de DÉC à tous les services de programmation autorisés garantira que ces éléments du système de télédiffusion contribuent de façon appropriée à la création et à la présentation de programmation canadienne. De même, fixer le pourcentage des DÉC à des niveaux appropriés assurera l'utilisation optimale et prépondérante des ressources canadiennes dans la création de programmation de grande qualité.

[...]

217. Compte tenu de ce qui précède, en ce qui concerne le marché de langue anglaise (incluant les services en langue tierce), le Conseil appliquera les exigences de DÉC à tous les services autorisés. Les services qui n'ont pas présentement d'exigence de DÉC s'en verront imposer une lors du renouvellement de licence. Le pourcentage des DÉC sera basé sur les pourcentages de dépenses consacrées dans le passé.

[...]

221. En ce qui concerne les services facultatifs de langue anglaise et en langue tierce, les exigences au titre des DÉC seront mises en place pour tous les services qui comptent plus de 200 000 abonnés. [...] les DÉC pour les services autorisés seront établies au cas par cas et basés sur les pourcentages historiques.

[...]

224. En ce qui concerne les services facultatifs de langue française, le Conseil imposera des exigences de DÉC à tous les services qui comptent plus de 200 000 abonnés. Ces exigences seront établies au cas par cas et se baseront sur les pourcentages de dépenses historiques. »

22. Et il ajoute concernant les dépenses d'ÉIN :

---

[6] Il s'agit des articles 3(1) e) et f).

[7] Il s'agit : a) de la réduction des obligations de diffusion de contenu canadien des stations de télévision traditionnelle qui étaient de 55 % de la journée complète et de 50 % de la période de radiodiffusion en soirée à seulement 50 % de la période de radiodiffusion en soirée (ce qui représente 17 % de l'ensemble de la journée de radiodiffusion) et b) de la réduction des obligations individuelles des services facultatifs de catégorie A qui étaient de 54 % de la journée de radiodiffusion en moyenne pour les services spécialisés de langue française, à 35 % sans obligation pour la période de radiodiffusion en soirée.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

« 288. Le Conseil estime que les exigences de dépenses en matière d'ÉIN sont toujours utiles en vue de garantir que les Canadiens aient accès au plus grand nombre possible d'émissions des catégories d'émissions qualifiées d'intérêt national et qui exigent un soutien réglementaire continuel. Ce point de vue est partagé par un très grand nombre d'intervenants, y compris des particuliers canadiens.

289. [...] Les exigences actuelles en matière d'ÉIN, y compris les catégories d'émissions spécifiques pour chaque marché linguistique, seront donc maintenues.

290. Pour les services dans le marché de langue française, le Conseil examinera les exigences en matière d'ÉIN lors de leurs prochains renouvellements de licence. Le Conseil tiendra compte des circonstances particulières de chaque service, y compris leur inclusion dans des groupes de propriété de tailles et de situations variées, lorsqu'il décidera des exigences.

291. Le Conseil estime également que la condition de licence exigeant qu'au moins 75 % des exigences de dépenses au titre des ÉIN soient consacrées à des émissions produites par des producteurs indépendants est l'un des moyens par lequel l'objectif de la Loi relatif au secteur indépendant est respecté ; cette condition devrait donc être maintenue. »

23. Le Conseil établit donc clairement que les exigences de DÉC sont des outils importants pour l'atteinte des objectifs 3(1) e) et f)[8] de la *Loi sur la radiodiffusion*. Il ajoute qu'afin de contribuer à un « *cercle vertueux de production* », il est nécessaire que ces exigences soient établies selon un pourcentage des revenus. Il estime également que l'imposition aux groupes désignés d'obligations en matière de dépenses d'ÉIN, assorties de l'obligation d'allouer 75 % de ces dépenses à la production indépendante, sont toujours utiles et constituent également des outils importants pour l'atteinte des objectifs de la *Loi* relatifs à la diversité de programmation[9] et au recours à la production indépendante[10].

---

[8] Art. 3(1) e) *tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne.*
Art. 3(1) f)) *toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation à moins qu'une telle pratique ne s'avère difficilement réalisable en raison de la nature du service — notamment, son contenu ou format spécialisé ou l'utilisation qui y est faite de langues autres que le français ou l'anglais — qu'elles fournissent, auquel cas elles devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du possible;*

[9] Art. 3(1) d) (ii) et 3(1) i) (ii), (iii) et (iv)

[10] Art. 3(1) i) (v)

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

24. Dans le cas des groupes désignés de langue française, qui en seront à leur première reconnaissance à ce titre, le Conseil se dit prêt à discuter des pourcentages pertinents, compte tenu « *des circonstances particulières de chaque service, y compris leur inclusion dans des groupes de propriété de tailles et de situations variées, lorsqu'il décidera des exigences* », mais sans remettre en cause le fait qu'il y aura exigences. Le Conseil réitère ce postulat dans le préambule d'une des questions soumises aux requérantes de langue française désireuses d'être reconnues comme groupe désigné dans le cadre du présent renouvellement, alors qu'il évoque des discussions possibles sur le « *niveau de contribution financière* »[11] [nos soulignés] et non sur le principe d'une contribution financière obligatoire.

25. Dans le contexte réglementaire général découlant de l'instance *Parlons télé*, l'imposition aux grands groupes de radiodiffusion d'exigences de dépenses d'ÉIN en pourcentage des revenus revêt selon nous une importance inégalée et devient même une nécessité incontournable.

26. En effet, dans le passé, le mécanisme principal par lequel le Conseil s'assurait d'une présence minimale appropriée des émissions dites prioritaires ou d'intérêt national dans la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion, était la sélection des services à travers un processus compétitif et l'imposition de conditions de licences liées à la nature du service dans le cas des services facultatifs. Des conditions de licence particulières relatives à la diffusion de ces émissions pouvaient aussi être imposées aux stations de télévision traditionnelle.

27. Lorsque le Conseil a mis en œuvre l'approche de renouvellement par groupe au début de la décennie 2010, il a ajouté des obligations d'ÉIN applicables à l'ensemble des services d'un groupe désigné, tout en conservant, dans le cas des services facultatifs, des définitions de la nature du service et des conditions de licence afférentes prévoyant un pourcentage minimal ou maximal de diffusion pour certaines catégories d'émissions liées à la nature du service facultatif. Ces deux obligations se renforçaient mutuellement, pour assurer la présence d'ÉIN dans l'offre de programmation proposée aux Canadiens.

28. Aujourd'hui, l'une de ces obligations a disparu. Le Conseil a éliminé la politique sur la protection des genres et les protections afférentes pour tous les services facultatifs de langue anglaise et de langue française[12]. Les services facultatifs n'ont plus à se soumettre à une nature de service contraignante et le Conseil leur a permis de supprimer toutes les conditions qui exigeaient qu'un minimum ou un maximum d'émissions de telle ou telle catégorie soient diffusées, sauf pour les émissions de sports professionnels.

---

[11] Formulaire de renouvellement de licence : B. Questions sur l'approche par groupe. L'approche par groupe et le marché de langue française. Préambule à la question 1.

[12] Rappelons l'opposition de l'AQPM à la suppression de ces obligations.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

29. **Dans ce contexte, le seul et unique instrument réglementaire qui demeure pour assurer une présence appropriée d'ÉIN dans le système canadien de radiodiffusion est l'imposition aux grands groupes de radiodiffusion de langues anglaise et française d'obligations de dépenses d'ÉIN pour chacun de leurs groupes désignés. Il est donc plus que jamais indispensable que cette exigence demeure et qu'elle soit imposée systématiquement à tous les groupes désignés.**

3.2 Les nouvelles orientations du CRTC en matière de programmation canadienne

30. Dans la PRR 2015-86, le Conseil a mis en place une politique qui privilégie selon ses dires la qualité des émissions produites plutôt que la quantité[13]. L'objectif étant de favoriser la production d'émissions canadiennes plus compétitives et captivantes, dotées de budgets horaires plus importants. Le CRTC espère ainsi, que ces émissions seront mieux en mesure de tirer leur épingle du jeu, tant sur les multiples plateformes de diffusion à la demande au Canada, que sur la scène internationale.

31. ***Cette stratégie s'appuie sur deux composantes fondamentales*** :

- ***la réduction des obligations de diffusion des émissions canadiennes pour les diffuseurs traditionnels privés et pour les services facultatifs de catégorie A[14] ;***

- ***le maintien des obligations de DÉC et d'ÉIN des groupes désignés existants et l'assujettissement de tous les services facultatifs ayant plus de 200 000 abonnés à des obligations de DÉC en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique des trois dernières années, avec un plancher fixé à 10 %.***

32. La mise en œuvre de cette stratégie devrait, selon le Conseil, contribuer à la création de productions canadiennes captivantes de grande qualité qui exigent des investissements financiers significatifs. Il a notamment déclaré :

---

[13] L'AQPM croit plutôt que les émissions canadiennes, spécialement les productions originales de langue française, doivent être présentes en qualité et en quantité sur tous les écrans.

[14] À l'exception des services distribués de façon obligatoire au service de base des entreprises de distribution de radiodiffusion, en vertu de l'article 9(1) h de la *Loi sur la radiodiffusion*. *L'AQPM s'est opposée fermement à la suppression des obligations de diffusion d'émissions canadiennes pendant la journée. L'AQPM préconisait une réduction modérée (max. 10 %) des obligations de diffusion à la condition que les obligations de DÉC des stations des diffuseurs traditionnels et des services spécialisés et payants autorisés soient maintenues ou bonifiées.*

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8500 F 514 392-0232 AQPM.CA

« … que cette approche élargira la base des DÉC à même lesquelles les investissements en matière de programmation canadienne peuvent être faits. Si on y ajoute la nouvelle souplesse à l'égard de l'horaire provenant de la diminution des exigences de présentation, l'accent sera mis sur la qualité des émissions produites par les Canadiens, et ce, sans égards à l'endroit ou au moment où les Canadiens peuvent y accéder. »

« Cette approche globale tient aussi compte des incidences possibles des autres modifications prévues dans la présente politique réglementaire ou d'autres décisions de politiques découlant de l'instance Parlons télé, en stabilisant la base des DÉC pour la production canadienne. » (paragraphes 215 et 216)

33. **Pour l'atteinte de l'objectif poursuivi, les deux composantes de l'approche préconisée par le Conseil sont interdépendantes et doivent être mises en œuvre parallèlement. La réduction des obligations de diffusion d'émissions canadiennes ne prend son sens, dans le présent contexte, que s'il y a élargissement de la base des DÉC, en assujettissant tous les services facultatifs devant détenir une licence, inscrits ou non dans des groupes désignés, à des obligations de DÉC basées sur la moyenne historique des trois dernières années et en maintenant les niveaux historiques de DÉC et de dépenses d'ÉIN des groupes désignés existants et de ceux qui seront constitués.**

34. Décider autrement aboutirait à une « dé-canadianisation » du système canadien de radiodiffusion qui profiterait essentiellement aux producteurs d'émissions étrangères. Cela irait à l'encontre de l'objectif du CRTC de favoriser le développement d'un secteur de production canadien davantage en mesure d'offrir aux Canadiens et aux marchés mondiaux un contenu de grande qualité, captivant et plus compétitif.

35. C'est pourquoi le Conseil exige que les entreprises qui désirent bénéficier des avantages de l'approche de renouvellement par groupe acceptent de souscrire aux obligations de DÉC et d'ÉIN qui y sont inhérentes. Voyons si les requérantes adhèrent à ces principes.

4. ANALYSE DES DEMANDES DE CHAQUE GROUPE DÉSIGNÉ

36. Nous analyserons distinctement les demandes de chacun des quatre groupes de propriété de langue française dans l'ordre suivant : Groupe V Média, Québecor Média, Bell Média et Corus Entertainment.

37. Nous tenterons d'établir avec le plus de précision possible compte tenu de l'information disponible, le montant de DÉC et de dépenses d'ÉIN réalisées au cours des trois dernières années de radiodiffusion complétées (2013 à 2015) par

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

les services que les requérantes proposent d'inclure dans leur groupe désigné. Ce montant sera converti en pourcentage des revenus des trois années antérieures (2012 à 2014). Ces données constitueront la base des exigences en matière de DÉC et d'ÉIN que l'AQPM demandera au CRTC d'imposer aux requérantes pour la durée de leur prochaine période de licence.

38. Nous analyserons la pertinence de certains arguments évoqués par les requérantes pour justifier des approches alternatives (DÉC en pourcentage des dépenses totales de programmation), des exemptions ou des réductions d'obligations en matière d'ÉIN. Nous traiterons également des conséquences concrètes et néfastes pour le système de radiodiffusion de langue française de l'acceptation de leurs propositions.

4.1 Groupe V Média

39. Groupe V Média propose de former un groupe désigné de langue française composé :

- des stations de télévision du réseau V Interactions qui lui appartiennent, soit CFJP-DT Montréal, CFAP-DT Québec, CFKS-DT Sherbrooke, CFKM-DT Trois-Rivières et CFRS-DT Saguenay ;

- des services facultatifs MusiquePlus et MusiMax.

40. Dans sa demande, Groupe V Média propose d'abord que soit imposée au groupe désigné V Média une obligation de DÉC équivalant à 50 % des dépenses totales de programmation du groupe désigné pour l'année courante[15], sans justifier d'une quelconque façon ce pourcentage arbitraire. La requérante demande également d'être exemptée de toute obligation de DÉC par service individuel. En ce qui a trait aux obligations de dépenses d'ÉIN, Groupe V Média désire une exemption complète pour le groupe désigné.

