



Montréal, 2 juillet 2024

*Transmis électroniquement*

**Monsieur Marc Morin**

Secrétaire général

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Ottawa (Ontario) K1A 0N2

**Objet : Réplique de l'AQPM au sujet des observations sur les ordonnances proposées dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121**

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) regroupe, représente et conseille plus de 150 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.
2. Le 4 juin dernier, le Conseil a publié sa Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121 – La voie à suivre – Soutenir le contenu canadien et autochtone au moyen de contributions de base (la « Politique »). Dans cette Politique, le Conseil annonce qu'il imposera des exigences de contribution de base au moyen d'ordonnances prises en vertu des articles 9.1 et 11.1 de la Loi sur la radiodiffusion. Le Conseil a ensuite invité les parties (y compris celles qui seront tenues de verser des contributions de base) à commenter les ordonnances proposées en annexe de la Politique et à déposer leurs observations avant le 14 juin (ou le 25 juin pour les CLOSM).
3. La réplique de l'AQPM à l'égard des observations sur les propositions d'ordonnances portera sur les sujets suivants :
  1. **Caractère initial de la contribution de base et des dépenses**
  2. **Encadrement des dépenses**
  3. **Définition des revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion**
  4. **Médias sociaux**
  5. **Versements aux fonds**
  6. **Collecte de données**

4. L'AQPM a ciblé les éléments des interventions qui lui semblaient les plus pertinents à l'égard des membres qu'elle représente. Le fait que certains éléments ne soient pas abordés dans le cadre de cette intervention ne doit pas être interprété comme un appui de ces éléments par l'AQPM.

### **1. Caractère initial de la contribution de base et des dépenses**

5. L'AQPM rappelle que dans le Cadre de contributions modernisé détaillé dans l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138 (l'« Avis de consultation »), « trois grandes catégories d'exigences » sont prévues : exigence de base, exigence financière souple et exigences intangibles<sup>1</sup>. La Politique vise à fixer les paramètres de l'exigence de base, qui prend la forme de contributions financières à des fonds. L'AQPM insiste sur le caractère initial des contributions de base qui ne constituent qu'une partie des contributions attendues. De fait, l'Avis de consultation stipule clairement que les exigences financières souples qui seront établies à l'étape 2 « pourraient comprendre des dépenses directes pour certains types de programmation (par exemple, des émissions originales de langue française, des émissions d'intérêt national<sup>[note4]</sup> (EIN), des nouvelles locales, des émissions communautaires, et des productions indépendantes), des dépenses pour la formation et les stages, ou des contributions supplémentaires aux fonds ». <sup>2</sup> (nos soulignés)
6. **L'AQPM réitère ainsi l'importance que le caractère initial des contributions de base, incluant les versements directs aux fonds et les dépenses pouvant s'y substituer, soit explicitement mentionné dans les ordonnances.**
7. Il serait ainsi établi clairement que ces dépenses de substitution ne constituent pas des obligations en dépenses directes que le Conseil a prévu étudier à une étape ultérieure de son plan réglementaire comme annoncé dans l'Avis de consultation. L'AQPM comprend que ces futures contributions en dépenses s'apparentent plutôt aux dépenses en émissions canadiennes (DEC) auxquelles sont actuellement soumises les entreprises de radiodiffusion traditionnelles et qu'on ne doit pas les confondre avec les dépenses de substitution de la présente étape.
8. À la lecture des interventions déposées, notamment par la Motion Picture Association-Canada (MPA-Canada) et Apple, l'AQPM craint toutefois que des intervenants aient ainsi confondu les dépenses prévues dans la Politique et les obligations relatives aux DEC. La MPA-Canada, qui utilise même le terme « Canadian program expenditure » (CPE) lorsqu'elle fait allusion aux dépenses prévues dans la Politique, demande que les ordonnances prévoient différents assouplissements qui s'apparentent à ceux dont bénéficient actuellement les entreprises de radiodiffusion qui ont des obligations en DEC. Parmi les assouplissements demandés se retrouvent :
  - la possibilité de répartir les dépenses parmi les différentes entités d'un même groupe :

« The online undertaking may count expenditures made for the acquisition of or investment in certified Canadian content by one or more undertakings from its broadcasting ownership group in the same broadcast year towards fulfilling the deduction in condition of service 1(a)(i) as long as

---

<sup>1</sup> Avis de consultation, paragraphe 20.

