



Montréal, 14 juin 2024

Transmis électroniquement

Monsieur Marc Morin

Secrétaire général

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Objet : Observations de l'AQPM au sujet des 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 invite ensuite les parties (y compris celles qui seront tenues de verser des contributions de base) à commenter les ordonnances proposées en annexe de la Politique.
3. Les commentaires de l'AQPM à l'égard de ces propositions d'ordonnance d'exemption porteront sur les sujets suivants :
 1. Caractère initial de la contribution de base et durée de l'ordonnance
 2. Caractère temporaire de certaines exclusions
 - 2.1 Revenu associé au contenu généré par les utilisateurs
 - 2.2 Entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ou à leurs groupes de radiodiffusion
 3. Clarification du début de la période de paiement et répartition des versements
 4. Condition relative au Fonds des médias du Canada (FMC)
 - 4.1 Clarification sur les pourcentages réservés aux fonds
 - 4.2 Encadrement et répartition des dépenses

1. Caractère initial de la contribution de base et durée de l'ordonnance

4. L'AQPM note que les projets d'ordonnances ne font pas état du caractère initial de la contribution de base dont il est question dans la Politique réglementaire CRTC 2024-121.
5. Pourtant, dès le début de ce processus public, le Conseil avait clairement mentionné dans l'avis public CRTC 2023-138 qu'il s'agissait de contributions initiales qui constitueraient une partie des « contributions globales qu'une entreprise en ligne pourrait être tenue de verser » :

« 3. Dans le cadre de l'étape 1, le Conseil tiendra une audience publique à Gatineau (Québec), à partir du 20 novembre 2023, qui portera sur la question de savoir si le Conseil devrait établir des exigences de contribution de base initiales pour les entreprises en ligne, ainsi que sur les destinataires possibles de ces contributions. Une fois le nouveau cadre de contributions finalisé, les exigences de contribution de base feront partie des exigences de contribution globales qu'une entreprise en ligne pourrait être tenue de verser. Autrement dit, le Conseil demande aux intéressés de formuler des observations sur qui devrait contribuer, sur le montant de leurs contributions et sur le mode de contribution. »¹

6. Dans son discours en ouverture de l'audience publique, la Présidente a également clairement établi que ces contributions de base feraient éventuellement partie d'un plus large ensemble de contributions :

« 15. Au cours des trois prochaines semaines, nous examinerons comment nous pouvons commencer à intégrer les services de diffusion continue dans le système de radiodiffusion. Nous savons que ces services peuvent finir par contribuer de différentes manières, et nous allons aborder la question des contributions générales par étape, mais pour commencer, nous étudions la possibilité de demander aux services de diffusion continue d'apporter une contribution initiale, ce que nous appelons une contribution de base au système de contenu canadien. »²

7. **L'AQPM estime qu'il est important que l'ordonnance réfère au caractère initial de ces contributions de base.** Afin d'assurer davantage de clarté et d'être en phase avec la terminologie employée depuis le début de ce processus public, nous proposons que le terme « initial » soit ajouté aux projets d'ordonnances destinées aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audio et audiovisuelles :

« Condition de service relative aux contributions de base **initiales** applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audiovisuelles »

« Condition de service relative aux contributions de base **initiales** applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audio »

8. De plus, les titres des projets d'ordonnances semblent référer à l'ensemble des dépenses qui seront éventuellement imposées aux entreprises en ligne : Projets d'ordonnances imposant des conditions de service et des exigences en matière de dépenses pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne.

¹ Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2023/2023-138.pdf>

² Transcription, Audience du 20 novembre 2023. <https://crtc.gc.ca/fra/transcripts/2023/tb1120.htm>

9. L'AQPM comprend que chacune de ces ordonnances devra être mise à jour une fois que les différentes étapes du plan réglementaire seront complétées. Il nous apparaît important d'ajouter à ces ordonnances une mention indiquant que celles-ci sont temporaires et qu'elles seront révisées lors de la phase 3 du Plan réglementaire.

