

Avis de consultation CRTC 2019-379

Renouvellement des licences de Radio-Canada



alliance québécoise
des techniciens et techniciennes
de l'image et du son



ARRQ

—
ASSOCIATION DES
RÉALISATEURS
ET RÉALISATRICES
DU QUÉBEC



SARTEC

Société des auteurs
de radio, télévision et cinéma



Le 19 février 2020

Renouvellement des licences de Radio-Canada

Table des matières

	Page
RÉSUMÉ	3
INTRODUCTION	8
MISE EN CONTEXTE	9
LES ÉMISSIONS D'INTÉRÊT NATIONAL	12
LES ÉMISSIONS POUR LA JEUNESSE	17
LES PRÉVISIONS POUR LES ANNÉES À VENIR	18
Quelle est la stratégie de Radio-Canada?	18
Son financement	20
LE RÉSEAU DE TÉLÉVISION GÉNÉRALISTE	21
Émissions d'intérêt national	21
Émissions originales	22
Émissions pour la jeunesse	24
Nos recommandations	25
L'AUDIOVISUEL EN LIGNE	27
Notre recommandation	29
ARTV	29
Nos recommandations	31
RDI	32
Nos recommandations	33
ANNEXE : QUESTIONS POSÉES PAR L'ACR CRTC 2019-379	34

RÉSUMÉ

1. L'Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son (AQTIS), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et l'Union des Artistes (UDA) appuient les demandes de renouvellement de licence indiquées dans l'avis de consultation CRTC 2019-379. La présente intervention identifie les modifications aux exigences du Conseil qui devraient accompagner toute approbation de ces demandes. Nous désirons comparaître à l'audience publique qui débute le 25 mai 2020 pour élaborer les commentaires suivants.
2. L'environnement audiovisuel dans lequel travaillent les francophones possède ses propres caractéristiques qui diffèrent de celles de l'environnement anglophone. L'étroitesse du marché de langue française a toujours conditionné, et conditionnera à l'avenir, l'appui financier et réglementaire dont bénéficie la production télévisuelle francophone. Considérant les économies d'échelle dans le domaine audiovisuel, la demande locale ne suffit pas à rentabiliser les entreprises qui produisent des ÉIN francophones. Par conséquent, la production de telles émissions n'a jamais été « autonome » au plan financier et ne le sera jamais. Cet état de fait sous-tend d'ailleurs l'ensemble de la politique culturelle des gouvernements canadien et québécois vis-à-vis des œuvres de langue française, ainsi que l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, et la *Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* que le Canada a été le premier à ratifier.
3. L'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA considèrent que les catégories d'émission sous-représentées (dramatiques, documentaires, émissions pour la jeunesse, ainsi que variétés et arts de la scène) constituent la pierre angulaire de la programmation télévisuelle canadienne de langue française. Nous croyons qu'il est primordial de désigner certaines catégories sous-représentées dans le système canadien comme étant prioritaires ou d'intérêt national, et d'encourager les chaînes généralistes et facultatives à en diffuser, au cas par cas. Par conséquent, la présente intervention portera notamment sur les engagements de la Société Radio-Canada envers les émissions d'intérêt national (ÉIN) à la télévision de langue française.
4. Avec l'arrivée de plateformes numériques internationales et considérant le niveau de scolarisation des jeunes auditoires canadiens, la télévision de langue française doit affronter la concurrence des émissions américaines et internationales, les auditoires francophones étant beaucoup moins réfractaires aux émissions en langue étrangère, surtout en langue anglaise, que par le passé. Les succès télévisuels, aujourd'hui planétaires, comme « Game of Thrones » et « House of Cards », attirent donc des

auditoires francophones importants. Tant que les budgets des émissions canadiennes de langue française (particulièrement les dramatiques) ne seront pas enrichis de façon significative, elles auront beaucoup plus de mal à franchir les frontières canadiennes.

