



Montréal, le 29 juillet 2021

Transmis électroniquement

Monsieur Claude Doucet

Secrétaire général

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Objet : **Avis de consultation de radiodiffusion [CRTC 2019-90-1](#) - Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques – Renseignements additionnels à ajouter au dossier public**

Monsieur le secrétaire général,

1. L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) désire transmettre ses observations à la suite de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90-1 publié le 30 juin 2021. Ces observations s'ajoutent à celles qui vous ont été transmises le 13 mai 2019 dans le cadre de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90 du 28 mars 2019.
2. L'AQPM regroupe, conseille, représente et accompagne plus de 160 entreprises québécoises de production indépendante en cinéma, télévision et web, soit la vaste majorité des entreprises québécoises produisant ou coproduisant pour tous les écrans, en langue française et en langue anglaise.

Sondage annuel sur les médias numériques

3. Lors de la consultation relative à l'Avis CRTC 2019-90, de nombreux intervenants, dont l'AQPM ont souligné qu'un sondage limité aux activités de radiodiffusion de médias numériques exploitées par les titulaires des entreprises de radiodiffusion canadiennes, ne serait pas suffisant pour connaître l'évolution des modèles commerciaux en ligne et leur impact sur les services de radiodiffusion traditionnels de même que sur l'ensemble de l'écosystème.
4. Reconnaissant que la collecte de données proposée initialement pourrait ne pas lui permettre de rencontrer ses objectifs, le CRTC sollicite des observations additionnelles sur des modifications qu'il pourrait apporter à son formulaire de même que sur des éléments connexes afin d'entreprendre à l'automne 2021 un sondage révisé « auprès de toutes les entreprises de radiodiffusion de médias numériques fournissant des services au Canada, y compris les entreprises non canadiennes exploitées en vertu de l'ordonnance d'exemption pour les entreprises de radiodiffusion de médias numériques ».



5. Comme indiqué dans le plus récent *Rapport de surveillance des communications* publié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le Conseil), les revenus dans le secteur de la télévision, hormis les services vidéo diffusés par Internet, ont totalisé 6,7 milliards de dollars en 2019, une baisse de 1,7 % par rapport à 2018¹.
6. Toujours selon les données du Conseil, les revenus des services vidéo diffusés par Internet au Canada ont atteint 4,5 milliards de dollars en 2019, alors qu'ils n'étaient que de 2,4 milliards de dollars en 2017².
7. L'importance des services de diffusion en ligne confirme leur incidence indéniable sur les habitudes d'écoute du contenu audiovisuel, sur les revenus de la télévision linéaire de même que sur le modèle de financement des contenus canadiens, la compétitivité de ce contenu particulièrement celui de langue originale française dans un environnement mondialisé.
8. C'est pourquoi, l'AQPM a exprimé à de nombreuses reprises dans les dernières années et tout récemment avec le dépôt du projet de loi C-10 sur la modification de la *Loi sur la radiodiffusion* l'urgence d'adapter l'environnement législatif et réglementaire de la radiodiffusion, afin notamment que tous les services de diffusion en continu sur Internet qui font affaire au Canada soient soumis à des obligations de contribution à la programmation canadienne, mais aussi de mise en valeur des contenus canadiens et de divulgation obligatoire de renseignements sur leurs activités.
9. **L'AQPM accueille donc très favorablement l'intention du Conseil de mener un sondage « sur une base annuelle à partir de l'automne 2021, auprès de toutes les entreprises de radiodiffusion de médias numériques fournissant des services au Canada, y compris les entreprises non canadiennes exploitées en vertu de l'ordonnance d'exemption pour les entreprises de radiodiffusion de médias numériques, qui est énoncée à l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409 ».**
10. L'AQPM souhaite d'ailleurs que ce sondage puisse être entrepris le plus rapidement afin de mieux mesurer l'impact des entreprises de radiodiffusion de médias numériques sur l'écosystème de la radiodiffusion; ces entreprises ayant trop longtemps pu mener leurs opérations commerciales en dehors de toutes obligations réglementaires.
11. Comme elle le mentionnait dans son intervention du 13 mai 2019, par souci d'équité et d'efficacité, l'AQPM croit fermement que le Conseil doit se donner les moyens d'exiger des informations sur les activités de tous les services de diffusion en continu sur Internet qui livrent du contenu audiovisuel à des résidents canadiens.
12. Pour cela, l'AQPM réitère sa recommandation énoncée dans son mémoire déposé en janvier dernier au Groupe d'examen du cadre législatif des communications³, de modifier l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*⁴, afin de préciser notamment qu'elle s'applique à tous les services de diffusion en ligne qui font affaire au Canada, qu'ils soient de propriété étrangère ou canadienne. Ce faisant, **le Conseil devrait aussi inclure à la définition de ces services, les services de médias**