2. Caractère temporaire de certaines exclusions

10. Dans sa Politique, le Conseil a, pour certaines exclusions, clairement exprimé que celles-ci sont temporaires puisqu'il a l'intention de poursuivre sa réflexion à cet égard. L'AQPM a identifié deux de ces exclusions soit :

- le revenu associé au contenu généré par les utilisateurs qui est exclu des revenus de contributions annuels sur lesquels est basé le calcul des contributions financières
- les entreprises en ligne dont l'exploitant est soit :
 - i) un titulaire³,
 - ii) affilié à un titulaire,
 - iii) une personne qui exploite ou affilié à une personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion exemptée qui exerce ses activités en vertu d'une ordonnance d'exemption exigeant que l'entreprise puisse être autorisée.

2.1 *Revenu associé au contenu généré par les utilisateurs*

11. Dans la section interprétation de l'ordonnance, on retrouve les définitions applicables aux projets d'ordonnances dont celle de « revenu exclu » qui est défini de la façon suivante :

« **revenu exclu** Revenu provenant de la fourniture de services de livres audio, de services de baladodiffusion ou de services de jeux vidéo, revenu associé au contenu généré par les utilisateurs, et revenu provenant des activités de radiodiffusion exercées par des entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées par ordonnance de l'obligation de détenir une licence ou de tous les règlements pris en application de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*, sauf indication contraire dans une ordonnance d'exemption, dans l'un ou l'autre des cas. » (nos soulignés)

12. Cette définition énonce les différentes catégories de revenus que le Conseil a décidé d'exclure du calcul des revenus de contributions annuels sur la base desquels sera calculée la contribution financière. Parmi les différents revenus énoncés dans cette définition, soit les revenus des services de baladodiffusion, des services de jeux vidéo, des services de livres audio et des entreprises exemptées, nous souhaitons relever que le revenu associé au contenu généré par les utilisateurs a été exclu, pour le moment, afin de permettre au Conseil de poursuivre sa réflexion à l'égard des médias sociaux et d'être en mesure de bien circonscrire ce type de revenus. Le Conseil a clairement exprimé dans la Politique le caractère temporaire de cette exclusion :

³ « Un titulaire est une personne qui détient une licence, délivrée par le Conseil en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, lui permettant d'exploiter une entreprise de radiodiffusion. » (note de bas de page 28 de la Politique)

« 71. Dans l'avis, le Conseil a fait part de son intention d'explorer la signification de « service de média social » et a sollicité des observations sur une définition possible de ces services pour l'aider à établir une compréhension claire des entreprises en ligne qui relèvent sans ambiguïté de sa compétence. Même si certaines parties ont fourni des commentaires sur la définition de « service de média social » dans le contexte des contributions, ces concepts continuent d'évoluer à mesure que le Conseil examine les services de médias sociaux et leur rôle dans le système canadien de radiodiffusion.

72. Pour s'assurer qu'il se concentre uniquement sur le contenu assujéti à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil continuera de mener des consultations sur le rôle et l'importance des entreprises en ligne qui diffusent du contenu généré par les utilisateurs, ainsi que sur la question sous-jacente de la définition de termes tels que « service de média social ». Cela permettra de veiller à ce que le Conseil délimite clairement les entreprises en ligne et le contenu qui sont assujétis à la *Loi sur la radiodiffusion*, à mesure que les marchés et les technologies associés à ces services continuent d'évoluer. » (nos soulignés)

13. **L'AQPM est donc d'avis que le caractère temporaire de l'exclusion du revenu associé au contenu généré par les utilisateurs, qui pourrait être remise en question au terme de la réflexion du Conseil, devrait être énoncé dans les projets d'ordonnances de la façon suivante :**

« **revenu exclu** Revenu provenant de la fourniture de services de livres audio, de services de baladodiffusion ou de services de jeux vidéo, revenu associé au contenu généré par les utilisateurs, et revenu provenant des activités de radiodiffusion exercées par des entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées par ordonnance de l'obligation de détenir une licence ou de tous les règlements pris en application de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*, sauf indication contraire dans une ordonnance d'exemption, dans l'un ou l'autre des cas. **Contrairement aux autres catégories de revenus exclus, l'exclusion du revenu associé au contenu généré par les utilisateurs est temporaire et sera réévaluée au terme des consultations menées par le Conseil.** »

14. Cet ajout permettrait une meilleure prévisibilité réglementaire pour les entreprises visées et assurerait que cette réévaluation ne soit pas retardée indument. Ce type de revenus apparaît loin d'être négligeable et une exclusion prolongée priverait les créateurs d'importantes contributions financières.