<sup>2</sup> Avis de consultation, paragraphe 22.

these expenditures are not used by those undertakings towards fulfilling their own certified Canadian content levels. »<sup>3</sup>

- la possibilité de reporter à l'année suivante jusqu'à 5 % des dépenses prévues pour une année donnée :

« If an operator seeks to deduct the full amount for English-language and/or French-language certified Canadian content expenditures in accordance with condition 1(a)(i):

(a) In each broadcast year of the base contribution period, excluding the final year, the online undertaking may expend an amount on certified Canadian content that is up to 5% less than the expenditure level for that year calculated in accordance with condition of service 1(a)(i); in such case, the online undertaking shall expend in the next broadcast year of the base contribution period, in addition to the expenditure level for that year, the full amount of the previous year's under-expenditure.

(b) In each broadcast year of the base contribution period, excluding the final year, where the online undertaking expends an amount for that year on certified Canadian content that is greater than the expenditure level, the online undertaking may deduct that amount from the expenditure level in one or more of the remaining years of the base contribution period.

(c) Notwithstanding paragraphs (a) and (b) above, during the base contribution period, the online undertaking shall expend on certified Canadian content the total of the English-language and/or French-language expenditure level (as applicable) calculated in accordance with condition of service 1(a)(i). »<sup>4</sup>

- la possibilité que des dépenses dirigées vers certains contenus puissent obtenir des crédits bonifiant celles-ci pour l'atteinte de l'exigence de dépenses :

« Subject to condition c., the operator may claim, in addition to its expenditures on certified Canadian content:

a. a 50% credit against its certified Canadian content expenditure requirements for expenditures made on certified Canadian content produced by an Indigenous producer and claimed as certified Canadian content expenditures during that broadcast year;

b. a 25% credit against its certified Canadian content expenditure requirements for expenditures made on certified Canadian content produced by an official language minority community producer and claimed as certified Canadian content expenditures during that broadcast year. The operator may claim the credit if:

(i) the programming is produced in the province of Quebec and the original language of production is English; or

(ii) the programming is produced outside the province of Quebec and the original language of production is French.

---

<sup>3</sup> Intervention de la MPA-Canada, paragraphe 20.

<sup>4</sup> Intervention de la MPA-Canada, paragraphe 22.

c. The operator may claim the credits calculated in accordance with conditions a. and b. until the expenditures made on certified Canadian content produced by Indigenous producers and by official language minority community producers, including credits, reach a maximum of 10% of the certified Canadian content expenditure level for the online undertaking. »<sup>5</sup>

9. L'AQPM s'oppose vivement à ces modifications proposées par la MPA-Canada et elle réitère que les dépenses prévues dans les ordonnances ne s'apparentent pas aux obligations de DEC actuellement imposées aux entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Elles ne se substituent pas non plus aux obligations de dépenses qui seront éventuellement élaborées par le Conseil pour les entreprises en ligne dans des étapes ultérieures.
10. De plus, contrairement aux DEC, l'AQPM souligne que ces dépenses doivent être entièrement dirigées vers la production de contenu. À l'heure actuelle, le Conseil permet aux entreprises soumises à des obligations de DEC d'intégrer d'autres types de dépenses, comme des dépenses en promotion, pour satisfaire à ces obligations.
11. Il importe de rappeler que les dépenses prévues dans les ordonnances représentent un assouplissement accordé dans l'application des contributions de base à des fonds et elles doivent donc avoir pour objectif le financement de contenu. **L'AQPM appuie donc la recommandation suivante de la Canadian Media Producers Association (CMPA) voulant que la notion de dépenses « directes » soit intégrée dans le libellé de la condition de service 1a** afin de refléter plus justement l'intention exprimée par le Conseil dans sa Politique :