5. Les services de Radio-Canada constituent un élément structurant dans la radiodiffusion de langue française de notre pays. Par leur programmation qui renseigne, éclaire et divertit, leur diversité culturelle et leur étendue régionale, les services de Radio-Canada apportent une contribution inestimable à notre société, servant de référence aux autres services de radiodiffusion. En misant avec succès sur le contenu canadien, particulièrement en ce qui concerne les émissions télévisuelles d'intérêt national comme les dramatiques, la SRC a eu un effet d'émulation fondamental sur les autres chaînes publiques et commerciales, qui ont alors pris le virage du contenu national.
6. L'importante contribution de Radio-Canada au financement d'ÉIN est reflétée, entre autres, par ses allocations d'enveloppe de rendement au Fonds des médias du Canada (FMC), enveloppe basée sur l'activité dans le financement de la production d'émissions francophones admissibles au financement du FMC (c'est-à-dire essentiellement les ÉIN). En ce qui concerne les dramatiques, c'est la télévision généraliste qui, en grande partie, déclenche ces émissions auprès des organismes de financement, situation qui se maintiendra dans un avenir prévisible. Ainsi, 87 % du financement des dramatiques de langue française déclenché par les télédiffuseurs publics et privés auprès du Fonds des médias du Canada en 2018-2019 a été assuré par la télévision généraliste de Radio-Canada et les télévisions généralistes privées, essentiellement TVA.
7. Si les dépenses totales de la SRC affectées aux ÉIN par sa télévision généraliste ont connu une augmentation entre 2016 et 2018, en revanche les dépenses consacrées aux dramatiques, de loin la plus importante des catégories d'ÉIN, ont diminué. On note que les dépenses sur les émissions consacrées à la jeunesse (qui pour la SRC ne sont pas reconnues comme les ÉIN par le CRTC) ont elles aussi été amputées.
8. L'écart entre les dépenses horaires moyennes de la SRC et de la CBC consacrées aux séries dramatiques (7a) et les comédies (7b), les deux sous-catégories les plus importantes, est particulièrement frappant. Nous rappelons au CRTC que le sous-alinéa 3(1)m)(v) du mandat de la Société énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion* souligne que sa programmation devrait « chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais ».
9. Radio-Canada croit cependant que le type de souplesse réglementaire qu'offre une approche d'attribution de licences de groupe fondée sur les dépenses (comme celle adoptée par le CRTC pour encadrer la contribution des grands groupes du secteur

privé) ne lui serait « ni pertinent ni approprié ». Aussi, afin de reconnaître et d'appuyer la diffusion de contenu audiovisuel sur les plateformes numériques, la Société propose-t-elle une approche réglementaire basée plutôt sur le nombre d'heures de chaque type de contenu. Nous contestons une telle approche.

10. Radio-Canada, qui a dépensé 104,9 millions de dollars sur les ÉIN à la télévision généraliste francophone en 2018-2019, prévoit une diminution à 100,5 millions de dollars en 2022-2023, alors que les dépenses sur les dramatiques (la catégorie la plus importante) baisseront sur la même période. De toute évidence, la SRC planifie un transfert de dépenses de la télévision généraliste vers les services audiovisuels en ligne. De toute façon, les prévisions financières relatives aux services en ligne pour les années à venir ne sont que des projections et, en l'absence d'une intervention réglementaire, rien ne permet de conclure que ces prévisions se concrétiseront. Cette incertitude nous amène à favoriser des conditions de licence précises concernant les *dépenses* sur les ÉIN par la télévision généraliste de la SRC pour la prochaine période de licence, ainsi que des conditions relatives aux heures *originales* diffusées.
11. D'ailleurs, la proposition de Radio-Canada de reformuler la définition d'une émission *originale* pour la prochaine période de licence nous semble problématique. Indépendamment des questions qui soulèvent l'approche réglementaire globale proposée par la SRC et la gratuité des services du radiodiffuseur national public, nous sommes en désaccord avec la définition offerte par la Société. En effet, son adoption constituerait une modification substantielle de la notion d'une émission « originale de première diffusion », créant ainsi un précédent pour l'ensemble de la télévision publique et privée, et signifierait une révision en profondeur des politiques du CRTC au cours d'une instance de renouvellement de licences. Nous recommandons donc le maintien de la définition actuelle du Conseil.
12. Dans la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263 (*Société Radio-Canada – Renouvellement de licences*), le Conseil n'a imposé à la télévision généraliste de langue française de la SRC une exigence de diffusion que de sept heures par semaine d'ÉIN aux heures de grande écoute, même si les niveaux historiques de ces services étaient de 10 heures. Aujourd'hui, l'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA considèrent que le CRTC devrait revoir à la hausse les conditions de licence élaborées dans la décision 2013-263 concernant la diffusion d'ÉIN par la SRC.
13. Ainsi, nous proposons :
 - Au moins 10 heures par semaine d'ÉIN diffusées aux heures de grande écoute, dont au moins 5 heures de catégorie 7 (dramatiques);