2.2 Entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ou à leurs groupes de radiodiffusion

15. Dans sa Politique, le Conseil explique dans les termes suivants qu'il n'est pas approprié d'imposer des obligations de contributions de base aux entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ou à leurs groupes de radiodiffusion étant donné que les entreprises traditionnelles auxquelles elles sont affiliées sont déjà soumises à des obligations :

« 33. De plus, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'imposer des exigences de contributions de base aux entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ou à leurs groupes

de radiodiffusion⁴. Même si les entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ne sont pas actuellement assujetties à des exigences de contribution, les entreprises traditionnelles auxquelles elles sont affiliées le sont. En général, dans les secteurs de la télévision et de la distribution, les exigences de contributions imposées aux entreprises traditionnelles vont de 5 %⁵ à 45 %⁶ de leurs revenus annuels. Dans le secteur de la radio, les exigences vont de 0,5 % à 4 %⁷ de leurs revenus annuels. »

16. Le Conseil précise toutefois dans la Politique qu'il réévaluera la possibilité de tenir compte des entreprises en ligne canadiennes affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels dans le cadre des étapes subséquentes :

« 34. Le Conseil examinera comment peaufiner les contributions de tous les radiodiffuseurs, en tenant compte notamment de leurs entreprises en ligne affiliées, à mesure qu'il va de l'avant dans la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. [...] »

17. **L'AQPM demande donc que le caractère temporaire de la décision d'exclure les entreprises en ligne canadiennes affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels soit consigné dans la section Application des projets d'ordonnances** de la façon suivante :

« **Application**

Les conditions de service proposées énoncées dans la présente s'appliquent à tous les exploitants d'une entreprise en ligne qui sont enregistrés auprès du Conseil en vertu du Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne, à l'exception de celles ci-dessous :

- a) les entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion dont les revenus de contribution annuels sont inférieurs à 25 millions de dollars;
- b) les entreprises en ligne dont l'exploitant ne fait pas partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion et dont les revenus de contribution annuels sont inférieurs à 25 millions de dollars.

Puisque cette exclusion sera éventuellement revue au cours des prochaines étapes de la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée, le Conseil exempt de façon temporaire :

- c) les entreprises en ligne dont l'exploitant est soit :

⁴ « Cela signifierait que les entreprises en ligne canadiennes non affiliées à un radiodiffuseur canadien qui sont assujetties au seuil établi par le Conseil seraient tenues de verser des contributions de base. » (note de bas de page 21 de la Politique)

⁵ « Cette exigence de contribution de 5 % est imposée aux EDR autorisées et à certaines EDR exemptées ainsi qu'aux services sur demande autorisés. » (note de bas de page 22 de la Politique réglementaire CRTC 2024-121)

⁶ « Les exigences de contributions imposées aux services de télévision varient selon qu'il s'agit de services indépendants (minimum de 10 %) ou de grands services de télévision (en général de 30 % à 45 %). » (note de bas de page 23 Politique)

⁷ « Les titulaires de stations de radio commerciale doivent verser des contributions correspondant à environ 0,5 % de leurs revenus annuels, tandis que les titulaires de services de radio par satellite doivent le faire à raison de 4 % de leurs revenus annuels. » (note de bas de page 24 de la Politique)

- i) un titulaire,
- ii) affilié à un titulaire,
- iii) une personne qui exploite ou affilié à une personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion exemptée qui exerce ses activités en vertu d'une ordonnance d'exemption exigeant que l'entreprise puisse être autorisée. »

18. Encore une fois, cet ajout au libellé des projets d'ordonnances permettrait une meilleure prévisibilité réglementaire pour les entreprises visées et assurerait que cette réévaluation ne soit pas retardée indument.