41. Nous constatons que - selon les données publiées dans les *Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560* soumis par Remstar Diffusion inc. - le réseau V Interactions a consacré un peu plus de 78 % de ses dépenses totales de programmation aux DÉC en moyenne au cours des trois dernières années. Sa proposition initiale ne vise donc pas à stabiliser la base de DÉC mais plutôt à la réduire substantiellement, de l'ordre de 36 %.

[15] Lettre en réponse aux questions du Conseil, 13 mai 2016, réponse à la question 1 d), page 3.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

TABLEAU 3 :
RÉPARTITION DES DÉPENSES DE PROGRAMMATION DU RÉSEAU V INTERACTIONS ENTRE DÉC ET DÉNC 2013 À 2015

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Total
DÉC (000$)	36 387	33 374	28 969	98 730
En %	**81,47 %**	**77,06 %**	**75,83 %**	**78, 25 %**
DÉNC (000$)	8 274	9 933	9 235	27 442
En %	**18,53 %**	**22,94 %**	**24,17 %**	**21,75 %**
DTP (000$)	44 661	43 307	38 204	126 172
En %	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
DÉNC : Dépenses d'émissions non canadiennes
DTP : Dépenses totales de programmation

Sources : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560 soumis par Remstar Diffusion inc., 2013 à 2015

42. Interrogé une première fois à savoir si l'imposition d'un pourcentage de DÉC calculé sur les dépenses totales de programmation plutôt que sur les revenus est nécessaire à la viabilité du groupe, Groupe V Média se contente de répondre que cette approche offre « *la flexibilité requise* » et qu'il la préfère. Sollicitée à nouveau par le Conseil, la requérante indique que ses projections financières demeureraient les mêmes « *peu importe l'approche retenue* ».[16] Puis, en réponse à une nouvelle question du Conseil, Groupe V Média reconnaît que sa proposition de baser les DÉC sur les dépenses totales de programmation « *ne repose pas sur une question de viabilité du groupe ou de ses services* » mais vise à « *bénéficier de la plus grande flexibilité possible* ». Et elle réitère que ses projections financières demeureront les mêmes « *peu importe l'approche retenue* ».[17]

43. Finalement, devant l'insistance du Conseil, Groupe V Média se dit prête à accepter des obligations de DÉC en pourcentage des revenus de l'année précédente de 25 % pour les services de télévision traditionnelle, de 31 % pour MusiquePlus et de 17 % pour MusiMax. Dans le cas de MusiquePlus, il s'agit de reconduire le pourcentage actuellement applicable. Pour les autres services, les justifications semblent faibles. Dans le cas des services de télévision traditionnelle, on évoque « *la baisse anticipée des revenus au cours des prochaines années et la nécessité de réduire les dépenses de programmation* » dans ce contexte ; dans le cas de MusiMax, l'argument invoqué pour réduire les obligations de DÉC de 31 % à 17 %, est un changement d'orientation du service « *priorisant la diffusion de séries et de cinéma* ».[18]

[16] Lettre en réponse aux questions du Conseil, 13 mai 2016, réponse aux questions 1 a) et b), pages 2 et 3.
[17] Lettre en réponse aux questions du Conseil, 27 mai 2016, réponse aux questions 1 a) et b), pages 1 et 2.
[18] Lettre en réponse aux questions du Conseil, 13 mai 2016, réponse à la question 1 f), page 5.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

44. Alors que dans sa proposition initiale, Groupe V Média proposait un seul pourcentage applicable à l'ensemble du groupe désigné – ce qui nous apparaît plus simple – elle revient ici à des pourcentages distincts pour les stations traditionnelles d'une part et pour chaque service facultatif individuel, d'autre part.

45. Par ailleurs, nous tenons à souligner que lorsqu'une exigence de DÉC est basée sur un pourcentage fixe des revenus de l'année antérieure, le titulaire de la licence obtient une réduction de ses obligations de DÉC en dollars proportionnelle à la baisse de revenus de l'année précédente lorsqu'une telle baisse survient effectivement. Loin de s'en contenter, Groupe V Média demande d'obtenir en plus une réduction du *pourcentage* de DÉC. Cela accroît de façon exponentielle la réduction des DÉC en dollars, comme l'indique le Tableau 4. Cette simulation démontre que si une baisse de revenus de 20 % entraîne une baisse automatique des obligations de DÉC en dollars de 20 %, une baisse parallèle de 20 % du *pourcentage* de DÉC entraîne une baisse cumulée des obligations de DÉC en dollars de 36 %, largement supérieure à la baisse des revenus.

TABLEAU 4 :
SIMULATION
DÉC EN POURCENTAGE DES REVENUS
POURCENTAGE CONSTANT VERSUS POURCENTAGE RÉDUIT

	An 01	An 02	Variation
Revenus de l'année précédente	100 M$	80 M$	- 20 %
Obligations de DÉC en % constant basé sur la moyenne historique	50 %	50 %	
DÉC en $	50 M$	40 M$	- 20 %
Si le % de DÉC est réduit de 20 %	50 %	40 %	
DÉC en $	50 M$	32 M$	- 36 %

46. En fait, Groupe V Média demande beaucoup plus qu'une réduction du pourcentage de DÉC *proportionnelle* à la baisse de revenus qu'il anticipe, il demande une baisse du *pourcentage* de DÉC équivalent presqu'au double de la baisse de revenus qu'il anticipe.

47. En effet, ses stations traditionnelles ont consacré en moyenne 45,47 % de leurs revenus aux DÉC au cours des trois dernières années, comme l'indique le Tableau 7. Pourtant, Groupe V Média propose une réduction à 25 % pour les années à venir, soit près de la moitié de sa moyenne historique. Par ailleurs, tel qu'illustré par le Tableau 8, Groupe V Média anticipe une baisse de revenus de 18 % entre 2015 (réel) et 2021 pour ses stations traditionnelles. Une réduction de 17 % est prévue entre les années 2014 et 2020 qui représentent les années antérieures sur lesquelles s'appliquent respectivement les obligations de DÉC de 2015 et 2021, pour lesquelles elle demande une réduction de 45 % à 25 %. L'effet combiné de

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

ces doubles réductions (revenus et pourcentage de DÉC) entraînerait donc, si on alimente notre tableau de simulation de ces données concrètes, une baisse des obligations de DÉC en dollars de 54 %.

TABLEAU 5
APPLICATION DES DONNÉES
DU RÉSEAU V INTERACTIONS
À LA SIMULATION

	Obligations en 2015	Obligations en 2021	Variation
Basées sur les revenus de l'année précédente i.e. 2014 et 2020 (000$)	67 040	55 398	- 17,37 %
Obligations de DÉC en % constant basées sur la moyenne historique	45 %	45 %	
DÉC en 000$	30 168	24 929	- 17,37 %
Si le % de DÉC est réduit à 25 % à compter de la nouvelle période de licence	45 %	25 %	
DÉC en 000$	30 168	13 850	- 54,10 %

48. Comme on le constate, il y a une totale disproportion entre la baisse projetée des revenus en dollars (- 17 %) et la baisse des obligations de DÉC en dollars (- 54 %) demandée par la requérante. En fait, Groupe V Média tente d'obtenir une réduction de ses obligations de DÉC qui soit au moins de même ampleur que la réduction des obligations de diffusion de contenu canadien que le Conseil a consenti dans la PRR CRTC 2015-86. Cela est en totale contradiction avec les objectifs poursuivis par cette politique de développer un secteur de production canadien davantage en mesure d'offrir un contenu captivant et de grande qualité aux Canadiens et aux marchés mondiaux.

49. Groupe V Média évoque la nécessité de baisser les dépenses totales de programmation pour faire face à la baisse de revenus. Or, selon ses prévisions financières (Tableau 8), elle anticipe une baisse de revenus de son réseau de télévision traditionnelle de 18 % entre 2015 et 2021. Elle projette cependant une baisse de ses dépenses totales de programmation et de production de 13 % seulement. Surtout, elle répartit cette réduction de façon très inégale entre DÉC et autres dépenses de programmation et production, comme l'indique le Tableau 6.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

TABLEAU 6
RÉPARTITION DE LA RÉDUCTION
DES DÉPENSES DE PROGRAMMATION ET PRODUCTION
DU RÉSEAU V INTERACTIONS ENTRE DÉC ET AUTRES
2015 et 2021

	En 2015 (000$)	**En 2021 (000$)**	**Variation**
Revenus totaux de l'année en cours	66 890	54 884	-17,95 %
Dépenses de programmation et production (DTPP)	39 177	34 201	-12,70%
Dont DÉC	28 969	15 250	**-47,36 %**
En % des DPP	**73,94 %**	**44,59 %**	
Dont autres	10 208	18 951	**+85,65%**
En % des DPP	**26,06 %**	**55,41 %**	

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
DPP : Dépenses de production et programmation

Sources :
Réel 2015 : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560 soumis par Remstar Diffusion inc., 2014-2015
Projections financières 2021 : Données fournies par la requérante dans sa demande : Remstar – groupe – Annexe 5 (Q25f) – Stations de télévision de V Interactions.

50. Groupe V Média prévoit en effet imposer aux DÉC de son réseau V Interactions une baisse de 47 % entre 2015 et 2021 alors qu'elle prévoit *augmenter* ses autres dépenses de programmation et production de 86 % au cours de la même période. Cette réduction de près de la moitié des DÉC annuelles réelles en dollars se fera donc au profit essentiellement des dépenses d'émissions étrangères qui augmenteront alors de manière très significative. Cela démontre que l'effet de « dé-canadianisation » sera réel et concret. Les dépenses de production et programmation *autres que les DÉC* passeront de 26 % à 55 % des dépenses totales de production et programmation, en dépit de la baisse anticipée de revenus de 18 %. Un effet de « dé-francisation » de la langue originale des productions sera aussi manifeste, car il y aura croissance importante des dépenses d'acquisition d'émissions étrangères, pour la plupart des émissions américaines doublées, sans compter qu'une part significative de la programmation canadienne pourra être composée d'émissions de langue originale anglaise doublées en français.

51. En ce qui a trait à MusiMax, l'AQPM ne voit pas comment un changement d'orientation d'émissions de musique et variétés à émissions dramatiques pourrait justifier une réduction de son obligation actuelle de DÉC qui est de 31 %[19] (déjà

[19] Décision de radiodiffusion CRTC 2014-465, paragraphe 57 et Annexe 2, condition de licence 4.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

inférieure à la moyenne historique) à 17 %[20]. Il s'agit dans les deux cas d'émissions considérées d'intérêt national dans le marché de langue française. Les émissions dramatiques canadiennes, pour être captivantes et de qualité exigent des investissements encore plus importants que les émissions de musique et variétés. L'argument justifiant la baisse de dépenses en émissions canadiennes ne peut donc être valide que si la requérante a l'intention d'inonder les ondes d'émissions dramatiques étrangères achetées à moindre coûts[21].

52. Se comparer à un autre service facultatif individuel[22] ne fait pas grand sens non plus, compte tenu de la nouvelle règle du jeu du CRTC qui prévoit que tous les services facultatifs intégrés dans les groupes désignés sont désormais des services *généralistes* pouvant puiser dans toutes les catégories d'émissions et changer constamment de formule. Un engagement de DÉC applicable au groupe désigné conformément à la politique du Conseil, couplé à la flexibilité de les répartir entre les différents services du groupe, permet justement de prendre en compte les changements d'orientation des services individuels tout en maintenant une base de DÉC stable dans l'ensemble du système, comme l'a exprimé le Conseil dans la PRR 2015-86.

53. Malheureusement, Groupe V Média se refuse toujours à proposer un engagement de DÉC en pourcentage des revenus pour l'ensemble de son groupe désigné tout comme la requérante rejette tout engagement que ce soit en matière d'ÉIN et/ou de production indépendante.

54. La requérante évoque comme justification à son refus de s'engager à l'égard de la production indépendante, le fait que sa récente politique d'entreprise prévoit recourir exclusivement à la production indépendante pour s'alimenter en émissions originales canadiennes. Cette politique est effectivement très récente. MusiquePlus et MusiMax ont longtemps misé sur la production interne et affiliée pour s'alimenter en contenu canadien et il semble bien que ces services continuaient à le faire encore tout récemment. En fait foi, le document joint à sa demande et intitulé « *Liste des productions indépendantes, Station : MusiquePlus et MusiMax, 1er septembre 2014 au 31 août 2016* », dans lequel 17 des 32 émissions que Groupe V Média identifie comme « indépendantes » (soit 53 % du total) sont en fait des émissions produites par la titulaire ou des sociétés affiliées : 15 sont produites par TV MaxPlus Productions inc, une par MusiquePlus inc. et une par V Interactions inc.

---

[20] Lettre du 13 mai 2016 en réponse aux demandes de renseignements additionnels du Conseil, page 5.

[21] Tel qu'annoncé, le 9 août dernier, par le Groupe V Média : http://vtele.ca/v/communiques/des-le-29-aout-musimax-devient-max_625.php

[22] Groupe V Média choisit évidemment de se comparer à Séries+ (pourcentage de DÉC de 17 %) et non à Addik,tv (pourcentage de DÉC de 40 %), deux services qui se consacrent *actuellement* quasi exclusivement à la diffusion d'émissions dramatiques.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

55. Notons par ailleurs que ce ne sont pas là les seules filiales de production du Groupe Remstar. Ce dernier annonçait, par exemple, le 7 avril 2015, qu'il lançait Remstar Studios, une division de production et de financement de films et de séries télévisées destinés au marché international, en partenariat avec Clark Peterson.[23] Remstar Films, une autre filiale du Groupe Remstar, a pour sa part signé une entente de distribution avec Elevation Pictures par laquelle l'entreprise québécoise devient le distributeur exclusif des films de ce dernier pour certains marchés québécois dont celui de la télévision de langue française.[24] L'argument de Groupe V Média a donc peu de valeur, dans la mesure où une politique d'entreprise peut se modifier en tout temps et que de nouvelles filiales de production peuvent également être créées ou acquises en tout temps.