¹ *Rapport de surveillance des communications*, Recherche de données du RSC dans le portail des données ouvertes, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2020/cmdr.htm>, Données secteur de la radiodiffusion, Données – télé,

² *Ibid.*

³ Mémoire de l'AQPM déposé dans le cadre de l'*Examen de la législation canadienne en matière de radiodiffusion et de télécommunications*, le 11 janvier 2019, p.27

⁴ Annexe à l'Ordonnance d'exemption de radiodiffusion [CRTC 2012-409](#), Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques, par.

4



sociaux qui sont devenus des vecteurs populaires de partage et de diffusion de contenus.

Observations additionnelles demandées par le CRTC

13. Le Conseil sollicite des observations additionnelles sur les éléments du formulaire du sondage, de même que sur le niveau de confidentialité des informations fournies par les entreprises de radiodiffusion de médias numériques, sur la pertinence que certaines de ces informations soient transmises sur une base trimestrielle plutôt qu'annuelle de même que sur l'établissement de seuils afin d'exempter certaines entreprises de l'obligation de participer au sondage.

Éléments du formulaire

14. L'AQPM estime, que le Conseil doit recueillir, **pour chaque service numérique, les renseignements qui permettent, pour le moins, de vérifier que la radiodiffusion sur Internet contribue aussi à l'atteinte des objectifs de la *Politique canadienne de la radiodiffusion* tels que précisés dans la *Loi sur la radiodiffusion*⁵ et qui demeurent tout aussi pertinents dans un environnement numérique.**
15. Dans ce but, l'AQPM réitère ses recommandations du 13 mai 2019 et elle demande au Conseil d'ajouter à son formulaire proposé pour le sondage annuel sur les médias numériques les éléments suivants sous la rubrique *Dépenses en émissions canadiennes* : **les dépenses en production indépendante canadienne en distinguant les dépenses faites pour acquérir des contenus canadiens (œuvres déjà au catalogue) des dépenses faites pour produire du nouveau contenu canadien.**
16. La *Politique canadienne de radiodiffusion* mentionne en effet que « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants »⁶.
17. L'existence d'un secteur de production sain et indépendant est essentielle à la vitalité de l'industrie canadienne de la radiodiffusion et est garante de la diversité des voix dans le marché canadien de la radiodiffusion en ligne, comme sur les plateformes traditionnelles.
18. Par ailleurs, la *Politique canadienne de radiodiffusion* mentionne que le système de radiodiffusion canadien doit refléter adéquatement la dualité linguistique du pays⁷.
19. L'AQPM croit qu'il est vital pour promouvoir la diversité culturelle et pour stimuler la consommation de contenus en langue française sur toutes les plateformes, que les services de radiodiffusion en ligne investissent dans la programmation en langue originale française.
20. L'AQPM estime donc que la **cueillette des données sur les dépenses des médias numériques opérant au Canada en contenus canadiens de langue originale française** est indispensable et recommande au Conseil d'ajouter cet élément à son nouveau sondage annuel sur les médias numériques.