3. Clarification du début de la période de paiement et répartition des versements

19. Dans sa Politique, le Conseil explique, dans les termes suivants, à quel moment débutera la période à laquelle les entreprises en ligne visées seront tenues de verser les contributions financières équivalant à au moins 5 % de leurs revenus :

« 100. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil exigera que les entreprises en ligne applicables consacrent au moins 5 % de leurs revenus de contribution annuels de l'année de radiodiffusion précédente au soutien de la création de contenu canadien et autochtone chaque année à compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025 (c.-à-d. du 1er septembre 2024 au 31 août 2025). »

20. On peut déduire de ce paragraphe que la contribution financière annuelle doit être versée au cours de l'année financière débutant le 1^{er} septembre 2024 et se terminant le 31 août 2025 et que cette contribution sera calculée sur la base des revenus de l'année précédente, soit l'année débutant le 1^{er} septembre 2023 et se terminant le 31 août 2024.

21. Malheureusement, le premier paragraphe de la section portant sur la condition de service relative aux contributions de base, et ce, tant pour les entreprises exerçant des activités de radiodiffusion audio que pour celles exerçant des activités de radiodiffusion audiovisuelles, est articulé de telle façon qu'on pourrait comprendre que le versement pourrait n'être effectué qu'à compter de l'année de radiodiffusion 2025-2026.

22. Afin de refléter la Politique, nous proposons de modifier les projets d'ordonnances de la façon suivante :

« Condition de service relative aux contributions de base applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audiovisuelles

1. À compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025 l'exploitant d'une entreprise en ligne qui fournit des services audiovisuels doit, au plus tard le 31 août de chaque année de radiodiffusion, consacrer au moins 5 % de ses revenus de contribution annuels tirés de ses activités de radiodiffusion audiovisuelles de l'année de radiodiffusion précédente, **soit les revenus de l'année 2023-2024 pour la première année de contribution**, au soutien du contenu canadien et autochtone, répartis comme suit : [...] »

« **Condition de service relative aux contributions de base applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audio**

2. À compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025, l'exploitant d'une entreprise en ligne qui fournit des services audio doit, au plus tard le 31 août de chaque année de radiodiffusion, consacrer au moins 5 % de ses revenus de contribution annuels tirés de ses activités de radiodiffusion audio de l'année de radiodiffusion précédente, **soit les revenus de l'année 2023-2024 pour la première année de contribution**, au soutien du contenu canadien et autochtone, répartis comme suit : [...] »

23. L'AQPM souligne également que la volonté du Conseil de s'assurer que les fonds soient disponibles rapidement n'est pas reflétée dans les projets d'ordonnances, qui ne précisent aucune modalité ou échéance de versement. À cet égard, il semble primordial de traiter de manière distincte les contributions minimales qui seraient directement versées au Fonds des médias du Canada (FMC) et celles qui pourraient être effectuées en dépenses. Notons que le montant correspondant au minimum des contributions obligatoirement versées au FMC est prévisible et qu'il sera connu au début de la période de radiodiffusion, considérant que son calcul est basé sur les revenus de l'année précédente. **Afin d'éviter que les premières contributions ne soient versées qu'à la fin de la première année de radiodiffusion concernée par la Politique, soit le 31 août 2025, le calendrier de versement des contributions devrait être détaillé dans les projets d'ordonnances.** À tout le moins, les contributions qui seront de façon prévisible dédiées aux fonds devraient leur être acheminées dès le début de l'année de radiodiffusion 2024-2025.

4. Condition relative au Fonds des médias du Canada (FMC)

4.1 *Clarification sur les pourcentages réservés aux fonds*

24. Les projets d'ordonnances mentionnent un versement au FMC d'« au moins 2 % » des contributions. Toutefois, l'AQPM comprend qu'en tenant compte de l'autorisation de déduction des dépenses permise aux exploitants, seulement 0,5 % des revenus de contribution annuels prévus sont garantis d'être versés au FMC, tandis que les autres fonds retenus sont assurés d'obtenir la totalité des sommes leur étant allouées.