« 9. Contributions to funds are similarly direct in nature. They do not also include other "Indirect Expenditures" which are related more to certain elements of broadcasting operations. A specific reference to Direct Expenditures in Condition 1(a) would reflect the comments made by the Commission in the Phase 1 Decision and would be consistent with the Commission's approach to delineate these types of expenditures. »

10. In accordance with this issue, we are proposing the following amendments to Condition of Service 1(a)

not less than 2% to the Canada Media Fund. The operator may deduct direct expenditures for certified Canadian content ~~expenditures~~ of up to 1.5% of the contribution for this initiative. Of that 1.5%, a maximum of 60% of these expenditures can be allocated to English-language productions and a maximum of 40% to French-language productions; »<sup>6</sup>

## 2. Encadrement des dépenses

12. L'AQPM réitère qu'afin d'être en phase avec le souhait du Conseil de répondre à des besoins immédiats et afin que la condition de service reflète l'étendue du raisonnement et des arguments étayés dans la Politique, il est primordial que les dépenses ciblent des contenus originaux plutôt que l'acquisition de contenus. L'AQPM relève que de nombreux intervenants ont formulé des positions similaires à la sienne concernant le type de dépenses pouvant se substituer aux obligations de contribution au Fonds des médias du Canada (FMC). La CMPA, la

---

<sup>5</sup> Intervention de la MPA-Canada, paragraphe 23.

<sup>6</sup> Intervention de la CMPA, paragraphes 9 et 10.

Director Guild of Canada (DGC), la Documentary Organization of Canada (DOC) et la Writers Guild of Canada (WGC) ont par exemple demandé que ces dépenses excluent les acquisitions et visent des productions originales.

13. L'AQPM appuie notamment le passage suivant de l'intervention de la CMPA à cet égard :

« Of particular note, the proposed flexibility afforded to online services should be limited to original Canadian content, and not include acquisitions. In fact, by allowing acquisitions to count as an eligible expenditure, the Proposed Order appears to contradict the Commission's statement that the incentive's purpose is "[t]o provide flexibility and to encourage online undertakings to produce Canadian content."<sup>[Note 1]</sup> (emphasis added) Moreover, the primary purpose of all funds is to support the development and production of new original programming. Redirecting much-needed production resources to the acquisition of existing content runs contrary to stated policy objectives.

Note 1 : Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2024-121, The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous content through base contributions, 4 June 2024 at para. 133. »<sup>7</sup>

14. De plus, l'AQPM est en accord avec la mise en garde formulée par Téléfilm Canada stipulant que si les acquisitions sont autorisées, des droits de distribution mondiaux pourraient être comptabilisés dans les dépenses des entreprises en ligne. Comme le remarque le FMC, une part importante des contributions pourrait ainsi ne pas être destinée au bénéfice du public canadien, ce qui ne répond certainement pas aux objectifs de la Politique du Conseil.

Téléfilm Canada : « Si la formulation actuelle de l'Ordonnance n'est pas modifiée, les dépenses effectuées par ces services de diffusion continue en ligne pour obtenir ces droits de distribution à l'échelle mondiale (c.-à-d. pas seulement les dépenses engagées pour le marché canadien) pourraient être utilisées pour satisfaire à l'exigence de dépenses de 1,5 pour cent mentionnée ci-dessus. »<sup>8</sup>

FCM : « We are concerned that without a "shown in Canada" requirement, online undertakings could acquire worldwide rights to a Canadian project – minus Canada – and have those expenditures count towards the Incentive. »<sup>9</sup>

15. L'AQPM maintient que ce contenu original doit atteindre un pointage de 10 sur 10 sur l'échelle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), comme l'exige le FMC dans ses propres programmes. Par ailleurs, d'autres intervenants proposent que les contenus ciblés par ces dépenses doivent se limiter aux genres financés par le FMC. L'AQPM demeure d'avis qu'une formulation faisant plutôt état des genres couverts par le BCPAC serait plus appropriée et elle permettrait d'inclure le long métrage.