56. En considérant l'ensemble des filiales du Groupe Remstar, on comprend l'intérêt que représenterait pour ce groupe l'acceptation de la proposition de Groupe V Média de réduire considérablement son pourcentage de DÉC par rapport à la moyenne historique tout en augmentant très fortement les dépenses d'émissions non canadiennes, dont d'autres filiales du groupe sont les producteurs et(ou) les distributeurs.

[23] Communiqué émis le 7 avril 2015 : Groupe Remstar lance une division de production et financement.
[24] Communiqué émis le 11 août 2014 : Remstar Films signe une entente de distribution avec Elevation Pictures pour le Québec.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

TABLEAU 7
GROUPE V MÉDIA - GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
REVENUS ET DÉPENSES SELON DIFFÉRENTS PARAMÈTRES
2012 à 2015

	2011-2012	2012-2013 000$	2013-2014 000$	2014-2015 000$	Total R : 2012-2014 DÉC et ÉIN : 2013-2015
Revenus :					
TV	73 180	76 890	67 040	*66 890*	217 110
+ MPlus	13 057	13 536	12 041	*14 230*	38 634
+ MMax	9 499	9 622	8 594	*10 193*	27 715
Total Revenus	***95 736***	***100 048***	***87 675***	***91 313***	***283 459***
DÉC :					
TV		36 387	33 374	28 969	98 730 (45,47 %)
+ MPlus		7 779	8 300	4 030	20 109
+ MMax		5 791	5 414	5 024	16 229
Total DÉC		***49 957***	***47 088***	***38 023***	***135 068***
En % des revenus / année précédente		**52,18 %**	**47,07 %**	**43,34 %**	**47,65 %**
EIN :					
TV		2 689	5 201	4 829	12 719
+ MPlus		7 707	6 272	3 185	17 164
+ MMax		5 691	5 069	1 597	12 357
Total ÉIN		***16 087***	***16 542***	***9 611***	***42 240***
En % du total des revenus de l'année précédente		**16,80 %**	**16,53 %**	**10,96 %**	**14,90 %**

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national

Sources des données :
Pour les stations traditionnelles : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560 soumis par Remstar Diffusion inc., 2012 à 2015.
Pour MusiquePlus et MusiMax, CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, Relevés statistiques et financiers, 2011-2015, ainsi que (pour les ÉIN) les données fournies par la requérante dans sa demande : Remstar – groupe – Annexe 2 (Q23d) – Musique Plus et MusiMax

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 367-8800 F 514 392-0232 AQPM.CA

57. Comme l'indique le Tableau 7, le groupe désigné de langue française que Groupe V Média propose (composé des stations du réseau V Interactions et des services facultatifs MusiquePlus et MusiMax) a consacré en moyenne au cours des trois dernières années, 48 % de ses revenus de l'année antérieure aux DÉC[25] et 15 % de ses revenus de l'année antérieure aux dépenses d'ÉIN.

58. Groupe V Média prétend qu'il n'est nul besoin de réglementer le marché de langue française et que ses demandes de réduction seront sans conséquence, car le marché continuera d'exiger à peu près le même niveau de dépenses.

59. Pourtant, si l'on se fie aux prévisions financières soumises pour le groupe désigné, il apparaît clairement que si le Conseil accepte de réduire de moitié le pourcentage de DÉC de Groupe V Média par rapport à la moyenne historique, la requérante entend bien s'en prévaloir. Elle ramène progressivement les DÉC réelles de son groupe désigné de 47,65 % en moyenne au cours des trois dernières années à 26,53 % lors de la dernière année de la nouvelle période de licence, comme l'indique le Tableau 8. C'est là une preuve éloquente qu'il est nécessaire de réglementer le marché de langue française, contrairement à ce qu'affirment Groupe V Média et d'autres requérantes. Si le Conseil veut effectivement stabiliser la base de DÉC, il doit imposer aux requérantes des obligations en la matière qui sont basées sur la moyenne historique.

60. Ajoutons, et cela n'a rien de rassurant, que la requérante projette des *dépenses totales d'émissions canadiennes* d'un peu plus de 22 M$ en 2020-2021 pour l'ensemble des services du groupe désigné, alors qu'elle affirme dans sa demande qu'à lui seul le réseau V Interactions a consacré en moyenne 32 M$ par année à *la seule production indépendante* entre 2008-09 et 2014-15.

[25] La moyenne historique de DÉC est de 45 % pour le réseau V Interactions et de 55 % pour les services facultatifs, ce qui, au total combiné de tous les services du groupe désigné, donne la moyenne historique de 48 %.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

TABLEAU 8
GROUPE V MÉDIA
GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
PRÉVISIONS FINANCIÈRES

	2014-15 000$ (Réel)	2015-16 000$	2016-17 000$	2017-18 000$	2018-19 000$	2019-20 000$	2020-21 000$	Écart 2015-21
Revenus :								
TV	*66 890*	61 050	59 875	58 797	*57 034*	55 398	54 884	- 17,95 %
+ MPlus	*14 230*	14 775	15 445	15 705	16 163	16 445	16 573	+ 16,47 %
+ MMax	*10 193*	11 175	11 550	11 724	12 118	12 346	12 424	+ 21,89 %
Total Revenus	***91 313***	*87 000*	*86 870*	*86 226*	*85 315*	*84 189*	***83 881***	***- 8,14 %***
DÉC :								
TV	28 969	28 982	29 417	23 533	18 827	16 944	15 250	- 47,36 %
+ MPlus	4 030	4 271	4 314	4 357	4 400	4 444	4 489	+ 11,39 %
+ MMax	5 024	3 015	2 789	2 440	2 489	2 539	2 600	
Total DÉC	***38 023***	***36 268***	***36 520***	***30 330***	***25 716***	***23 927***	***22 339***	***- 41,25 %***
En % des revenus de l'année précédente			***41,98 %***	***34,91 %***	***29,82 %***	***28,05 %***	***26,53 %***	

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
Sources des données :
Pour 2014-2015 :
Pour les stations traditionnelles : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560 soumis par Remstar Diffusion inc., 2014-2015.
Pour MusiquePlus et MusiMax, CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, Relevés statistiques et financiers, 2011-2015
Pour 2015-2016 à 2020-2021 :
Données fournies par la requérante dans sa demande : Remstar – groupe – Annexe 5 (Q25f) – Stations de télévision de V Interactions ; Remstar – groupe – Annexe 6 (Q26h) – MusiquePlus et - MusiMax

61. **L'AQPM demande donc au Conseil de rejeter les propositions de Groupe V Média, d'exiger qu'elle respecte les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe et de lui imposer en conséquence des obligations de DÉC et d'ÉIN en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique des trois dernières années, et d'exiger que 75 % des dépenses d'ÉIN soient allouées à la production indépendante. Ce qui se traduirait pour le groupe désigné de langue française de Groupe V Média par les obligations suivantes :**

- **des obligations de DÉC fixées à 48 % des revenus de l'année antérieure ;**

- **des obligations de dépenses d'ÉIN fixées à 15 % des revenus de l'année antérieure :**
  - **dont au moins 75 % doivent être consacrés à la production indépendante.**

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

4.2 Québecor Média

62. Québecor Média propose de former un groupe désigné de langue française composé :

- des stations de télévision traditionnelle CFTM-DT Montréal, CFCM-DT Québec, CHLT-DT Sherbrooke, CHEM-DT Trois-Rivières, CJPM-DT Saguenay et son émetteur CJPM-TV-1 Chambord, CFER-DT Rimouski et son émetteur CFER-TV-2 Sept-Îles ainsi que ;

- des services facultatifs AddikTV, Casa, Moi & Cie, Prise 2 et YOOPA.

63. Conformément aux dispositions du paragraphe 122 de la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167*, les anciens services de catégorie C, *TVA Sports* et *LCN*, ont été exclus du groupe désigné, de même que le service spécialisé de catégorie A *Argent*, qui a cessé ses activités et dont Québecor Média ne souhaite pas renouveler la licence.[26]

64. Dans sa demande Québecor Média se dit prête à accepter l'approche de renouvellement par groupe pour ainsi bénéficier de la flexibilité de répartir les DÉC du groupe désigné entre ses différents services facultatifs de même qu'entre ses services de télévision traditionnelle et ses services facultatifs. Mais cette acception de Québecor Média est conditionnelle à ce que le Conseil accepte en contrepartie :

- de ne pas imposer au groupe désigné d'obligations de DÉC en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique ;

- de ne pas imposer d'obligations de DÉC en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique, à ses services facultatifs individuels ;

- de ne pas imposer au groupe désigné d'obligations de dépenses d'ÉIN en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique ou de quelque autre façon ;

- de conserver tous les allégements accordés lors des derniers renouvellements de licence ;

- de ne lui imposer aucune condition de licence supplémentaire ;

[26] Décision confirmée par la Décision de radiodiffusion CRTC 2016-290, Argent – Révocation de licence.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 382-0232 AQPM.CA

- d'accepter une obligation de DÉC pour le groupe désigné basée sur un pourcentage arbitraire des dépenses totales de programmation de l'année en cours.[27]

65. C'est donc le Conseil qui doit se soumettre aux conditions imposées par Québecor Média s'il veut que cette entreprise renouvelle ses licences selon l'approche de renouvellement par groupe et obtienne le privilège de répartir ses DÉC entre ses différents services.

66. Québecor Média refuse toutes les obligations inhérentes au statut de groupe désigné tout en se prévalant des avantages qui en découlent. Elle demande de surcroît au Conseil de lui imposer une obligation de DÉC basée sur un pourcentage des dépenses totales de programmation pour l'ensemble du groupe désigné; pourcentage qui est déconnecté de toute relation à la moyenne historique et sensiblement inférieur à celle-ci.

67. Comme l'indique le Tableau 9, les stations de télévision traditionnelle de la requérante ont consacré plus de 88 % de leurs dépenses totales de programmation aux émissions canadiennes en moyenne au cours des trois dernières années, alors que l'ensemble des services facultatifs de Québecor Média y ont consacré plus de 90 % (Tableau 10). Pour une moyenne de 89 % pour l'ensemble des stations et des services facultatifs de Québecor Média. Bien que nous ne disposions pas de l'information spécifique aux services composant son groupe désigné, il apparaît évident que la réduction d'un pourcentage se situant dans la partie supérieure des 80 % à seulement 70 % est totalement injustifiée.

TABLEAU 9 :
RÉPARTITION DES DÉPENSES DE PROGRAMMATION
DU RÉSEAU TVA ENTRE DÉC ET DÉNC
2013 à 2015

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Total
DÉC (000$)	120 228	124 322	115 713	360 263
En %	**87,74 %**	**88,86 %**	**87,61 %**	**88,08 %**
DÉNC (000$)	16 794	15 580	16 360	48 734
En %	**12,26 %**	**11,14 %**	**12,39 %**	**11,92 %**
DTP (000$)	137 022	139 912	132 073	409 007
En %	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
DÉNC : Dépenses d'émissions non canadiennes
DTP : Dépenses totales de programmation
Sources : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560, Télévision, soumis par Québecor Média, 2013 à 2015

[27] Mémoire, Renouvellement des licences de Groupe TVA, pages 16-17, paragraphes 58 à 61.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

TABLEAU 10 :
RÉPARTITION DES DÉPENSES DE PROGRAMMATION
DE L'ENSEMBLE DES SERVICES FACULTATIFS
DE QUÉBECOR MÉDIA
2013 À 2015

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Total
DÉC (000$)	63 215	67 836	143 670	274 721
En %	**89,43 %**	**87,57 %**	**92,97 %**	**90,76 %**
DÉNC (000$)	7 474	9 628	10 871	27 973
En %	**10,57 %**	**12,43 %**	**7,03 %**	**9,24 %**
DTP (000$)	70 689	77 464	154 541	302 694
En %	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
DÉNC : Dépenses d'émissions non canadiennes
DTP : Dépenses totales de programmation

Sources : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560. Tous les services spécialisés, soumis par Québecor Média, 2012 à 2015

68. Tout comme Groupe V Media, Québecor Media tente d'obtenir une réduction de ses obligations de DÉC au moins proportionnelles à la réduction des obligations de diffusion de contenu canadien prévue dans la PRR 2015-86[28]. Elle tente également d'obtenir des avantages par rapport aux autres groupes désignés de langue française en se faisant imposer des obligations équivalant à 80 % de la moyenne historique, plutôt qu'à 100 %.

69. Outre des justifications similaires à celles de Groupe V Média, que nous avons abordées précédemment, TVA allègue de nouveaux motifs au soutien de ses demandes. Ainsi la requérante évoque le fait que le Conseil a accepté l'approche de DÉC en pourcentage des dépenses totales de programmation lors du dernier renouvellement des stations et du réseau TVA. Est-il nécessaire de rappeler que cette acceptation s'est faite dans le contexte où Québecor Média a *refusé* l'approche par groupe ? Le réseau TVA d'une part et les services facultatifs d'autre part ont donc renouvelé leurs licences sur une base individuelle. Québecor Média n'a donc pas bénéficié de la souplesse de répartir ses DÉC entre ses divers services facultatifs entre eux et entre ceux-ci et ses stations traditionnelles, avantage dont Québecor Média veut maintenant se prévaloir.