25. Bien que l'AQPM reconnaisse les efforts de souplesse déployés par le Conseil, elle s'interroge sur les contributions réelles que peut s'attendre à recevoir le FMC considérant l'autorisation de déduction des dépenses octroyée. Ainsi, le FMC ne recevrait pas « au moins 2 % » des contributions tel qu'articulé, mais plutôt « au moins 0,5 % », en tenant compte du fait que le 1,5 % restant est discrétionnaire. **L'AQPM est d'avis que la formulation proposée dans les projets d'ordonnance surestime conséquemment la part que recevra réellement le FMC dans la répartition des contributions.**

26. L'AQPM rappelle que « le Conseil a déterminé que les contributions de base devraient être allouées là où il y a un besoin immédiat »⁸. Afin d'illustrer le besoin immédiat de soutien au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI), le Conseil « fait remarquer que la baisse constante des revenus des EDR depuis 2014 a

⁸ Paragraphe 114 de la Politique.

eu une incidence sur le financement du FNLI »⁹. L'AQPM souligne que le financement du FMC a été tout autant affecté par cette baisse de revenus des EDR : les contributions des EDR au FMC ont diminué de 6,45 % en 2022-2023 par rapport à l'année précédente, alors que celles au FNLI sont en baisse de 6,89%¹⁰. Les projets d'ordonnances ne semblent ainsi pas tenir compte que la baisse des contributions affecte de manière égale le FMC et le FNLI, alors que le FMC n'est assuré de recevoir que 0,5 % des contributions, comparativement à 1,5 % des contributions acheminées d'emblée et en totalité au FNLI.

27. De plus, il importe de remettre en perspective et de considérer l'impact qu'auront les nouvelles contributions prévues par rapport aux montants actuellement perçus par les fonds. Selon le sondage annuel sur les médias numériques de 2021 à 2022, les revenus des services audiovisuels constituent 77 % des revenus totaux tandis que ceux de l'audio occupent une part de 23 %¹¹. Sur la base de cette répartition et des 200 millions de dollars annuels estimés par le Conseil, l'AQPM remarque ainsi que les contributions minimales qui seraient versées au FMC (15,34 millions de dollars) combleraient à peine la diminution des contributions des EDR en 2023 par rapport à l'année 2022, qui totalisent 11,4 millions de dollars¹². En contrepartie, l'AQPM évalue que les contributions versées au FNLI, qui sont actuellement de 17,8 millions de dollars, seraient bonifiées de 46 millions, soit une augmentation de plus de 250 %, grâce aux contributions à venir. Rappelons également que la contribution des EDR au FNLI est « égale à 0,3 % des recettes brutes provenant de ses activités de radiodiffusion au cours de l'année précédente »¹³. La contribution d'au moins 1,5 % au FNLI proposée par la Politique CRTC 2024-121 est ainsi cinq fois plus élevée que celle actuellement prévue par le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*. Dans la Politique, le Conseil reconnaît d'ailleurs que :

« 119. Les contributions augmenteront considérablement le montant d'argent distribué par le FNLI. Pour cette raison, le Conseil lancera prochainement un examen ciblé du FNLI afin d'examiner la méthode d'attribution et d'autres éléments du fonds, ainsi que l'admissibilité de certains radiodiffuseurs indépendants à accéder au fonds. Le Conseil a l'intention de terminer ce processus au cours de l'année de radiodiffusion 2024-2025 pour s'assurer que les bénéficiaires du FNLI profitent des contributions le plus tôt possible. »

28. L'AQPM s'interroge ainsi sur l'urgence d'octroyer une si grande part du financement à un fonds qui devra faire l'objet d'un « examen ciblé » afin d'être en mesure de gérer et de distribuer l'étendue des nouvelles

⁹ Paragraphe 117 de la Politique.