16. Comme le Regroupement des producteurs indépendants de cinéma du Québec (RPICQ), l'AQPM souhaite encore une fois souligner que le long métrage devrait faire l'objet d'une contribution particulière. Cette position va dans le même sens que celle exprimée par d'autres intervenants tels que :

---

<sup>7</sup> Intervention de la CMPA, paragraphe 15.

<sup>8</sup> Intervention de Téléfilm Canada, paragraphe 6.

<sup>9</sup> Intervention du FMC, paragraphe 10.

la DOC : « Should the Commission revisit the allocation of the 5% contribution, we support an approach that ensures that monies are directed to Telefilm [...] »<sup>10</sup>;

la Coalition M.É.D.I.A : « [...] il est essentiel de soutenir le développement et la production de longs métrages canadiens de fiction et de documentaire. »<sup>11</sup>;

et Téléfilm Canada : « [...] les longs métrages représentent un élément crucial du paysage culturel du Canada et de notre système de radiodiffusion ».<sup>12</sup>

17. **L'AQPM réitère donc sa demande qu'une contribution directe correspondant à 0,5 % des revenus des services de diffusion continue en ligne audiovisuels soit versée au Fonds du long métrage de Téléfilm Canada.** Comme l'Association l'a expliqué dans ses observations<sup>13</sup>, le secteur du long métrage pourrait être soutenu par une réallocation d'une partie des contributions initialement destinées au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI).

### 3. Définition des revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion

18. L'AQPM souligne l'importance que les ordonnances soient conformes aux objectifs de la Politique. À cet égard, certaines précisions semblent nécessaires quant à la définition proposée pour les revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion. Comme le remarque le Groupe de diffuseurs indépendants (GDI), la formulation actuelle de la définition pourrait donner l'impression d'exclure certains types d'offres de services sur la base du modèle d'affaires et des stratégies privilégiés par les entreprises en ligne :

« 6. In the proposed order, the definition for "annual Canadian gross broadcasting revenues" provides clarity regarding its application to online undertakings that "operate in whole or in part in Canada" and to online undertakings that "receive revenue from other online undertakings by offering bundled services on a subscription basis" [underlining added].

7. IBG/GDI's concern in this area relates to the reference to the offer of services "on a subscription basis". This specific reference to include subscription-based services could be interpreted to exclude advertising-supported bundled services – and, specifically, the aggregators of FAST channels and ad-supported tiers offered by SVOD services on a "non-subscription" basis – from the contribution requirement<sup>[Note 4]</sup>.

[...]

10. IBG/GDI recommends, therefore, that the phrase "on a subscription basis" be removed from the definition of "annual Canadian gross broadcasting revenues".

Note 4 : Based on the interpretative principle of *expressio unius est exclusio alterius*. There is no reason to believe that this was intended, but the language used raises ambiguity where there should be none.] »<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Réplique de la DOC, paragraphe 15.

<sup>11</sup> Intervention de la Coalition M.É.D.I.A, paragraphe 8.

<sup>12</sup> Intervention de Téléfilm Canada, paragraphe 9.

<sup>13</sup> Observations de l'AQPM (14 juin 2024), paragraphes 26 à 30.

<sup>14</sup> Intervention du GDI, paragraphes 6, 7 et 10.

**19. L'AQPM recommande également que la mention « sur la base d'un abonnement » soit retirée de la définition des revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion.**

20. De plus, l'AQPM est préoccupée par la demande d'intervenants comme Apple et la MPA-Canada qui souhaitent exclure certains revenus de la définition de revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion. Le concept de double comptage est notamment utilisé afin de demander que soit soustraite des revenus bruts la part redistribuée des revenus récoltés par des entreprises en ligne qui offrent des services groupés :

« 3. Apple requests that the Order :

(a) Clarify that online services' revenues are not double-counted, i.e., the definition of annual Canadian gross broadcasting revenues and condition of service relating to payment of contributions must make clear that online services must only pay contributions calculated based on the revenues of the relevant undertaking(s) (less any excluded revenues such as that for podcasts and audiobooks in the case of Apple). As well, the Order should be clear that online undertakings are not required to pay contribution on revenues collected by third parties when reselling such third parties' online undertakings, e.g. contribution should only be paid on revenues collected directly by the online undertakings themselves. [...] »<sup>15</sup>

**21. L'AQPM se positionne fermement contre l'exclusion de toute forme de revenus tirés de l'offre de services tiers.** Elle rappelle notamment que le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* prévoit que les contributions que versent les titulaires sont calculées sur les « recettes brutes »<sup>16</sup>, et considère que la même règle doit être appliquée dans le cadre de la présente Politique.