70. La requérante évoque que « *les services facultatifs de TVA n'ont pas présentement d'obligations de DÉC, ce qui ne serait plus le cas si l'approche par*

[28] Québecor Média soutient que la réduction des obligations de diffusion d'émissions canadiennes accordée aux stations traditionnelles privées ne s'appliquera pas à ses stations tant que le réseau TVA conservera son statut 9(1) h). Elle profitera toutefois de l'uniformisation à 35 % des obligations de diffusion des services facultatifs

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

groupe était adoptée ».[29] Ce qui est inexact. Tous les services facultatifs de catégorie A de Québecor Média se sont vus imposer des obligations de DÉC en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique, lors de leur dernier renouvellement de licences, soit 40 % dans le cas d'*AddikTV*[30] et 52 % dans le cas du service *Argent*[31]. Ils ont été ainsi traités comme tous les autres services de catégorie A, qu'ils soient spécialisés ou payants, de langue anglaise ou française, intégrés on non à des groupes désignés.

71. Seuls les services de catégorie B de Québecor Média réalisant moins d'un million de dollars de revenus annuels ont été exemptés, conformément à la politique alors en vigueur, au même titre que tous les services de catégorie B dans la même situation. Toutefois, la politique à cet égard a été modifiée et le Conseil a indiqué que lors des présents renouvellements :

> « *En ce qui concerne les services facultatifs de langue française, le Conseil imposera des exigences de DÉC à tous les services qui comptent plus de 200 000 abonnés. Ces exigences seront établies au cas par cas et se baseront sur les pourcentages de dépenses historiques.* »[32]

On ne peut être plus clair. Québecor Média ne peut aujourd'hui se soustraire à cette obligation en tentant d'importer dans le champ des services facultatifs l'approche des DÉC en pourcentage des dépenses totales de programmation que le Conseil avait alors consentie à appliquer aux stations de télévision traditionnelles de TVA dans le contexte où Québecor refusait l'approche de renouvellement par groupe et les avantages afférents.

72. Québecor Média tente de justifier un pourcentage de DÉC très inférieur à la moyenne historique ainsi que la non nécessité d'imposer des exigences réglementaires en matière d'ÉIN et de production indépendante par le fait que, dans le passé, Groupe TVA a toujours dépassé ses obligations. Bref, si le passé est garant de l'avenir, il n'y a pas nécessité de réglementer. Notons que, du même souffle, Québecor Média fait valoir que le Conseil ne devrait pas lui imposer d'obligations de DÉC basées sur la moyenne historique car, compte tenu des changements découlant de *Parlons télé*, le passé n'est plus garant de l'avenir.

73. Rappelons à cet égard que lorsque le Conseil, dans la PRR 2015-86, a indiqué qu'il entendait maintenir les obligations de DÉC des groupes existants et assujettir tous les services facultatifs de langue française de plus de 200 000 abonnés à des obligations de DÉC en pourcentage des revenus, basées sur les moyennes historiques, il a clairement indiqué avoir tenu compte « *des incidences possibles*

---

[29] Mémoire, Renouvellement des licences de Groupe TVA, page 17, paragraphe 62.
[30] Annexe 3 à la Décision de radiodiffusion CRTC 2012-242. Condition de licence # 4.
[31] Annexe 4 à la Décision de radiodiffusion CRTC 2012-242. Condition de licence # 4.
[32] PRR 2015-86, paragraphe 224.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

des autres modifications prévues dans la présente politique réglementaire ou d'autres décisions de politiques découlant de l'instance Parlons télé, en stabilisant la base des DÉC pour la production canadienne ».

74. Québecor Média évoque également ses performances « exceptionnelles » en matière de DÉC et d'ÉIN, *en se comparant aux services de langue anglaise* qui œuvrent pourtant dans un environnement fort différent. Ainsi, Québecor Média fait valoir que :

    - *« …les stations généralistes de TVA et ses services facultatifs AddikTV, Prise 2, Casa, YOOPA et Moi & Cie (le groupe), ont consacré entre 2012 et 2015 une moyenne de plus de 19 % de leurs revenus aux ÉIN. Il s'agit d'une moyenne qui est presque quatre fois plus élevée que celle des grands groupes de propriété de télévision privée de langue anglaise qui sont soumis à une condition de licence exigeant qu'ils consacrent 5 % de leurs revenus bruts aux ÉIN. »*[33]

75. Il n'est guère pertinent de se comparer aux groupes de langue anglaise. Si les groupes désignés de langue anglaise se sont retrouvés avec des obligations d'ÉIN assez similaires et assez basses par rapport aux pratiques des diffuseurs de langue française, c'est tout simplement qu'ils avaient des pratiques communes en la matière. Historiquement, la programmation télévisuelle de langue anglaise a toujours fait une large place aux émissions américaines dans les catégories reconnues comme étant d'intérêt national dans ce marché, tout particulièrement, celle des dramatiques.

76. Par ailleurs, comme le Conseil le sait, plus de 90 % de l'écoute télévisuelle totale des Francophones du Québec, selon Numéris, est consacrée, année après année, aux services canadiens *de langue française*. Dans ce marché, il y a donc très peu de concurrence entre les groupes désignés de langues française et anglaise. L'essentiel de la concurrence s'exerce entre les grands groupes de radiodiffusion de langue française. Il ne fait donc pas de sens d'argumenter en faveur d'une parité d'obligations d'ÉIN entre groupes désignés de langues anglaise et française. Ce serait nier ce qui fait la spécificité de chacun de ces marchés et du même coup, faire abstraction de l'exigence de la *Loi sur la radiodiffusion* à l'effet de reconnaître que « *les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins ».*[34]

77. Si l'on compare entre eux les différents *groupes de langue française* d'une certaine taille, on constate que leurs obligations sont similaires et que les

[33] Formulaire de renouvellement. B. Questions sur l'approche par Groupe. Émissions d'intérêt national et production indépendante. Page 9, réponse à la question 4.
[34] Art. 3(1) c)

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

pratiques de TVA en la matière n'ont rien d'exceptionnelles. Le Conseil, après avoir constaté que la moyenne historique de dépenses d'ÉIN du groupe bilingue de Bell Média résultant des diverses transactions consécutives à l'acquisition d'Astral s'établissait à 18 %, lui a imposé, par condition de licence et conformément à sa politique, une telle obligation de dépenses d'ÉIN. On se demande bien pourquoi le Conseil, en dispenserait aujourd'hui Québecor Média après avoir constaté que sa moyenne historique est du même ordre de grandeur, soit 19 %. Par ailleurs, on retrouve la même similitude de pratiques en matière de DÉC entre les deux seuls groupes désignés de langue française qui combinent réseau de télévision traditionnelle et services facultatifs, soit 50 % pour Québecor Média (voir Tableau 11) et 48 % pour Groupe V Média (voir Tableau 7). Encore une fois, la performance du groupe désigné Québecor Média ne peut être qualifiée « d'exceptionnelle » si on la compare de façon appropriée. Elle reflète tout simplement les conditions d'exploitation et les besoins particuliers du marché de langue française.

ASSOCIATION QUÉBECOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 382-0232 AQPM.CA

TABLEAU 11 :
QUÉBECOR MÉDIA - GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
REVENUS ET DÉPENSES SELON DIFFÉRENTS PARAMÈTRES
2012 à 2015

	2011-12 000$	2012-2013 000$	2013-2014 000$	2014-2015 000$	Total R : 2012-2014 DÉC et ÉIN : 2013-2015
Revenus :					
TV	256 569	249 111	229 351	*214 074*	735 031
SF	28 077	34 488	36 138	*39 704*	98 703
Sous-total Groupe désigné	**284 646**	**283 599**	**265 489**	*253 778*	**833 734**
DÉC :					
TV		120 228	124 332	115 711	360 271
SF		17 831	20 496	21 342	59 669
Sous-total Groupe désigné		**138 059**	**144 828**	**137 053**	**419 940**
En % de revenus de l'année précédente		***46,85 %***	***49,50 %***	***49,93 %***	***50,37 %***
EIN :					
TV		46 648	45 073	40 368	132 089
SF		6 417	8 977	9 319	24 713
Sous-total Groupe désigné		**53 065**	**54 050**	**49 687**	**156 802**
En % des revenus de l'année précédente		**17,96 %**	**18,46 %**	**18,06 %**	**18,81 %**

TV : Stations de télévision membres du groupe désigné
SF : Services facultatifs membre du groupe désigné
DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national

Sources des données :
Revenus, DÉC pour les stations traditionnelles : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560. Télévision, soumis par Québecor Média, 2012 à 2015
ÉIN pour les stations traditionnelles : Demande de la requérante, Annexe à la lettre du 25 juillet, Programmation originale de première diffusion et nouvelles émissions commandées. Stations de télévision généralistes, Total des dépenses au titre des ÉIN.
Revenus pour les services facultatifs : CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, Relevés Statistiques et financiers, 2011-2015
DÉC et ÉIN pour les services facultatifs : Demande de la requérante, Annexe à la lettre du 25 juillet, Programmation originale de première diffusion et nouvelles émissions commandées. Addik.tv, Prise 2, Casa, Yoopa, Moi & cie, Total des dépenses au titre des ÉIN.

Note : Voir Annexe 1, pour un tableau présentant le calcul détaillé service par service qui a permis d'établir ce tableau sommaire.

78. Le CRTC devrait imposer à Québecor Média comme aux autres grands groupes de propriété de langues anglaise et française, des obligations d'ÉIN basées sur leurs pratiques historiques concrètes respectives. Agir autrement serait inéquitable envers les autres groupes. Une telle obligation imposée au groupe désigné de Québecor Média ne sera en rien injustifiée ou exceptionnelle, ni même de contraignant puisque la requérante indique dans sa demande qu'elle maintiendra son pourcentage historique de dépenses d'ÉIN au cours de sa prochaine période de licence.[35]

TABLEAU 12
QUÉBECOR MÉDIA
GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
PRÉVISIONS FINANCIÈRES

	2014-15 000$ (Réel)	**2015-16 000$**	**2016-17 000$**	**2017-18 000$**	**2018-19 000$**	**2019-20 000$**	**2020-21 000$**	**Écart 2015-21**
Revenus :								
TV	**214 074**	208 512	203 864	200 057	197 038	194 771	193 911	-9,42%
SF	**40 789**	44 022	46 282	47 221	47 670	47 942	48 147	18,04%
Total	***254 863***	252 534	250 146	247 278	244 708	242 713	242 058	**-5,02%**
DÉC :								
TV	**115 711**	112 239	108 903	105 696	102 614	99 652	96 836	-16,31%
SF	**21 342**	20 806	20 574	20 683	21 316	21 556	21 970	2,94 %
Total	**137 053**	133 045	129 477	126 379	123 930	121 208	118 806	**-13,32%**

TV : stations de télévision membres du groupe désigné
SF : Services facultatifs membre du groupe désigné
DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes

Sources :
Demande de la requérante, Annexe à la lettre du 25 juillet, Prévision financières, Stations de télévision généralistes, Addik.tv, Prise 2, Casa, Yoopa, Moi & cie.
Note :
On trouvera en Annexe 2, le calcul détaillé service par service sur lequel sont fondées les données sommaires présentées dans ce tableau.

79. Enfin, nous notons que les prévisions financières soumises par la requérante en annexe à sa lettre du 25 juillet démontrent clairement que si le Conseil approuvait sa demande, Québecor Média appliquerait aux DÉC une réduction en dollars entre 2014-2015 et 2020-2021 qui serait 2,7 fois plus importante que la baisse anticipée des revenus. En effet, comme l'indique le Tableau 12, Québecor Media prévoit une baisse des revenus des services composant son groupe désigné de langue française de 5 % seulement au cours de cette période, mais prévoit réduire ses DÉC de plus de 13 %.

[35] Mémoire. Renouvellement des licences de Groupe TVA, page 13, paragraphe 44.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

80. **Pour toutes ces raisons, l'AQPM demande au Conseil de rejeter les propositions de Québecor Média, d'exiger qu'elle respecte les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe et de lui imposer en conséquence des obligations de DÉC et d'ÉIN en pourcentage des revenus basées sur la moyenne historique des trois dernières années, et d'exiger que 75 % des dépenses d'ÉIN soit allouées à la production indépendante. Ce qui se traduirait pour le groupe désigné de langue française de Québecor Média par les obligations suivantes :**

    - **des obligations de DÉC fixées à 50 % des revenus de l'année antérieure[36] :**

    - **des obligations de dépenses d'ÉIN fixées à 19 % des revenus de l'année antérieure**

        - **dont au moins 75 % doivent être consacrés à la production indépendante.**

4.3 Bell Média

81. Bell Média veut former un groupe désigné de langue française composé :

    - des services facultatifs Canal D, Canal Vie, Cinépop, Investigation, RDS Info, Super Écran, VRAK et Z.[37]

82. Bell Média propose un pourcentage de DÉC pour son groupe désigné de langue française équivalant à celui qui a été imposé au groupe désigné bilingue Bell Média à la suite de l'acquisition d'Astral, soit 32 %[38]. Elle propose cependant de réduire le pourcentage de dépenses d'ÉIN établi à 18 % dans la même décision à 5 % alors que la moyenne historique des services du groupe désigné de langue française est de 17 % selon les données fournies par la requérante dans sa demande.