¹⁰ Calcul effectué par l'AQPM basé sur l'information disponible dans le document : CRTC. Relevés financiers concernant le secteur de la radiodiffusion, *Fournisseurs de services de télévision (ou entreprises de distribution de radiodiffusion [EDR])*, Onglet 15 : « CRTC - Tableau des contributions à la création et la production d'émissions canadiennes ». <https://crtc.gc.ca/fra/industr/fin.htm>

¹¹ CRTC. *Faits saillants annuels du secteur de la radiodiffusion 2021-2022*. « Graphique 4 : Revenus des services ERMN (M\$) (Voir les données) ». <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2023/rad.htm>

¹² CRTC. Relevés financiers concernant le secteur de la radiodiffusion, *Fournisseurs de services de télévision (ou entreprises de distribution de radiodiffusion [EDR])*, Onglet 15 : « CRTC - Tableau des contributions à la création et la production d'émissions canadiennes ». <https://crtc.gc.ca/fra/industr/fin.htm>

¹³ *Règlement sur la distribution de radiodiffusion (DORS/97-555)*, paragraphe 53. <https://laws.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-97-555/>

sommes reçues. Soulignons que dans ses modalités actuelles, le FNLI ne supporte que 19 stations réparties entre neuf groupes¹⁴ et il ne soutient qu'un volet limité du secteur des nouvelles. Alors que les modalités du FNLI seront à redéfinir au cours de la prochaine année de radiodiffusion et qu'il demeure une part importante d'incertitude quant à l'utilisation des sommes qui y seront acheminées, cela contredit les intentions du Conseil de diriger les contributions pour combler des besoins urgents et immédiats. L'AQPM propose conséquemment une redirection d'une partie de ces contributions (1 %) à des fonds prêts immédiatement à les recevoir. À cet égard, les contributions assurées au FMC pourraient être bonifiées de 0,5 % afin que 1 % des contributions lui soient réservées, sans possibilité de déductions. Le FMC soutient déjà une diversité de contenus, alors que nous sommes dans l'inconnu pour le FNLI. Comme le mentionne la Politique, à court terme, les contributions doivent « être allouées là où les besoins sont les plus prioritaires »¹⁵.

29. De surcroît, l'AQPM remarque une disparité entre la nature des dépenses qui pourront être déduites des contributions au FMC et les types de contenus qui sont supportés par des fonds. Par exemple, alors que les entreprises en ligne qui fournissent des services audiovisuels produisent et acquièrent à la fois des séries télévisées et des films, le long métrage fait partie des dépenses que pourront déduire les exploitants de leurs contributions. L'AQPM s'étonne ainsi que la même répartition ne soit pas transposée dans l'allocation aux fonds, alors que le secteur de la télévision est soutenu notamment via le FMC, mais qu'aucun des fonds retenus ne supporte directement le secteur du long métrage. Rappelons que les longs métrages ont été identifiés par l'AQPM et par maintes parties, dont la Canadian Media Producers Association (CMPA) et la Guilde canadienne des réalisateurs/Directors Guild of Canada (GCR/DGC), comme une priorité de financement. Sur cette base, l'AQPM suggère que 0,5 % des contributions au FNLI soient octroyées à Téléfilm Canada, spécifiquement pour la production de longs métrages.
30. Dans l'objectif que les projets d'ordonnances reflètent l'étendue du raisonnement et des arguments étayés dans la Politique, l'AQPM propose ainsi les clarifications suivantes à la répartition des contributions dans la Condition de service relative aux contributions de base applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audiovisuelles :

« a1) au moins 1 % au Fonds des médias du Canada versé dès le début de chaque année de radiodiffusion;

a2) au moins 1,5 % supplémentaire au Fonds des médias du Canada versé au courant de chaque année de radiodiffusion. L'exploitant peut déduire des dépenses liées à du contenu canadien¹⁰¹ correspondant à un maximum de 1,5 % des contributions pour ce projet. De ce 1,5 %, un maximum de 60 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue anglaise et un maximum de 40 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue française;

b) au moins 0,5 % à Téléfilm Canada, au Fonds du long métrage du Canada;

¹⁴ Rapport annuel 2022-2023 de l'Association canadienne des radiodiffuseurs concernant le Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI).

¹⁵ Paragraphe 22 de la Politique.

c) au moins 0,5 % au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes; »

4.2 Encadrement et répartition des dépenses

31. Le passage concernant le FMC dans la section des projets d'ordonnances portant sur la condition de service relative aux contributions de base est formulé de la façon suivante :

« a) au moins 2 %¹⁶ au Fonds des médias du Canada. « L'exploitant peut déduire des dépenses liées à du contenu canadien certifié¹⁷ correspondant à un maximum de 1,5 % des contributions pour ce projet. De ce 1,5 %, un maximum de 60 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue anglaise et un maximum de 40 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue française; »

32. L'AQPM comprend donc que l'exploitant peut allouer 1,5 % du 2 % à des dépenses de contenu canadien certifié. Le Conseil définit ce contenu canadien certifié de la façon suivante : « contenu qui est certifié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes ou le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens selon leurs critères respectifs »¹⁸.