#### **4. Médias sociaux**

**22. L'AQPM maintient sa position indiquant qu'il est important que le caractère temporaire de l'exclusion du revenu associé au contenu généré par les utilisateurs soit énoncé dans les projets d'ordonnances puisque cette exclusion pourrait être remise en question au terme de la réflexion du Conseil.**

23. Comme l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)<sup>17</sup>, l'AQPM souhaite rappeler qu'une partie des contenus générés par les utilisateurs pourrait être constituée d'émissions qui sont assujetties à la présente loi, selon les critères établis à l'alinéa 4.2 (2).

24. De plus, à l'instar de l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) qui le fait valoir dans son intervention<sup>18</sup>, l'AQPM est d'avis que les revenus associés au contenu non généré par les utilisateurs d'entreprises se définissant comme un « service de média social » ne sont pas des revenus exclus et qu'ils doivent donc être pris en compte dans le calcul des contributions de base.

---

<sup>15</sup> Intervention d'Apple, paragraphe 3.

<sup>16</sup> *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, paragraphe 53.

<sup>17</sup> Intervention de l'ADISQ, paragraphes 16 à 23.

<sup>18</sup> Intervention de l'APEM, paragraphes 7 à 12.

25. L'ADISQ appuie l'intervention de l'APEM, qui relève dans les termes suivants que le contenu que l'on retrouve sur les services de médias sociaux ne consiste pas uniquement en du contenu généré par les utilisateurs :

« 11. La plupart des entreprises qui se définissent comme un “service de média social” ne se contentent pas de diffuser du contenu généré par les utilisateurs : on y retrouve du contenu qui provient de professionnels, ou d'entreprises correspondant à la définition “d'entreprise de programmation” de la Loi. Ces contenus, qui ne sont pas générés par les utilisateurs, rapportent des revenus importants. En diffusant ces contenus, ces entreprises agissent comme des entreprises de radiodiffusion en ligne et sont donc des entreprises de radiodiffusion en ligne. »<sup>19</sup>

26. Comme l'APEM et l'ADISQ qui ont formulé une demande similaire, l'AQPM s'attend donc à ce que le Conseil exige que les services de médias sociaux soient soumis aux mêmes obligations de contribution que les autres entreprises en ligne pour la portion de leurs revenus provenant de la diffusion de contenus autre que ceux générés par les utilisateurs.

## 5. Versements aux fonds

27. L'AQPM insiste fortement sur l'importance de clarifier le début et la fréquence des paiements aux fonds par l'imposition d'un calendrier de versements. Comme le remarquent également plusieurs intervenants (notamment les Amis des médias canadiens, l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs (ACR), le Bureau de l'Écran Autochtone (BÉA), la CMPA, Corus, le Fonds pour l'Accessibilité de la Radiodiffusion (FAR), le FCM, le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC) et le GDI), la formulation actuelle du premier paragraphe de la section portant sur la condition de service relative aux contributions de base octroie une trop grande latitude sur la date à laquelle devront être versées les contributions. Le FRPC souligne par exemple que la formulation actuelle des ordonnances indique que le Conseil n'impose pas que les contributions soient versées avant le 31 août 2025 :

« 27. Second, as currently written it appears that the Commission does not intend that any payments need be made until 31 August 2025. While the conditions appear to suggest that payment will be made “in” the 2024-2025 broadcast year, they only require that the undertakings ‘devote’ the required funding to the identified organizations no later than “31 August of each broadcast year” – in other words, the last day of each broadcast year: [...] »<sup>20</sup> (nos soulignés)

28. Le service Amazon affirme même, selon la compréhension de l'AQPM, qu'il ne devrait pas être tenu de verser de contributions avant le 30 novembre 2026 :

« To facilitate compliance, sections 1 and 2 of the Proposed Order should be amended so that the deadline for contribution payments in respect of revenues earned in a particular broadcast year is November 30<sup>th</sup> of the following broadcast year. This would provide online undertakings with a reasonable

---

<sup>19</sup> Intervention de l'APEM, paragraphe 11.