83. Son principal argument à l'appui de la réduction des dépenses d'ÉIN est à l'effet qu'il faudrait « normaliser » selon le plus bas dénominateur commun les obligations de DÉC et d'ÉIN entre les groupes de langue anglaise et de langue française, pour favoriser un équilibre entre les obligations des différents groupes de propriété.[39]

---

[36] Ce pourcentage pour l'ensemble du Groupe (48,73 %) reflète un pourcentage de 49,01 % pour le réseau traditionnel et de 47,10 % pour les services facultatifs.
[37] Conformément à la politique du Conseil, le Réseau des Sports (RDS) est exclu du groupe désigné.
[38] Voir la décision de radiodiffusion CRTC 2012-241, telle que modifiée par la décision CRTC 2014-62.
[39] BCE inc. ACR 2016-44 – Renouvellement de licence du groupe BCE – Annexe C, pages 26 à 28.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

84. Nous l'avons précédemment mentionné, la *Loi sur la radiodiffusion* invite à tenir compte de la spécificité des marchés de langue française et anglaise[40]. Uniformiser les obligations d'ÉIN entre groupes de langue anglaise et de langue française irait totalement à l'encontre de ce principe. Il ne fait pas plus de sens d'imposer des obligations de dépenses d'ÉIN de 5 % aux groupes désignés de langue française pour favoriser un équilibre d'obligations entre groupes de langues française et anglaise que d'imposer des obligations de dépenses d'ÉIN de 17 % aux groupes désignés de langue anglaise pour atteindre le même objectif. Dans les deux cas, le Conseil imposerait aux groupes d'une langue officielle donnée des obligations qui n'ont rien à voir avec leurs conditions d'exploitation, leur environnement et leurs besoins. Il doit au contraire se baser sur leur historique, leurs pratiques concrètes et les attentes de leurs téléspectateurs qui sont dictés par les caractéristiques particulières de chaque marché linguistique.

85. Par ailleurs, même si nous reconnaissons que tous les services facultatifs (autres que Sports et Nouvelles nationales) sont désormais des services *généralistes*, il demeure d'importantes variations de taille et de composition des divers groupes. Certains conjuguent télévision traditionnelle et services facultatifs. D'autres possèdent une masse critique de services facultatifs et certains incluent des services facultatifs solidement implantés depuis deux, voire près de trois décennies, alors que ces services sont d'implantation plus récente chez d'autres. C'est pourquoi nous partageons l'avis exprimé par le Conseil dans la PRR 2015-86 à l'effet qu'il faut tenir compte de la composition et de la taille particulières de chaque groupe désigné et des circonstances propres à chaque service qui le compose, lorsqu'il décide des exigences à imposer.[41]

86. Bell Média évoque aussi le fait que dans la situation présente, il est le seul groupe de langue française à être assujetti à des obligations d'ÉIN alors que « *les autres bénéficient de toute la souplesse voulue pour allouer des DÉC à n'importe quelle initiative de programmation identifiée par le groupe* »[42] ; ce qui le place en situation de désavantage concurrentiel par rapport aux autres groupes. Nous sommes d'accord sur ce point. Nous notons cependant que c'est aussi le seul groupe de propriété de langue française à bénéficier de la possibilité de répartir ses DÉC et ses dépenses d'ÉIN entre les différents services du groupe, les autres n'ayant pu adopter ou n'ayant pas adopté l'approche de renouvellement par groupe lors de leur dernier renouvellement. C'est pourquoi nous demandons avec insistance que tous les groupes de langue française qui veulent aujourd'hui être reconnus comme groupe désigné soient assujettis à des obligations d'ÉIN en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique. Cela rétablira l'équilibre concurrentiel, car ils ont tous des moyennes historiques très similaires.

---

[40] Voir note 20

[41] Paragraphe 290.

[42] Lettre du 13 mai 2016, page 4.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

Cela profitera conséquemment à l'ensemble du milieu de production et à l'ensemble du système de radiodiffusion de langue française.

87. En ce qui a trait au pourcentage de DÉC, le Conseil a indiqué dans la PRR 2015-86 qu'il n'entendait pas *augmenter* les pourcentages de DÉC des groupes désignés existants. Il a aussi clairement indiqué qu'il n'entendait pas non plus les *réduire*. Il juge fondamental de maintenir le niveau de DÉC des groupes existants et d'élargir leur base pour optimiser les ressources servant aux investissements en matière de programmation canadienne[43]. Cela favorisera la transition d'un système axé sur la diffusion linéaire vers un système à la demande multiplateforme, le changement de cap de la production canadienne (de quantité à qualité) et l'atteinte des objectifs établis aux articles 3 (1) e) et f) de la *Loi*.

88. Dans le cas de Bell Média, on passe d'un groupe existant bilingue (comprenant TMN et TMN Encore) à un nouveau groupe uniquement composé de services de langue française, auxquels s'ajoutent Investigation et RDS info.

89. On ne peut donc ici parler d'un groupe « existant », comme le note le Conseil dans sa lettre à la requérante du 2 mai 2016. Dans ces circonstances, il nous semble plus équitable de baser les obligations du nouveau groupe désigné de langue française, sur la moyenne historique des services qui le composent. Comme l'indique le Tableau 13, les services inclus dans le nouveau groupe désigné de langue française de Bell Média ont consacré historiquement aux DÉC une moyenne de 34 % de leurs revenus de l'année précédente et aux dépenses d'ÉIN, une moyenne de 17 %.

[43] Voir notamment les paragraphes 214 et 215.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

TABLEAU 13 :
BELL MÉDIA - GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
REVENUS ET DÉPENSES SELON DIFFÉRENTS PARAMÈTRES
2012 à 2015

	2011-12 000 $	2012-2013 000$	2013-2014 000$	2014-2015 000$	Total R : 2012-2014 DÉC et ÉIN : 2013-2015
Revenus Groupe désigné	**220 152**	**233 180**	**226 076**	*223 036*	**679 408**
DÉC Groupe désigné		**72 937**	**76 679**	**84 503**	**234 119**
DÉC en % des revenus de l'année précédente		***33,13 %***	***32,88 %***	***37,38 %***	***34,46 %***
EIN :		**33 395**	**38 027**	**40 833**	**112 255**
ÉIN en % des revenus de l'année précédente		***15,17 %***	***15,31 %***	***18,06 %***	***16,52 %***

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national

Sources des données :
Pour les revenus et les DÉC : CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, Relevés statistiques et financiers, 2011-2015
Pour les dépenses d'ÉIN : Données fournies par la requérante dans sa demande. Programmation originale de première diffusion et nouvelles émissions commandées. Période de licence antérieure et actuelle, Cumul des services spécialisés et payants (sauf RDS). Poste iv) : total des dépenses au titre des EIN ($).

90. **L'AQPM demande donc au Conseil de rejeter la proposition de Bell Média à l'égard des obligations de dépenses d'ÉIN, d'exiger qu'elle respecte les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe et de lui imposer en conséquence des obligations de DÉC et d'ÉIN en pourcentage des revenus, basées sur la moyenne historique, et d'exiger que 75 % des dépenses d'ÉIN soit allouées à la production indépendante. Ce qui se traduirait pour le groupe désigné de langue française de Bell Média par les obligations suivantes :**

- **des obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN fixées respectivement à 34 % et 17 % des revenus de l'année antérieure, selon la moyenne historique des services du nouveau groupe désigné ;**
- **assorties de l'obligation standard à l'effet qu'au moins 75 % des dépenses d'ÉIN soient consacrées à la production indépendante.**

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 382-0232 AQPM.CA

91. De telles obligations respectent les principes fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe et ne devraient pas avoir d'incidences négatives indues pour la requérante puisque, comme l'indique le Tableau 14, la requérante prévoit consacrer durant sa prochaine période de licence, 37 % à 38 % de ses revenus de l'année précédente aux DÉC et environ 18 % de ses revenus de l'année précédente aux dépenses d'ÉIN.

92. Comme le Conseil l'a souligné dans la PRR 2015-86, les émissions d'intérêt national (ÉIN) « *exigent un soutien réglementaire continuel* »[44] et leur présence soutenue contribue à la réalisation de l'objectif énoncé à l'article 3(1) d) ii) de la *Loi* visant à proposer aux Canadiens une programmation variée.[45] Ce soutien réglementaire est aussi essentiel pour les créateurs, artistes, artisans et producteurs de langue française qui conçoivent, produisent et réalisent des émissions d'intérêt national dans le système canadien de radiodiffusion.

93. Ajoutons en terminant que, dans le marché de langue française, les catégories d'émissions reconnues comme d'intérêt national sont plus nombreuses et plus variées que dans le marché de langue anglaise. Cela permet aux diffuseurs de langue française de respecter plus facilement leurs obligations en la matière.

TABLEAU 14 :
BELL MÉDIA
GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
PRÉVISIONS FINANCIÈRES

	2014-15 000$ (Réel)	**2015-16 000$**	**2016-17 000$**	**2017-18 000$**	**2018-19 000$**	**2019-20 000$**	**2020-21 000$**	**Écart 2015-21**
Revenus :	223 036	nd	220 171	216 087	*214 216*	212 798	211 941	- 4,97 %
DÉC :	84 872	nd	88 056	83 998	80 000	80 000	80 000	- 5,76 %
DÉC en % des revenus de l'année précédente	***37,54 %***		***nd***	***38,15 %***	***37,02 %***	***37,35 %***	***37,59 %***	
ÉIN :	nd	nd	42 653	40 669	38 750	38 750	38 750	nd
ÉIN en % des revenus de l'année précédente			***nd***	***18,47 %***	***17,93 %***	***18,09 %***	***18,21 %***	

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national
Sources des données :
Prévisions financières fournies par la requérante : Prévisions financières – services facultatifs de langue française (sauf RDS), Version abrégée.

[44] Paragraphe 288.
[45] Paragraphe 294.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

4.4 Corus Entertainment

94. Corus Entertainment (Corus) possède quatre services partiellement ou entièrement de langue française : Télétoon/Teletoon (licence bilingue), la chaîne Disney (anciennement Télétoon Rétro), Historia et Séries+.

95. Corus propose d'intégrer Télétoon/Teletoon à son groupe désigné de langue anglaise, de renouveler individuellement la chaîne Disney, dans la mesure où elle fait partie d'un ensemble de services partageant un contrat d'approvisionnement avec Disney, et conséquemment de constituer un groupe désigné de langue française formé de deux services : Historia et Séries+.

96. À l'origine, l'approche de renouvellement par groupe devait être réservée aux groupes de propriété conjuguant services de télévision traditionnelle et services facultatifs. Son application s'est toutefois rapidement étendue aux groupes possédant un nombre important de services facultatifs. L'AQPM s'interroge sur la pertinence de créer un « groupe » désigné de « deux » services.

97. L'AQPM réitère par ailleurs que si la flexibilité de répartir ses DÉC entre ses différents services est accordée à un groupe désigné, celui-ci doit impérativement souscrire à des obligations de DÉC et de dépenses d'ÉIN, exprimées en pourcentage des revenus et basées sur la moyenne historique des trois dernières années. Ce qui n'est pas le cas dans la demande de Corus.

98. En effet, dans sa demande initiale, Corus proposait des engagements individuels de DÉC en pourcentage des revenus pour chacun des deux services individuels, soit 30 % pour Historia et 17 % pour Séries+, mais aucun engagement pour le groupe. On ne comptait pas non plus d'engagement en matière d'ÉIN.. Pressé par le Conseil qui l'interrogeait à cet effet, Corus a finalement accepté un engagement de 22 % de DÉC pour le groupe[46], mais refuse encore à ce jour d'accepter un engagement d'ÉIN.

99. Corus évoque à l'appui de son refus d'accepter une obligation de dépenses d'ÉIN pour son groupe désigné que : « *La diffusion des ÉIN ne pose pas de problème dans le marché francophone. C'est précisément parce qu'il n'y a pas de problèmes à corriger que le Conseil a consenti en 2012 à ne pas assujettir V Média ou Québecor à des exigences d'ÉIN.* »[47]

100. Le lien que tente d'établir Corus est sans fondement. En effet, les obligations d'ÉIN ne sont appliquées qu'aux groupes désignés. Si le Conseil n'en a pas

[46] Lettre de Corus au Conseil, 27 mai 2016, en réponses aux demandes d'informations supplémentaires formulées par le Conseil le 19 mai 2016.
[47] Réponses aux demandes d'informations supplémentaires, 11 mai 2016, Annexe A, réponse à la question 4, page 8.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

précédemment imposées à TVA, c'est tout simplement que Québecor Média avait alors refusé l'approche de renouvellement par groupe et conséquemment ne pouvait se prévaloir de la flexibilité de répartir ses DÉC entre ses différents services (flexibilité que Corus demande). Dans le cas de Groupe V Média, contrairement à l'affirmation de Corus, le Conseil a maintenu les obligations de dépenses d'émissions prioritaires (l'appellation antérieure des émissions d'intérêt national) qui avaient été imposées à V Interactions en 2008[48]. Si le Conseil n'a pas rafraîchi le vocabulaire, c'est que V Interactions n'était pas alors en renouvellement de licence. Il s'agissait d'un processus de réévaluation de certaines conditions de licence, prévu dans la décision de 2008, qui portait spécifiquement sur la programmation locale et les émissions prioritaires. Deux aspects jugés importants par le CRTC et exigeant un suivi réglementaire constant.