33. L'AQPM est d'avis que ces dépenses devraient cibler le contenu canadien certifié par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) plutôt que le contenu certifié par le CRTC qui est très vaste et qui englobe du contenu comme les nouvelles et les infopublicités. Nous sommes d'avis que les genres couverts par le BCPAC sont davantage en phase avec l'intention exprimée par le CRTC dans sa Politique. Tel que précisé dans la section précédente, nous réitérons que le long métrage fait partie du type de contenu qui devrait être visé par les dépenses qui peuvent être déduites des contributions dirigées vers le FMC.

34. En ce qui a trait à la nationalité du personnel, qui est évaluée dans le cadre de la certification, le BCPAC exige un minimum de 6 points sur 10 alors que le FMC exige 10 points sur 10. Afin de maintenir une cohérence avec l'intention première du Conseil de diriger des contributions financières vers le FMC, nous demandons au Conseil d'exiger que les dépenses pouvant être déduites de la contribution minimale de 2 % au FMC soient allouées à du contenu canadien selon le pointage exigé par le Fonds des médias du Canada. Les critères plus exigeants du FMC permettent d'assurer des présences accrues de l'expertise et de la créativité canadiennes dans la production audiovisuelle canadienne. Permettre que les dépenses pouvant être déduites des contributions allouées au FMC puissent être dirigées vers des productions canadiennes se qualifiant en deçà des critères utilisés par le FMC risquerait de déclencher un mouvement à la baisse du niveau global d'utilisation de ressources créatives canadiennes dans l'offre de productions audiovisuelles canadiennes.

¹⁶ Rappelons que l'AQPM propose une clarification de la répartition du pourcentage au paragraphe précédent.

¹⁷ Le contenu canadien certifié est du contenu qui est certifié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes ou le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens selon leurs critères respectifs. (note de bas de page 101 de la Politique)

¹⁸ Note de bas de page 101 de la Politique.

35. De plus, afin d'être en phase avec le souhait du Conseil de répondre à des besoins immédiats et afin que les conditions reflètent l'étendue du raisonnement et des arguments étayés dans la Politique, il nous semble important que les dépenses ciblent des contenus originaux plutôt que l'acquisition de contenu.

36. Enfin, pour éviter que les dépenses en contenu de langue française puissent en fait être dirigées vers des émissions doublées en langue française et destinées en premier lieu au marché de langue anglaise, il nous apparaît essentiel de modifier la formulation de « productions de langue française » pour « productions de langue originale française ». L'AQPM rappelle que cette formulation correspond à celle se trouvant dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

37. Pour toutes ces raisons, l'AQPM propose le libellé suivant :

« L'exploitant peut déduire des dépenses liées à la production de contenu canadien certifié¹⁰¹ correspondant à un maximum de 1,5 % des contributions pour ce projet. Les productions télévisuelles ou cinématographiques (longs métrages) doivent cibler des contenus originaux et atteindre 10 points sur l'échelle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC). De ce 1,5 %, un maximum de 60 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue originale anglaise et un maximum de 40 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue originale française; »

38. L'AQPM propose que le Conseil remplace le libellé actuel définissant le contenu canadien certifié:

« Le contenu canadien certifié est du contenu qui est certifié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes ou le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens selon leurs critères respectifs. »

par :

« Le contenu canadien certifié est du contenu qui fait partie des genres de productions télévisuelles ou cinématographiques (longs métrages) se qualifiant au BCPAC et qui atteint 10 points sur 10 sur l'échelle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC). »

39. Le Conseil précise aussi que pour utiliser pleinement cet incitatif, les dépenses doivent être dirigées vers des productions dans les deux langues. Si ce n'est pas le cas et que les productions visées ne sont que dans une seule langue, la portion non utilisée doit être versée au FMC.