<sup>20</sup> Intervention du FRPC, paragraphe 27.



opportunity to determine their contribution requirement. The Proposed Order should also clarify that it does not apply retrospectively. »<sup>21</sup> (nos soulignés)

29. L'AQPM s'appuie également sur l'expérience d'intervenants comme le FAR et l'ACR, qui exposent les risques de ne pas encadrer et inclure les modalités de versement des contributions dans les ordonnances. Ils expliquent en effet qu'il est fort probable que les contributions ne seront reçues qu'à la date limite stipulée par le Conseil, soit le 31 août de chaque année de radiodiffusion :

FAR : « 22. BAF is further concerned about the timing established for the flow of contributions from audio-visual online undertakings, which are designated to take effect in the 2024-25 broadcast year. BAF's experience with tangible benefits is that distribution occurs at the last possible moment.

23. This means that allocations from audio-visual online undertakings need not be distributed until August 31, 2025. »<sup>22</sup>

ACR : « 18. The Commission's framework is intended to ensure that "areas of immediate need" receive contributions quickly – it is why the Commission has relied on existing funds as much as possible. However, as drafted, the proposed Orders will require certain online undertakings to make contributions starting in the coming broadcast year, with payments due "by 31 August of each broadcast year." The reality of this wording is – in our long experience – that most operators will wait until the 31st of August – a full 14 and a half months from now. »<sup>23</sup>

30. Considérant les réticences formulées par les parties qui seront tenues de verser des contributions de base, l'AQPM ne peut malheureusement que partager cette impression que les contributions tant attendues seront versées plus tard que tôt en l'absence d'une indication prescriptive à cet égard dans les ordonnances.

31. Il importe aussi de souligner l'impact qu'aurait un versement des contributions au 31 août 2025 sur les fonds destinataires. Le FMC explique par exemple que si les contributions ne lui sont versées qu'à la fin de l'année de radiodiffusion 2024-2025, il ne serait en mesure de distribuer les contributions reçues qu'à l'année fiscale suivante, soit en 2026-2027 :

« 12. Realistically, this means that the CMF, and other funds, would be very likely not receive any initial base contributions until the very end of the broadcasting year. The CMF submits that the public record clearly demonstrates the urgency of new financial contributions to the system. Given that the CMF must announce its program budget by April of each fiscal year, should we not receive initial base contributions until 31 August 2025, we would not be able to deploy these contributions until the 2026/27 fiscal year. The start of the 2026/27 fiscal year is one year, nine months and eighteen days away at the time of writing. This protraction is unnecessary and does not address the urgency that has been so clearly established. »<sup>24</sup> (nos soulignés)

---

<sup>21</sup> Intervention d'Amazon, paragraphe 58 (encadré).

<sup>22</sup> Intervention du FAR, paragraphes 22 et 23.

<sup>23</sup> Intervention de l'ACR, paragraphe 18.

<sup>24</sup> Intervention du FMC, paragraphe 12.

32. Le Bureau de l'écran des Noirs (BÉN) s'inquiète quant à lui du délai possible dans l'entrée en opération de son fonds nouvellement certifié dans l'éventualité où il ne percevrait pas de contributions avant août 2025 :

« 4. Our primary concern within the base contribution framework is the ability of foreign streamers to delay payment of their contribution to August 31, 2025. Should foreign streamers wait till August 31, 2025, this will delay the BSOF launch until Fall 2025. We were heartened by the CRTC's support for Black talent in certifying the BSOF as a CIPF and identifying the BSOF as one of three organizations eligible for the equity stream from foreign streamers. However, a one-year delay in the launch will significantly impact BSOF's ability to support Black talent and make the real change that we all know needs to happen. »<sup>25</sup> (nos soulignés)

33. Considérant le caractère « immédiat »<sup>26</sup> des besoins ciblés par le Conseil et les mécanismes mis en place afin que « les contributions [soient] versées rapidement au système de radiodiffusion »<sup>27</sup>, il semblerait incohérent que les ordonnances émises laissent aux parties qui seront tenues de faire des contributions de base le pouvoir de déterminer le calendrier de versements lié, considérant que les contributions pourraient alors n'être payées que 14 mois plus tard.