101. **Si Corus persiste dans son refus d'accepter une obligation d'ÉIN pour le groupe qu'elle propose, exprimée en pourcentage des revenus et basée sur la moyenne des trois dernières années, l'AQPM demande au Conseil de ne pas lui accorder un statut de groupe désigné permettant de répartir ses DÉC entre les deux services.**

102. Le cas échéant, chacun des services renouvellera individuellement et maintiendra ses obligations de DÉC, telles que fixées lors de l'acquisition de ces deux services.[49] **Dans la mesure où les obligations d'ÉIN ne s'appliquent pas dans le cas de service individuel et que, conséquemment, l'obligation de consacrer au moins 75 % des ÉIN à la production indépendante ne peut y être associée, l'AQPM demande au Conseil de rejeter alors la demande de Corus à l'effet de supprimer les conditions de licence suivantes :**

Historia : CDL 6. ***La titulaire doit limiter à 5 % annuellement ses dépenses d'acquisition de droits d'émissions originales canadiennes consacrées à des émissions produites par les actionnaires du titulaire ou des entreprises affiliées.***

Séries+ : CDL 3. ***La titulaire doit limiter à 25 % annuellement ses dépenses d'acquisition de droits d'émissions originales canadiennes à des émissions produites par les actionnaires du titulaire ou des entreprises affiliées.***

103. Nous soumettons que la raison qu'évoque Corus pour justifier la suppression de ces deux conditions, soit que Nelvana ne produit pas le genre d'émissions que diffusent Historia et Séries+ n'est guère concluante. À défaut d'obligations relatives à la production indépendante - auxquelles « *en vertu des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, le Conseil accorde beaucoup d'importance* » [50] - les

[48] Décision de radiodiffusion CRTC 2012-243, paragraphe 29.
[49] Décision de radiodiffusion CRTC 2013-738, paragraphe 111
[50] Extraits de la demande d'informations supplémentaires du Conseil – 11 mai 2016. Production indépendante, Question 2.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

diffuseurs sont libres en tout temps de modifier leur philosophie d'entreprise, de créer ou d'acquérir de nouvelles filiales de production, de rapatrier à l'interne certaines productions, de changer l'orientation de programmation de leurs services facultatifs ; sans compter que les services peuvent changer de propriétaires en cours de licence.

104. **L'AQPM demande donc au Conseil d'exiger non seulement de Corus mais de toutes les requérantes qui désirent renouveler un service facultatif à titre individuel, le maintien de toute condition de licence préexistante relative à la production indépendante.**

105. Dans le cas de Corus, les deux conditions de licence mentionnées précédemment ne devraient être supprimées que si la requérante consent à accepter une obligation de dépenses d'ÉIN, fixée en pourcentage des revenus du groupe de deux services et basées sur la moyenne historique, assortie de l'obligation de consacrer au minimum 75 % des dépenses d'ÉIN à la production indépendante. Nous ne sommes pas en mesure d'établir quel est ce pourcentage historique de dépenses d'ÉIN dans le cas de Historia et Séries+ puisque Corus a demandé la confidentialité de cette information[51] et que les *Relevés statistiques et financiers* du Conseil par services facultatifs et à la demande individuels n'incluent pas ces données. Le Conseil est toutefois en mesure de l'établir lui-même.

106. Quant aux DÉC par service individuel ou par combinaison des deux services, l'AQPM constate, sur la base des données publiées dans les *Relevés statistiques et financiers* du Conseil en 2015, que depuis que Corus est devenue propriétaire de Historia et Séries+, en décembre 2013, celle-ci ne semble pas avoir respecté les conditions de licence qui lui ont été imposées dans la décision CRTC 2013-738.

107. En effet, comme l'indique le Tableau 15, Historia aurait consacré aux DÉC pendant la période 2013 à 2015 non pas 30 %, mais seulement 20 % des revenus réalisés par le service de 2012 à 2014 ; alors que Séries + aurait consacré aux DÉC de 2013 à 2015 non pas 17 % mais seulement 13 % des revenus réalisés par le service de 2012 à 2014. Pour les deux services combinés, la moyenne se situe à 15 % seulement et non à 22 %.

108. Puisque Corus a demandé la confidentialité de nombreuses informations, nous n'avons pas trouvé dans sa demande d'explications à ce sujet. Il s'agit pourtant d'un enjeu fondamental du processus de renouvellement des licences. **Nous demandons donc à la requérante de clarifier la situation dans sa réplique en expliquant la différence entre les données rendues publiques et les obligations qui lui avaient été imposées par condition de licence.**

[51] Voir Annexe 2 Abrégée de sa demande.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

109. Il est en effet essentiel, dans l'éventualité où le CRTC déciderait de renouveler la licence des deux services à titre de groupe désigné et d'imposer en conséquence une obligation de dépenses d'ÉIN en pourcentage des revenus du groupe, basée sur la moyenne historique des trois dernières années, que la requérante ait démontré son respect des obligations de DÉC au cours de ces trois années.

TABLEAU 15 :
HISTORIA ET SÉRIES+
REVENUS ET DÉPENSES SELON DIFFÉRENTS PARAMÈTRES
2012 à 2015

	2011-12	2012-2013 000$	2013-2014 000$	2014-2015 000$	Total R : 2012-2014 DÉC et ÉIN : 2013-2015
Revenus :					
Historia	19 742	21 293	22 347	*20 351*	63 382
Séries+	30 576	32 677	33 406	*29 838*	96 659
Sous-total	***50 318***	***53 970***	***55 753***	*50 189*	***160 041***
DÉC :					
Historia		4 901 (24,83 %)	4 338 (20,37 %)	3 092 (13,84 %)	12 331 (19,46 %)
Séries+		4 181 (13,67 %)	4 184 (12,80 %)	3 819 (11,43 %	12 184 (12,61 %)
Sous-total		***9 082***	***8 522***	***6 911***	***24 515***
En % des revenus de l'année précédente		**18,05 %**	**15,79 %**	**12,34 %**	**15,32 %**
EIN :					
Historia		nd	nd	nd	
Séries+		nd	nd	nd	
Sous-total		***nd***	***nd***	***nd***	

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national

Sources des données :
Pour les revenus et les DÉC : CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, Relevés statistiques et financiers, 2011-2015

110. Nous constatons par ailleurs que si les prévisions financières de la requérante pour Historia et Séries+ reflètent son engagement à consacrer 22 % aux DÉC selon le total combiné des deux services durant la prochaine période de licence, il y a une hausse très significative des DÉC entre le réel 2014-2015 (tel que rapporté dans les *Relevés statistiques et financiers* du Conseil) et les prévisions pour 2015-2016 et 2016-2017. La hausse des revenus entre 2014-2015 et la dernière année de la présente période de licence (2016-2017) n'est que de 1,42 % alors que la hausse des DÉC est de 164 %.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

111. Ceci semble confirmer, si les données publiées par le Conseil sont exactes, que Corus a beaucoup de rattrapage à faire d'ici la fin de sa période de licence en cours pour respecter les obligations de DÉC qui avaient été imposées par condition de licence à Historia et Séries+ dans la décision CRTC 2013-738.

112. Comme il s'agit pour 2016-2017 de simples projections financières non contraignantes, nous demandons au Conseil de prendre des dispositions pour assurer que Corus aura bel et bien respecté les conditions de licence d'Historia et Séries+ au terme de la licence en cours. Nous lui demandons également, dans l'éventualité où Corus souhaiterait bénéficier de la flexibilité inhérente à l'approche de renouvellement par groupe, de lui imposer des obligations d'ÉIN basées exceptionnellement sur une moyenne historique de cinq ans pour tenir compte du fait que de 2013 à 2015 elle ne semble pas avoir respecté les obligations de DÉC d'Historia et Séries+.

TABLEAU 16 :
HISTORIA ET SÉRIES+
PRÉVISIONS FINANCIÈRES

	2014-15 000$ Réel	**2015-16 000$**	**2016-17 000$**	**2017-18 000$**	**2018-19 000$**	**2019-20 000$**	**2020-21 000$**	**Écart 2015-21**
Revenus :								
Historia	20 351	21 088	21 248	21 385	21 518	21 646	21 772	6,46 %
Séries +	29 838	29 148	29 654	30 088	30 545	31 007	31 456	5,42 %
Total Revenus	***50 189***	50 236	50 902	*51 473*	*52 063*	*52 653*	***53 228***	***5,84 %***
DÉC :								
Historia	3 092	5 575	12 017	6 214	6 176	6 141	6 113	97,70 %
Séries +	3 819	7 167	6 214	5 202	5 354	5 507	5 652	48,00 %
Total DÉC	***6 911***	*12 742*	*18 231*	*11 416*	*11 530*	*11 648*	***11 765***	***70,24 %***
En % des revenus de l'année précédente	***12,34 %***	***25,39 %***	***36,29 %***	***22,43 %***	***22,40 %***	***22,37 %***	***22,34 %***	

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national

Sources des données :
Prévisions financières fournies par la requérante : Annexe 6 – Abrégée. Prévisions financières – services facultatifs, Historia, Séries+ (Révisée le 25 juillet 2016) et Annexe 4 – Abrégée – DÉC Prévues – Corus Groupe (Révisée le 25 juillet 2016).
Note : il y a de légères différences dans le total annuel de DÉC par service entre l'Annexe 4 et l'Annexe 6 révisées. Les données inscrites dans le tableau sont celles de l'Annexe 4.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

5. DE LA NÉCESSITÉ D'ENCADRER LE MARCHÉ DE LANGUE FRANÇAISE

5.1 Les obligations de DÉC, de dépenses d'ÉIN et de production indépendante

113. Québecor Média, Groupe V Média et Corus Entertainment laissent toutes trois entendre que les caractéristiques du marché de langue française suffisent à assurer que, même sans cadre réglementaire ou dans un cadre réglementaire où les obligations seraient fortement réduites par rapport à la moyenne historique, elles continueront de dépenser au même niveau qu'avant tout simplement parce que le marché l'exige.

114. L'analyse de certaines demandes individuelles a plutôt démontré le contraire.

- Alors que Groupe V Média prévoit une baisse des revenus des services qui composent son groupe désigné de langue française de 8 % entre 2015 et 2021, elle prévoit une baisse de ses DÉC de 41 % au cours de la même période, soit une réduction cinq fois plus importante (voir Tableau 8).

- Alors que Québecor Média prévoit une décroissance des revenus des services qui composent son groupe désigné de langue française de 5 % entre 2015 et 2021, elle prévoit une baisse de ses DÉC de 13 % au cours de la même période, soit 2,7 fois plus importante (voir Tableau 12).

115. Une telle situation est extrêmement préoccupante en ce qui a trait à l'atteinte de l'objectif établi par le Conseil dans la PRR 2015-86 visant le développement d'un secteur de production canadien davantage en mesure d'offrir du contenu captivant de grande qualité aux Canadiens et aux marchés mondiaux. Un tel objectif ne pourra être atteint que si les deux composantes de sa stratégie d'implantation sont mises en œuvre. À savoir que la réduction des obligations de diffusion d'émissions canadiennes s'accompagne d'un élargissement de la base des DÉC, à même lesquelles les investissements en matière de programmation canadienne peuvent être faits.[52]

116. **Si les deux groupes désignés de langue française combinant réseau de télévision traditionnelle et services facultatifs obtiennent des réductions importantes de leurs obligations de DÉC par rapport à leur moyenne historique combinées aux réductions d'obligations de diffusion de contenu canadien qui leur ont déjà été consenties, ils pourront continuer à faire le même type d'émissions canadiennes avec des budgets horaires moyens encore plus modestes. Cela voudra dire que le Conseil aura renoncé à mettre**

[52] PRR 2015-86, paragraphe 215.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

en œuvre un des éléments phares de sa stratégie annoncée dans *Aller de l'avant – Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée.*

117. Groupe V Média et Québecor Média (de même que Corus Entertainment) demandent également que leur groupe désigné respectif soit dégagé de toute obligation de dépenses d'ÉIN (et conséquemment d'obligations en regard de la production indépendante) alors que Bell Média propose de réduire celles de son groupe désigné de 17 % à 5 %.

118. Comme le Conseil l'a souligné dans la PRR 2015-86, les émissions qualifiées d'intérêt national comportent trois caractéristiques :

1) elles coûtent généralement plus cher à produire et comportent un risque élevé de non-rentabilité;
2) la grande accessibilité d'une telle programmation aux Canadiens est nécessaire afin d'atteindre les objectifs de la *Loi*;
3) en l'absence de soutien réglementaire, une telle programmation ne pourrait être autrement offerte aux Canadiens.[53]

En se dégageant de toute obligation réglementaire en matière d'ÉIN, les requérantes veulent se donner la flexibilité de se concentrer sur des émissions canadiennes d'autres catégories moins exigeantes. C'est précisément pour contrer la tendance naturelle des télédiffuseurs à privilégier les émissions les moins coûteuses à produire et(ou) à acquérir, qu'un soutien réglementaire est nécessaire pour assurer la grande accessibilité aux Canadiens des émissions d'intérêt national.

119. Comme, dans l'approche de renouvellement par groupe, les obligations relatives à la production indépendante sont liées aux ÉIN, le refus de trois des quatre groupes de propriété en renouvellement d'accepter des obligations d'ÉIN pour leur groupe désigné de langue française évacuerait complètement du cadre réglementaire applicable au marché de radiodiffusion de langue française, les préoccupations du législateur et du Conseil à ce sujet.

120. Quant à la proposition de Bell Média de réduire ses obligations de DÉC de 69 % (de 17 % à 5 % des revenus bruts de l'année précédente), elle réduirait du même souffle ses obligations de recours à la production à 3,75 % de ses revenus annuels (75 % de 5 %), ce qui est loin de constituer une contribution « notable ».