⁵ Gouvernement du Canada, [Loi sur la radiodiffusion](#) (L.C. 1991, ch. 11)

⁶ Gouvernement du Canada, [Loi sur la radiodiffusion](#) (L.C. 1991, ch. 11), art 3 (1) i) v)

⁷ *Ibid.*, art 3 (1) d) iii)



21. Tout comme L'UDA, la SARTEC, l'ARRQ et l'AQTIS section locale 514 AIEST, l'AQPM remarque que le nouveau formulaire de l'annexe à l'avis 2019-90-1 **ne contient aucune référence aux émissions d'intérêt national (ÉIN) et que cette omission doit être corrigée.** Elle recommande conséquemment au Conseil d'ajouter cet élément à son nouveau sondage annuel sur les médias numériques
22. L'importance des EIN a été mentionnée à plusieurs reprises par le Conseil que ce soit dans sa politique réglementaire [CRTC 2015-86 Parlons télé⁸](#) ou lors du renouvellement des licences pour les services de télévision des grands groupes de propriété de langue française (CRTC 2017-143)⁹.

Les dépenses liées à la promotion et à la mise en valeur des contenus canadiens

23. La surveillance de la disponibilité du contenu canadien sur les différents services de diffusion en ligne ne peut s'effectuer sans informations sur les actions prises pour promouvoir les contenus d'ici.
24. Pour s'assurer que tous les services de radiodiffusion facilitent la découvrabilité des contenus canadiens, **l'AQPM estime que la cueillette des données sur les dépenses des médias numériques opérant au Canada en promotion des contenus canadiens est indispensable** et recommande au Conseil d'ajouter cet élément à son nouveau sondage annuel sur les médias numériques.
25. De plus, pour que les résultats du nouveau sondage sur les médias numériques soient cohérents et représentatifs de la réalité, **l'AQPM réitère sa recommandation au Conseil de préciser la liste des dépenses admissibles liées à la production de contenus canadiens de même que leur définition**, afin que celles-ci soient identiques à celles qui seront issues de la mise à jour de sa politique relative aux dépenses en émissions canadiennes¹⁰.

Niveau de confidentialité à accorder aux renseignements fournis

26. L'AQPM croit que **les principes de transparence et d'intérêt public devraient primer et guider le Conseil et que conséquemment, le recours à la confidentialité des données devrait constituer l'exception et non la règle.**

Transmission trimestrielle

27. L'AQPM considère que **certaines données touchant les revenus et le nombre d'abonnés devraient être recueillies et rendues publiques sur une base trimestrielle** afin de suivre l'évolution rapide de l'écosystème de radiodiffusion.
28. Tout comme l'ADISQ, l'AQPM croit que les différentes données obtenues par le Conseil, que ce soit dans les catégories *Revenus*, *Dépenses*, *Dépenses en émissions canadiennes* et *Nombre d'abonnements* devraient être identifiables par marché

⁸ <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-86.htm>, par. 288

⁹ <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2017/2017-143.htm>, par. 49

¹⁰ Avis de consultation de radiodiffusion [CRTC 2019-91](#), Appel aux observations sur la politique du Conseil relative aux dépenses en émissions canadiennes, le 28 mars 2019



linguistique, ou à défaut en distinguant le territoire du Québec des autres territoires malgré les défis méthodologiques que cela peut représenter.

Établissement de seuils d'exemption

29. À ce stade de la consultation, l'AQPM ne possède pas les informations nécessaires pour faire une recommandation sur les éléments qui devraient être considérés pour établir les seuils permettant à certaines entreprises de radiodiffusion de médias numériques qui ne sont pas engagées dans des activités de radiodiffusion de manière significative d'être exemptées.
30. Par ailleurs, l'AQPM met en garde le Conseil d'établir ce seuil à partir de considérations purement comptables qui s'appliqueraient de manière uniforme pour tous les types de services de médias numériques.
- 31. L'AQPM croit que le Conseil devrait considérer le type de services, leur marché, la diversité et le genre des contenus qu'ils offrent aux Canadiens, leur taille en termes de revenus et du nombre d'abonnés, de même que leur impact sur l'écosystème de création et de production des contenus canadiens.**

Je vous prie d'agréer, monsieur le secrétaire général, l'expression de ma considération distinguée.

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