40. Le Conseil indique également qu'un maximum de 60 % (0,9 %) des dépenses pourront être allouées aux productions de langue originale anglaise et un maximum de 40 % (0,6 %) aux productions de langue originale française. Le Conseil indique dans sa décision que cette proportion est « conforme aux propositions de plusieurs intervenants sur le marché de langue française »¹⁹.

¹⁹ Paragraphe 134 de la Politique.

41. Pour être en phase avec le partage linguistique 60-40 établi par le Conseil dans sa Politique, l'AQPM est d'avis que le libellé des ordonnances devrait prévoir que dans l'éventualité où les dépenses sont dirigées vers des productions dans une même langue et qu'elles atteignent le maximum autorisé (soit 0,9 % pour les productions de langue originale anglaise et 0,6 % pour les productions de langue originale française), la portion restante du 1,5 % qui sera dirigée vers le FMC devrait être consacrée à des productions dans l'autre langue. Par exemple, si un exploitant consacre 0,9 % des dépenses vers des productions de langue originale anglaise, alors le 0,6 % restant qui sera dirigé vers le FMC devra être consacré à des productions de langue originale française. Dans le même ordre d'idée, si un exploitant dépense seulement une portion du pourcentage alloué en contenu francophone, le solde restant devra être dirigé vers une enveloppe francophone du FMC.
42. L'AQPM recommande ainsi d'ajouter la précision suivante aux déductions des dépenses :
- « Dans l'éventualité où les dépenses sont dirigées vers des productions dans une seule et même langue et qu'elles atteignent le maximum autorisé (soit 0,9 % pour les productions de langue originale anglaise et 0,6 % pour les productions de langue originale française), le solde du 1,5 % qui sera versé au FMC devra être consacré à des productions dans l'autre langue. Dans l'éventualité où le maximum de dépenses permises pour des productions n'est pas atteint dans une langue, le solde devra être dirigé vers une enveloppe du FMC correspondant à cette même langue. »
43. Nous demandons également que cette même répartition linguistique (40-60) s'applique à la portion minimale des contributions versées au FMC.
44. Considérant l'ensemble des préoccupations précédemment énoncées dans la section 4, l'AQPM propose ainsi le libellé suivant pour la Condition de service relative aux contributions de base applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audiovisuelles :

a1) au moins 1 % au Fonds des médias du Canada versé dès le début de chaque année de radiodiffusion. Un minimum de 40 % des contributions doivent être dirigées vers des productions de langue originale française.

a2) au moins 1,5 % supplémentaire au Fonds des médias du Canada versés au courant de chaque année de radiodiffusion. L'exploitant peut déduire des dépenses liées à la production de contenu canadien certifié¹⁰¹ correspondant à un maximum de 1,5 % des contributions pour ce projet. Les productions télévisuelles ou cinématographiques (longs métrages) doivent cibler des contenus originaux et atteindre 10 points sur l'échelle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC). De ce 1,5 %, un maximum de 60 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue originale anglaise et un maximum de 40 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue originale française. Dans l'éventualité où les dépenses sont dirigées vers des productions dans une seule et même langue et qu'elles atteignent le maximum autorisé (soit 0,9 % pour les productions de langue originale anglaise et 0,6 % pour les productions de langue originale française), le solde du 1,5 % qui sera versé au FMC devra être consacré à des productions dans l'autre langue. Dans l'éventualité où le maximum de dépenses permises pour des productions n'est pas

atteint dans une langue, le solde devra être dirigé vers une enveloppe du FMC correspondant à cette même langue;

b) au moins 0,5 % à Téléfilm Canada, au Fonds du long métrage du Canada;

c) au moins 0,5 % au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes;

Note 101 : Le contenu canadien certifié est du contenu qui fait partie des genres de productions télévisuelles ou cinématographiques (longs métrages) se qualifiant au BCPAC et qui atteint 10 points sur 10 sur l'échelle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC).

45. L'AQPM se réserve le droit de commenter d'autres aspects des projets d'ordonnance dans le cadre de la phase de la réplique de ce processus public.

Cordialement,



Hélène Messier, Présidente-directrice générale, AQPM

Fin du document