121. **Toutes ces propositions sont à notre avis inacceptables car elles vont à l'encontre a) des principes fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe b) de la stratégie élaborée dans *Aller de l'avant – Créer une***

[53] PRR 2015-86, paragraphe 296.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

programmation captivante et diversifiée **et c) de nombreux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.**

122. À ceux qui invoquent que le fait d'avoir respecté voire dépassé une obligation spécifique dans le passé milite en faveur de la suppression de toute obligation à cet égard dans l'avenir, on ne peut que répondre que c'est là une drôle de conception de l'encadrement réglementaire. Doit-on dégager de l'obligation de respecter les conditions de licence, attentes et engagements normalisées tous les services de programmation qui ont respecté ou dépassé leurs obligations en matière de sous-titrage codé ou de vidéodescription ? Doit-on dégager de toute obligation de diffusion de programmation locale toutes les stations qui ont respecté ou dépassé leurs obligations à cet effet dans le passé ? Le Conseil ne semble pas en être convaincu, lui qui indiquait récemment dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224 :

« *Selon les observations des parties en réponse à la pièce 1, la plupart des télédiffuseurs auraient respecté intégralement ou presque leurs obligations actuelles en matière de programmation locale, même en fonction de la définition stricte de programmation locale proposée. En réalité, plusieurs stations appartenant à de grands groupes de propriété ont indiqué avoir diffusé le double ou le triple de la quantité minimale exigée. Cela démontre que les exigences actuelles en matière de présentation de programmation locale représentent des niveaux réalistes pouvant être atteignables.* » (Paragraphe 30)

123. Loin de conclure que le respect voire le dépassement d'une obligation relative à une composante donnée milite en faveur de la suppression de toute obligation en la matière, le Conseil y voit plutôt une preuve que son cadre réglementaire est réaliste et fixe des objectifs atteignables.

124. **Le marché de langue française a tout autant besoin d'un encadrement réglementaire que le marché de langue anglaise si l'on veut y stabiliser et élargir la base des DÉC à même lesquelles les investissements en matière de programmation canadienne peuvent être faits et y assurer une grande accessibilité des émissions d'ÉIN afin d'atteindre les objectifs de la Loi. Il est également nécessaire à l'atteinte des objectifs de la Loi que l'obligation faite au groupe désigné de consacrer au moins 75 % des dépenses d'ÉIN à la production indépendante soit maintenue. Pour que cet encadrement règlementaire respecte les besoins du marché de langue française et les attentes de ses téléspectateurs, les obligations qui s'y rattachent doivent être basées sur la moyenne historique, de façon à permettre au système de radiodiffusion de langue française de conserver les caractéristiques qui font son succès et d'assurer en quelque sorte sa pérennité à court et moyen termes.**

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

125. On ne voit d'ailleurs pas ce qu'il pourrait y avoir d'inapproprié ou de déraisonnable à imposer aux groupes désignés de langue française des obligations en matière de DÉC et d'ÉIN qui reflètent tout simplement leurs propres pratiques historiques dans le contexte particulier de la radiodiffusion de langue française. Des obligations d'ÉIN qui s'apparentent à celles imposées dans le passé aux groupes bilingues (mais à forte composante de langue française) d'Astral puis de Bell Média. Des obligations qui sont équitables, très similaires et qui, conséquemment, assurent un certain équilibre concurrentiel entre les différents groupes désignés de langue française, tout en continuant de prendre en compte la taille, la composition et les autres caractéristiques propres à chaque groupe.

126. Ajoutons que si les propositions des trois principaux groupes de propriété de langue française étaient acceptées telles que déposées, cela soulèverait de sérieuses questions quant à l'équité de traitement réglementaire dont ceux-ci feraient l'objet. Comme l'indique le Tableau 17, advenant l'acceptation de leurs propositions respectives, le groupe désigné Bell Média se verrait imposer une obligation de DÉC équivalant à 93 % de sa moyenne historique alors que le groupe désigné V Média se verrait imposer une obligation de DÉC équivalant à seulement 53 % de sa moyenne historique. Le réseau TVA[54] se verrait pour sa part imposer une obligation équivalant à 80 % de sa moyenne historique.

TABLEAU 17
DÉC PROPOSÉES EN POURCENTAGE DE LA MOYENNE HISTORIQUE, TROIS PRINCIPAUX GROUPES

	Groupe Bell Média	**Réseau TVA**	**Groupe V Média**
Revenus cumulés 2012-2014 :	679 408		283 459
Revenus cumulés 2013-2015 :		692 536	
DÉC réelles 2013-2015 :	234 119	360 271	135 068
En %	34 ,46 %	52,02 %	47,65 %
DÉC si sa proposition avait été en vigueur	217 411	286 305	70 977
En %	32,00 %	41,34 %	25,04 %
DÉC proposées en % de la moyenne historique	**92,87 %**	**79,50 %**	**52,55 %**

[54] Dans le cas de Québecor Média, nous ne pouvons établir les répercussions de sa proposition d'une obligation de DÉC équivalant à 70 % des dépenses totales de programmation pour l'ensemble du groupe désigné puisque les données sur les dépenses d'émissions non canadiennes des services facultatifs ne sont pas disponibles. Nous nous limitons donc à en mesurer l'effet sur son réseau de stations de télévision traditionnelle.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

5.2 La production canadienne de langue originale française

127. L'application stricte de l'approche de renouvellement par groupe à tous les groupes désignés, tel que nous le préconisons, permettra d'atteindre les objectifs que s'est fixé le Conseil dans la PRR 2015-86 en matière de qualité, de diversité et de pouvoir d'attrait de la production canadienne. Elle favorisera la transition d'un univers de télévision linéaire vers un univers de distribution des émissions à la demande et multiplateforme. Il existe par ailleurs, un élément important que ne permet pas d'aborder cette approche, à savoir la présence indispensable d'émissions canadiennes de langue originale française dans le système de radiodiffusion francophone.

128. C'est pourtant là une question de grande importance pour l'ensemble des producteurs, créateurs, artistes et artisans canadiens qui conçoivent et réalisent cette production originale de langue française. D'autant plus, que si la baisse des revenus bruts totaux prévue par les trois principaux groupes désignés de langue française se concrétise, elle s'accompagnera d'une réduction proportionnelle des obligations de DÉC en dollars. Les grands groupes pourraient être tentés de compenser cette diminution des ressources disponibles pour l'acquisition d'émissions canadiennes en acquérant des versions françaises d'émissions de langue originale anglaise, moins coûteuses que les émissions originales de langue française. Une avenue qui sera d'autant plus intéressante que, dans la foulée de l'instance *Parlons télé*, le crédit de temps additionnel accordé aux émissions canadiennes et étrangères doublées au Canada[55] a été haussé de 25% à 33%. Or, comme chacun est à même de le constater, ce sont beaucoup plus souvent les émissions canadiennes et étrangères de langue anglaise qui sont doublées en français que l'inverse.

129. C'est là une situation qui préoccupe grandement l'AQPM et aussi le Conseil, qui a, à maintes reprises dans le passé, imposé des obligations minimales de dépenses ou d'heures de diffusion d'émissions de langue originale française à des services facultatifs aussi divers que : Historia, MusiquePlus, MusiMax, Séries+, Teletoon/Télétoon, TV5[56] et Vrak.TV.

130. En 2006, le Conseil a justifié l'imposition de ce type de conditions de licence à Vrak.TV en déclarant ce qui suit :

> « *À la lumière des préoccupations soulevées par les intervenants, notamment du nombre limité et restreint d'émissions canadiennes originales en première diffusion écrites et tournées en français par et pour les radiodiffuseurs de langue française, le Conseil est d'avis qu'afin de contribuer à la promotion de la dualité linguistique et ainsi à l'atteinte des*

[55] PRR 2015-86, paragraphe 229.
[56] Avant et après l'obtention du statut prévu à l'art. 9(1) h) de la *Loi sur la radiodiffusion*

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

> *objectifs énoncés à l'article 3 de la* Loi sur la radiodiffusion *(la* Loi*), il est essentiel que les télédiffuseurs de langue française contribuent à la production d'émissions originales dans la langue première du service, soit en l'occurrence le français.* » (Décision CRTC 2006-382, paragraphe 50)

131. L'AQPM partage entièrement l'avis du Conseil à l'effet qu'il est *essentiel* que les télédiffuseurs de langue française contribuent à la production d'émissions originales de langue originale française. Sinon, qui le fera ? Nous soumettons que cela est encore plus essentiel aujourd'hui qu'il y a dix ans compte tenu des changements intervenus dans la propriété des grands groupes de radiodiffusion, du nouvel environnement audiovisuel et des décisions découlant de *Parlons télé*.

132. Or, d'une part, rien dans les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe ne permet de prendre en compte cette préoccupation légitime et, d'autre part, tous les groupes de propriété qui renouvellent des services facultatifs qui étaient assujettis à des conditions de licence à cet effet, en demandent la suppression. Ce qui laisse cette préoccupation essentielle plus orpheline que jamais.

133. Refuser la suppression de ces conditions de licence serait évidemment un pas dans la bonne direction mais cela n'apparaît pas vraiment approprié dans le contexte du présent processus. Dans le nouvel environnement réglementaire général découlant de l'instance *Parlons télé* et dans le présent contexte de renouvellement par groupe où le Conseil a exigé que soient scindés les groupes désignés de langues française et anglaise, nous soumettons respectueusement qu'une approche globale applicable à tous les groupes désignés de langue française serait beaucoup plus appropriée et efficace, qu'une approche qui fixe des obligations de nature variée à certains services individuels et aucune à d'autres.

134. **Dans cet esprit et afin de contribuer à l'atteinte des objectifs de la *Loi* et notamment celui relatif à la dualité linguistique, l'AQPM recommande d'imposer à tous les groupes désignés de langue française une condition de licence à l'effet qu'au moins 75 % des dépenses d'émissions canadiennes (DÉC) soient consacrées à des émissions de langue originale française.**

135. Ainsi, la présence essentielle d'émissions canadiennes de langue originale française dans la programmation des services de télédiffusion de langue française serait assurée, au profit de toute la communauté francophone de production au pays ainsi que des téléspectateurs francophones canadiens qui apprécient grandement ces émissions.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

5.3 Les ententes commerciales

136. Dans sa politique réglementaire 2015-86, le CRTC faisait part de son intention d'accorder aux diffuseurs la suppression de l'exigence de signer une entente commerciale avec les associations de producteurs lors du renouvellement de leur licence. Il invoquait notamment au soutien de sa décision la clarification de l'enjeu des droits numériques et l'expérience acquise par les parties maintenant que cinq ans s'étaient écoulés depuis la signature d'une première entente[57].

137. L'AQPM soumet au contraire que le nouvel environnement de production, la multiplication des plateformes et les enjeux d'exploitation des droits n'ont cessé de complexifier les rapports entre les producteurs et les diffuseurs. Ces rapports sont inégaux puisque les diffuseurs déclenchent bien souvent le financement qui permet la réalisation des productions. Le CRTC a lui-même exprimé le souhait d'une meilleure collaboration entre les producteurs et les radiodiffuseurs afin de mieux exploiter dans un esprit de partenariat les revenus de contenu[58].

138. Ce que l'on constate sur le terrain et de façon encore plus accentuée depuis que le CRTC a fait part de son intention de ne plus exiger la signature d'ententes commerciales comme condition de licence des diffuseurs, c'est une multiplication de clauses contractuelles de plus en plus défavorables aux producteurs notamment en ce qui a trait aux marchés d'exploitation des contenus. En raison d'un rapport de force déséquilibré en faveur des diffuseurs, ceux-ci tentent d'imposer des contrats qui relèvent presque d'un contrat d'adhésion, ou même d'un contrat d'abdication de leurs droits sans égard à un esprit de partenariat permettant aux producteurs de mieux capitaliser leur entreprise.

139. **L'AQPM demande conséquemment au CRTC de surseoir à son intention de supprimer la condition de licence exigeant la signature d'une entente commerciale avec les associations représentatives des producteurs indépendants dans les cas où cette exigence était présente et de l'inclure dans les conditions de renouvellement de licences des grands groupes dans les cas où cette obligation ne s'y retrouvait pas.**

[57] PRR 2015-86, par. 140 et 141.
[58] Ibid. par 117 et ss.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

6. AUTRES QUESTIONS

6.1 Les obligations de DÉC par service individuel

140. Dans les chapitres qui précèdent, nous avons surtout insisté sur la nécessité d'exiger de toutes les requérantes souhaitant un statut de groupe désigné qu'elles souscrivent à des obligations en matière de DÉC et d'ÉIN établies en pourcentage des revenus du groupe et basées sur la moyenne historique, si elles veulent bénéficier de la flexibilité de répartir leurs DÉC et leurs dépenses d'ÉIN entre les différents services du groupe.

141. Dans la PRR 2015-86, le Conseil a clairement indiqué qu'il entendait également exiger de tous les services facultatifs ayant plus de 200 000 abonnés qu'ils acceptent une obligation de DÉC individuelle, exprimée en pourcentage des revenus et basée sur la moyenne historique. Et ce, peu importe qu'un service soit intégré à un groupe désigné ou qu'il renouvelle individuellement. **L'AQPM souscrit à cette approche.**

142. Compte tenu de la volatilité constatée dans la composition des groupes de propriété et des groupes désignés depuis l'instauration du renouvellement par groupe, cette approche facilitera grandement l'ajustement des obligations des différents groupes désignés lorsque des transactions viennent en affecter la composition.

6.2 La production régionale indépendante

143. Dans son intervention en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, l'AQPM a soutenu que la programmation de pertinence locale des stations de télévision en direct ne doit pas se concentrer exclusivement sur les bulletins de nouvelles locales mais inclure aussi des émissions de catégories variées produites par des producteurs indépendants locaux ou régionaux enracinés dans les communautés desservies par ces stations. D'une part, cela permettrait d'élargir les auditoires au-delà de ceux à qui sont destinés les bulletins de nouvelles. D'autre part, une production attrayante et diversifiée favoriserait la pérennité de l'industrie de la production indépendante en dehors des métropoles.