34. Pour toutes les raisons énoncées précédemment, l'AQPM se rallie aux propositions formulées entre autres par l'ACR, les Amis des médias canadiens, le BÉA, le BÉN, la CMPA, Corus, le Fonds canadien pour l'écran indépendant (FCEI) destiné aux créateurs et créatrices afrodescendant·e·s et racisé·e·s, le FMC, FRPC et le GDI, qui suggèrent un modèle de versements périodiques. L'AQPM estime que **le Règlement sur la distribution de radiodiffusion, cité comme exemple par plusieurs intervenants et qui prévoit le versement de la contribution en douze mensualités égales<sup>28</sup>, pourrait servir d'assise afin d'élaborer les modalités de versement à inclure dans les ordonnances.** L'AQPM appuie aussi la demande du FMC stipulant que la contribution de 0,5 % leur étant dédiiée leur soit versée en 12 versements mensuels égaux<sup>29</sup>, et que les sommes non déduites en dépenses leurs soient octroyées en un versement au 31 août de chaque année de radiodiffusion<sup>30</sup>.

35. De plus, depuis le début du processus entourant la modernisation de la *Loi sur la radiodiffusion*, l'AQPM démontre que les distinctions fondamentales existant entre les marchés francophone et anglophone justifient qu'une attention particulière soit portée au support de la production de contenu de langue originale française. L'AQPM reconnaît et rappelle d'ailleurs l'engagement du Conseil à cet égard, qui cible dans sa Politique le contenu de langue française comme un secteur ayant des besoins immédiats<sup>31</sup>. L'AQPM réitère ainsi l'importance que des mesures et objectifs concrets soient inclus à cet effet dans les ordonnances, sous la forme d'une répartition 40-60 entre le contenu original francophone et le contenu original anglophone.

36. Alors que les dépenses liées à du contenu canadien certifié pouvant remplacer une partie des contributions au FMC font l'objet d'exigences en termes de répartition linguistique, l'AQPM déplore, à l'instar de l'Alliance

---

<sup>25</sup> Intervention du BÉN, paragraphe 4.

<sup>26</sup> Politique, paragraphe 114.

<sup>27</sup> Politique, paragraphe 113.

<sup>28</sup> *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, paragraphe 54.

<sup>29</sup> Intervention du FMC, paragraphe 1.ii.

<sup>30</sup> Intervention du FMC, paragraphe 14.

<sup>31</sup> Politique, paragraphe 114.

des producteurs francophones du Canada (APFC) et de Coalition M.É.D.I.A, que le Conseil ne formule pas d'indications similaires sur la part des contributions assurées d'être versées au FMC (0,5 %). **L'AQPM rappelle ainsi sa demande visant à ce que la répartition linguistique (40-60) s'applique à la totalité des contributions versées au FMC.** Dans le même esprit, l'AQPM estime que cette répartition linguistique devrait également s'appliquer de façon globale à chacun des FPIC.