144. Dans la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224* (« PRR 2016-224 »), le Conseil a ouvert la porte à de telles pratiques en annonçant qu'il allait exiger des stations commerciales de langue française en renouvellement des engagements fermes d'heures de programmation locale par semaine, discutées au cas par cas, « *en fonction d'une référence minimale de 5 heures de programmation locale par semaine* » (paragraphe 32) ; dont un pourcentage préétabli devra être consacré aux nouvelles locales.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

145. Toutefois cette annonce n'est associée à aucune contrainte et les stations peuvent décider de consacrer la totalité de leur programmation locale aux nouvelles locales. Comme l'indique le Tableau 18, c'est d'ailleurs le choix que fait le Réseau TVA pour ses stations de télévision de Trois-Rivières, Sherbrooke, Rimouski et Saguenay où la totalité de la programmation locale sera consacrée aux émissions de nouvelles locales.

TABLEAU 18
ENGAGEMENTS EN MATIÈRE
DE PROGRAMMATION ET DE NOUVELLES LOCALES
DES STATIONS DES RÉSEAUX TVA ET V INTERACTIONS

Réseau TVA			**Réseau V Interactions**		
Stations	**Programmation locale**	**Dont nouvelles locales**	**Stations**	**Programmation locale**	**Dont nouvelles locales**
Montréal	Sans objet	Sans objet	Montréal	Sans objet	2,5 h
Québec	18 h	5 h	Québec	5 h	2,5 h
Trois-Rivières	5 h	5 h	Trois-Rivières	5 h	2,5 h
Sherbrooke	5 h	5 h	Sherbrooke	5 h	2,5 h
Rimouski	5 h	5 h			
Saguenay	5 h	5 h	Saguenay	5 h	2,5 h

Sources :
Québecor Média, Lettre en réponses aux questions du Conseil du 8 juillet 2016.
Groupe V Média, Lettre en réponses aux questions du Conseil du 8 juillet 2016.

146. Notons que les durées répertoriées dans le Tableau 18 incluent les pauses publicitaires dans le cas du Réseau TVA. Or, le Conseil a indiqué dans la PRR 2016-224 que celles-ci ne devaient pas être considérées dans le calcul des obligations minimales d'heures de diffusion d'émissions reflétant la réalité locale (paragraphe 58). Cette position a été réaffirmée dans une lettre du 29 juin 2016 adressée à différents titulaires de stations de télévision commerciales. Dans sa lettre du 8 juillet 2016, le Réseau TVA demande d'être exempté de cette approche. Il se dit prêt à maintenir ses obligations actuelles de 18 heures de programmation locale à Québec et de 5 heures de production locale pour les autres stations (entièrement consacrées aux nouvelles locales dans leur cas), à condition de pouvoir continuer de comptabiliser la publicité.

147. Pour ce qui est de V Interactions, l'entreprise se dit disposée à accepter le minimum de 5 heures de programmation locale par station régionale (y compris à Québec, alors que l'obligation minimale fixée par condition de licence en 2008 était de 10 heures), dont au minimum 2,5 heures de nouvelles locales (pauses

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

publicitaires exclues). Notons, encore une fois, que même si l'engagement en matière de diffusion de nouvelles locales des stations régionales du réseau V Interactions ne représente que 50 % des engagements en matière de programmation locale, les différentes stations demeurent libres de consacrer la totalité de leur programmation locale à des nouvelles locales si elles le désirent.

148. Mentionnons enfin que tant le réseau TVA que le réseau V Interactions considèrent que le Conseil ne devrait pas exiger d'engagements de programmation locale pour leurs stations de Montréal. S'agissant des têtes de réseau, ils invoquent qu'une très forte proportion de leur programmation canadienne peut être considérée comme de la programmation locale.

149. En réponse à ces propositions, l'AQPM soumet les recommandations suivantes :

- **exiger de toutes les stations locales qu'elles respectent leurs obligations minimales en matière d'émissions reflétant la réalité locale, sans comptabiliser la publicité;**

- **reconduire les obligations inscrites dans les conditions de licence des stations de Québec, soit au minimum 18 heures/semaine dans le cas de CFCM-DT (TVA) Québec et de 10 heures dans le cas de CFAP-DT Québec (V);**

- **exiger qu'au moins 25 % des heures minimales de diffusion de programmation locale soient consacrés à d'autres catégories d'émissions que les nouvelles locales (catégories 1 et 2 a) et soient acquises de producteurs locaux ou régionaux indépendants enracinés dans la communauté desservie par la station.**

150. La première recommandation vise simplement à assurer le respect des paramètres fondamentaux de la PRR 2016-224. La deuxième permettra aux citoyens de la capitale nationale du Québec d'avoir accès à un volume de programmation locale qui soit en harmonie avec son poids démographique, son importance politique, de même que sa taille en tant que second centre de production télévisuelle de langue française au Canada. Enfin, la troisième assurera aux citoyens de chacune des régions du Québec desservies par les stations en renouvellement, la possibilité d'accéder à de la programmation locale variée.

151. L'AQPM invite également le Conseil à maintenir son attente à l'effet que les émissions diffusées par les services facultatifs ou par les stations traditionnelles reflètent adéquatement toutes les régions du Québec et que leurs titulaires fournissent aux producteurs œuvrant dans ces régions l'occasion de produire des émissions destinées à l'ensemble de leur auditoire.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

152. Nous lui demandons surtout d'exiger de ces titulaires qu'ils rendent des comptes quant au respect de cette attente, en fournissant des données sur cette production régionale intra-québécoise détaillant le nombre de projets, le nombre d'heures et le montant des dépenses. Ces données seraient ventilées par régions, comme le Conseil l'a demandé pour la production régionale à l'échelle canadienne dans le cadre des présents renouvellements.

7. CONCLUSION

153. Dans son mémoire, l'AQPM a commenté les demandes de renouvellement des groupes de langue française en se basant sur les principes fondamentaux qui devaient y être appliqués. Le respect de ces principes est essentiel pour que le système de radiodiffusion de langue française conserve les particularités qui le distinguent du marché de langue anglaise. Ainsi, pourra-t-on maintenir une industrie de la production indépendante forte tout en répondant aux attentes des téléspectateurs.

154. Nous croyons que ces objectifs ne pourront être atteints que si les paramètres fondamentaux de l'approche de renouvellement par groupe développée par le Conseil sont appliqués avec rigueur aux groupes désignés de langue française. Tout comme nous sommes convaincus qu'il est essentiel que la base de DÉC et de dépenses d'ÉIN soit stabilisée et élargie dans le marché de langue française comme dans le marché de langue anglaise.

155. Cela ne pourra se réaliser que si le Conseil base les obligations de DÉC des groupes désignés et de tous les services facultatifs individuels de plus de 200 000 abonnés, ainsi que les obligations d'ÉIN des groupes désignés, sur la moyenne historique des dernières années. Cette façon de faire permet de tenir compte des pratiques concrètes des diffuseurs de langue française et des caractéristiques propres à la radiodiffusion de langue française.

156. Plusieurs autres enjeux importants ont été soulevés par le Conseil, et l'AQPM en a abordé quelques-uns comme les ententes commerciales, l'importance de la production en langue originale française et la place accordée à la production régionale dans les grilles de programmation. L'AQPM se réserve également le droit de traiter de nouvelles questions lors de sa réplique finale.

Cordialement,

H. Mess

Hélène Messier
Présidente-directrice générale
Association québécoise de la production médiatique

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

Cc :
Monsieur Serge Bellerose, Président Bellerose média-conseil inc.
serge.bellerose55@gmail.com
Monsieur Luc Doyon, Vice-président exécutif et chef de l'exploitation, Groupe V Média ldoyon@groupevmedia.ca
Madame Peggy Tabet, Directrice Principale Affaires réglementaires, radiodiffusion, Québecor Média peggy.tabet@quebecor.com
Monsieur Kevin Goldstein, Vice-président, Affaires réglementaires, Contenu et Distribution, Bell média, kevin.goldstein@bellmedia.ca, bell.regulatory@bell.ca
Madame Sylvie Courtemanche, Vice-présidente et Avocate générale associée, Relations gouvernementales et conformité, Corus Entertainment
sylvie.courtemanche@corusent.com

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

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA

AQPM

ANNEXE 1

DONNÉES DÉTAILLÉES, SERVICE PAR SERVICE, AYANT SERVI À ÉTABLIR LES DONNÉES DU TABLEAU 11

QUÉBECOR MÉDIA
GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
REVENUS ET DÉPENSES SELON DIFFÉRENTS PARAMÈTRES
2012-2015

	2011-12 000$	2012-2013 000$	2013-2014 000$	2014-2015 000$	Total R : 2012-2014 DÉC et ÉIN : 2013-2015
Revenus :					
TV	***256 569***	***249 111***	***229 351***	***214 074***	***735 031***
Addik.tv	8 647	10 594	11 191	*12 132*	
Prise 2	6 112	7 417	8 486	*9 053*	
Casa	7 249	8 181	8 076	*8 644*	
Yoopa	3 407	4 770	3 724	*4 035*	
Moi & cie	2 662	3 526	4 561	*5 840*	
Total SF	***28 077***	***34 488***	***36 138***	*39 704*	***98 703***
Total Groupe désigné	**284 646**	**283 599**	**265 489**	*253 778*	**833 734**
DÉC :					
TV		***120 228***	***124 332***	***115 711***	***360 271***
Addik.tv		3 349	4 224	4 657	
Prise 2		1 987	3 049	3 442	
Casa		5 391	5 800	6 259	
Yoopa		2 032	2 400	2 602	
Moi & cie		5 072	5 023	4 382	
Sous-total SF		***17 831***	***20 496***	***21 342***	***59 669***
Sous-total Groupe désigné		**138 059**	**144 828**	**137 053**	**419 940**
En % de revenus de l'année précédente		***48,50 %***	***51,07 %***	***51,62 %***	***50,37 %***
EIN :					
TV		**46 648**	**45 073**	**40 368**	**132 089**
Addik.tv		3 058	4 041	4 498	
Prise 2		1 892	3 001	3 069	
Casa		-	246	32	
Yoopa		1 096	1 236	1 289	
Moi & cie		371	453	431	
Sous-total SF		**6 417**	**8 977**	**9 319**	**24 713**
Sous-total Groupe désigné		**53 065**	**54 050**	**49 687**	**156 802**
En % des revenus de l'année précédente		***17,96 %***	***18,46 %***	***18,06 %***	***18,81 %***

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8800 F 514 392-0232 AQPM.CA

TV : stations de télévision membres du groupe désigné
SF : Services facultatifs membre du groupe désigné
DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes
ÉIN : Émissions d'intérêt national

Sources des données :
Revenus, DÉC pour les stations traditionnelles : Rapports annuels cumulés conformément à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-560. Télévision, soumis par Québecor Média, 2012 à 2015
ÉIN pour les stations traditionnelles : Demande de la requérante, Annexe à la lettre du 25 juillet, Programmation originale de première diffusion et nouvelles émissions commandées. Stations de télévision généralistes, Total des dépenses au titre des ÉIN.
Revenus pour les services facultatifs : CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, Relevés Statistiques et financiers, 2011-2015
DÉC et ÉIN pour les services facultatifs : Demande de la requérante, Annexe à la lettre du 25 juillet, Programmation originale de première diffusion et nouvelles émissions commandées. Addik.tv, Prise 2, Casa, Yoopa, Moi & cie, Total des dépenses au titre des ÉIN.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 950, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8800 F 514 392-0232 AQPM.CA

ANNEXE 2

DONNÉES DÉTAILLÉES, SERVICE PAR SERVICE, AYANT SERVI À ÉTABLIR LES DONNÉES DU TABLEAU 12

QUÉBECOR MÉDIA
GROUPE DÉSIGNÉ DE LANGUE FRANÇAISE
PRÉVISIONS FINANCIÈRES

	2014-15 000$ (Réel)	2015-16 000$	2016-17 000$	2017-18 000$	2018-19 000$	2019-20 000$	2020-21 000$	Écart 2015-21
Revenus :								
TV	214 074	208 512	203 864	200 057	197 038	194 771	193 911	-9,42%
Addik.tv	*12 132*	13 349	13 875	14 020	14 095	14 129	14 164	
Prise 2	*9 053*	9 730	10 106	10 238	10 282	10 306	10 332	
Casa	*9 729*	10 701	11 271	11 469	11 559	11 633	11 670	
Yoopa	*4 035*	4 048	4 120	4 093	4 074	4 072	4 072	
Moi & cie	*5 840*	6 194	6 910	7 401	7 660	7 802	7 909	
Sous-total Services facultatifs	40 789	44 022	46 282	47 221	47 670	47 942	48 147	18,04%
Total Revenus	*254 863*	252 534	250 146	247 278	244 708	242 713	242 058	-5,02%
DÉC :								
TV	115 713	112 239	108 903	105 696	102 614	99 652	96 836	-16,31%
Addik tv	4 657	5 062	5 228	5 426	5 600	5 457	5 449	
Prise 2	3 442	3 312	3 356	3 209	3 265	3 355	3 447	
Casa	6 259	6 068	6 115	6 180	6 339	6 519	6 706	
Yoopa	2 602	2 464	2 084	2 019	2 146	2 148	2 176	
Moi & cie	4 382	3 900	3 791	3 849	3 966	4 077	4 192	
Sous-total Services facultatifs	21 342	20 806	20 574	20 683	21 316	21 556	21 970	2,94 %
Total DÉC	137 055	133 045	129 477	126 379	123 930	121 208	118 806	***-13,32%***

DÉC : Dépenses d'émissions canadiennes

Source : Demande de la requérante, Annexe à la lettre du 25 juillet, Prévisions financières, Stations généralistes, Addik.tv, Prise 2, Casa, Yoopa, Moi & cie.

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE
1470, RUE PEEL, BUREAU 850, TOUR A, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 1T1 514 397-8600 F 514 392-0232 AQPM.CA