37. L'AQPM reconnaît que les FPIC qui ciblent les communautés autochtones et racisées, soit le fonds du BÉN, le fonds du BÉA et le FCEI, puissent éprouver des difficultés à rencontrer ce seuil de 40 % dans l'immédiat. Bien que le bassin de professionnels autochtones et racisés évolue au Québec, celui-ci n'a pas encore atteint la taille de celui des provinces anglophones tant dans les fonctions techniques que créatives. Il en va de même pour le nombre de compagnies majoritairement détenues et contrôlées par des personnes des groupes sous-représentés.
38. Conséquemment, l'AQPM recommande au Conseil de fixer des objectifs à ces trois fonds qui leur permettraient d'atteindre graduellement la cible de 40 % au fur et à mesure que l'industrie francophone se transforme pour accueillir et former davantage de créateurs et de producteurs des communautés autochtones et racisées. Des représentants bien au fait de la situation de l'industrie audiovisuelle dans le marché de langue française devraient obligatoirement siéger au conseil d'administration de ces fonds afin de témoigner de la réalité et des besoins de ce marché.
39. L'AQPM remarque également que la DOC et le FMC ont proposé, comme l'AQPM, **de modifier la formulation de « productions de langue française » pour « productions de langue originale française »** dans le libellé des ordonnances afin d'éviter que les dépenses en contenu de langue française puissent être dirigées vers des émissions doublées en langue française et destinées en premier lieu au marché de langue anglaise. Ainsi, le FMC mentionne :

« 9. Next, while we welcome the concept of an incentive to ensure the presence of French language Canadian content on the online undertakings captured by the Policy, we are concerned that the wording of the passage above could allow dubbed content (i.e., an English-language Canadian production dubbed into French) to count as a French-language Canadian content expenditure. As such, the CMF submits that for the 60% allowance for English-language content, the order should stipulate that the original language of the project must be English. Similarly, for the 40% allowance for French-language content, the order should stipulate that the original language of the project must be French. »<sup>32</sup>(nos soulignés);

alors que la DOC précise dans sa réplique :

« 7. DOC notes the concerns expressed by the CMF and the AQPM in relation to contributions to French-language programming by online undertakings through the 1.5% incentive. We agree that the Conditions of Service should be amended to ensure that the 40% French-language programming obligation does not allow these monies being directed to dubbed content rather than original content produced in the French-language. In that regard, we recommend that Condition of Service #1(a) be amended to stipulate

---

<sup>32</sup> Intervention du FCM, paragraphe 9.

that the original language of the project must be French to count towards the 40% French-language requirement. »<sup>33</sup> (nos soulignés)

## 6. Collecte de données

40. À l'instar de l'APEM et de l'ADISQ, l'AQPM considère que la collecte de renseignements est d'une importance capitale dans la prise de décisions éclairées pour l'ensemble de l'industrie audiovisuelle. L'AQPM est ainsi d'avis que le Conseil doit clairement indiquer que la Condition de service – Collecte de données incluse dans les ordonnances ne remplace pas, mais s'ajoute, aux exigences auxquelles sont déjà soumises les parties qui seront tenues de verser des contributions de base. À cet effet, les informations demandées aux entreprises dans le cadre de cette Politique et le sondage auquel les entreprises enregistrées sont déjà soumises (*Annual Digital Media Survey/Sondage sur la radiodiffusion*) ont des objectifs différents et ne sont pas substituables. Il est ainsi justifié que les données concernées par la Politique (ex. états financiers vérifiés) puissent être soumises à des exigences (normes et principes comptables) différentes. L'AQPM se rallie également à l'ADISQ lorsque celle-ci exprime la nécessité de rendre disponible l'ensemble des informations non confidentielles au bénéfice de toutes les parties prenantes :

« 14. Il est également important qu'un maximum d'informations soit rendu public notamment afin que l'ensemble des parties prenantes puisse déposer des interventions qui contribuent de la manière la plus juste possible aux processus de consultations organisés par le CRTC. »<sup>34</sup> (nos soulignés)

41. **L'AQPM demande ainsi qu'une attention particulière soit portée à la collecte et à la diffusion des renseignements concernés par la présente Politique.**

42. L'AQPM apprécie l'opportunité d'avoir pu fournir une réplique aux observations déposées, et suivra avec attention la mise en application de la Politique et les prochaines étapes du Plan réglementaire en vue de moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada.

Cordialement,



Hélène Messier, Présidente-directrice générale, AQPM

\*Fin du document\*

---

<sup>33</sup> Réplique de la DOC, paragraphe 7.

<sup>34</sup> Intervention de l'ADISQ, paragraphe 14.