- Au moins 5 heures par semaine d'émissions canadiennes destinées aux jeunes de 13 à 17 ans;
 - Au moins 15 heures par semaine d'émissions canadiennes destinées aux enfants de moins de 13 ans
 - Au moins 100 heures par année d'émissions canadiennes *originales* destinées aux enfants de moins de 13 ans.
14. Radio-Canada prétend qu'« une approche axée sur les dépenses ne fournirait pas une marge de manœuvre utile à CBC/Radio-Canada et ne ferait qu'alourdir l'administration et l'établissement des budgets, car il faudrait alors répartir les dépenses communes entre les différentes plateformes. » À notre avis, il serait raisonnable d'exiger que la télévision généraliste de Radio-Canada dépense au moins 22 % de ses revenus bruts sur les ÉIN, comme elle l'a fait jusqu'à présent.
15. Radio-Canada a fourni très peu d'informations précises sur sa programmation audiovisuelle en ligne. Comme nous l'avons déjà mentionné, la Société compte accroître ses dépenses sur cette programmation en puisant en partie dans les dépenses affectées à la télévision généraliste, mais sans offrir de détails. En même temps, elle propose de réduire toutes ses obligations en matière d'ÉIN et d'émissions pour la jeunesse à la télévision généraliste. L'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA recommandent donc de prendre en note les engagements de la SRC concernant ses services en ligne, tout en se concentrant sur les obligations de ses services réglementés qui sont exécutoires devant le Conseil en cas de non-conformité.
16. Radio-Canada propose également de modifier la condition de licence actuelle exigeant qu'ARTV consacre au moins 60 % de la journée de radiodiffusion et au moins 60 % de la période de radiodiffusion en soirée à la diffusion d'émissions canadiennes, en éliminant l'exigence de diffusion de programmation canadienne en soirée. Elle justifie cette demande en faisant référence à la politique réglementaire CRTC 2015-86 (*Parlons télé*) conçue pour la télévision privée qui élimine toute exigence de contenu canadien en soirée. Nous refusons d'entériner une telle proposition. Nous considérons que, à titre d'instrument de la télévision publique nationale, ARTV devrait continuer à consacrer le jour et en soirée au moins 60 % de sa grille à la diffusion d'émissions canadiennes.
17. À l'heure actuelle, ARTV est tenu de dépenser chaque année au chapitre des DÉC au moins 50 % des revenus bruts tirés de l'exploitation du service au cours de l'année précédente, condition de licence qu'elle a respectée. Considérant la nature de son service, sa performance par le passé, et la formule du Conseil (calquée sur les revenus bruts), nous proposons que, par condition de licence, les DÉC d'ARTV devraient

obligatoirement atteindre au moins 70 % de ses revenus bruts tirés de l'exploitation du service au cours de l'année précédente.

18. Au cours des dernières années, les DÉC *originales* et les dépenses sur les ÉIN *originales* d'ARTV ont diminué, de toute évidence au profit des reprises. Dans la décision CRTC 2018-234, le Conseil exige que chaque groupe de propriété privée de langue française consacre, à chaque année et pour la période de la licence, au moins 75 % de ses dépenses en émissions canadiennes (DÉC) aux émissions originales de langue française. Nous considérons que le Conseil devrait appliquer la même logique aux DÉC d'ARTV. C'est-à-dire que, par condition de licence, ARTV devrait être tenu de consacrer chaque année 75 % de ses DÉC aux émissions *originales* de langue française pendant la prochaine période de licence. ARTV devrait aussi être tenue de consacrer au moins 75 % de ses dépenses sur les ÉIN aux émissions *originales*.
19. Nous appuyons la demande de CBC/Radio-Canada de maintenir l'ordonnance de distribution de l'alinéa 9(1)h) pour ICI RDI dans les marchés de langue anglaise, ainsi qu'une modification de condition de licence l'autorisant à augmenter le tarif de gros du service obligatoire d'ICI RDI là où le service numérique de base couvre les marchés de langue anglaise. En contrepartie, les exigences réglementaires de RDI devraient être renforcées.
20. Pour chaque année de radiodiffusion, RDI devrait dépenser sur les documentaires de longue durée au moins 3 millions de dollars. De plus, nous considérons que, chaque année pendant la durée de la prochaine période de licence, RDI devrait consacrer 75 % de ses DÉC (essentiellement des documentaires de longue durée) aux émissions originales de langue française.

INTRODUCTION

21. Ce mémoire constitue la réponse de l'Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son (AQTIS), de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et de l'Union des Artistes (UDA) à l'avis de consultation CRTC 2019-379 concernant le renouvellement des licences de Radio-Canada. Nous désirons comparaître à l'audience publique qui débute le 25 mai 2020 pour élaborer les commentaires suivants.
22. L'AQTIS est une association de professionnels pigistes qui regroupe plus de 4 000 artistes concepteurs, artisans et techniciens du Québec exerçant leur profession dans au moins 148 métiers de l'industrie de l'image et du son (cinéma, télévision, messages publicitaires, etc.). Les membres de l'AQTIS sont actifs dans les principaux départements associés à la production cinématographique et télévisuelle. Dans le cadre de son mandat syndical, l'AQTIS détient les reconnaissances de représentation exclusive attribuées en vertu de la *Loi sur le statut de l'artiste du Québec*, et des lois fédérales, pour les secteurs de création artistique qui lui sont attribués dans le domaine de l'enregistrement des œuvres de type cinématographique utilisant l'image et le son.
23. L'ARRQ est un syndicat professionnel de réalisateurs et réalisatrices pigistes qui compte plus de 750 membres œuvrant principalement en français dans les domaines du cinéma, de la télévision et du web. L'ARRQ défend les intérêts et les droits professionnels, économiques, culturels, sociaux et moraux de tous les réalisateurs et réalisatrices du Québec. Sur la scène culturelle québécoise et canadienne, l'ARRQ s'implique auprès des principales instances et défend le rôle des créateurs. La négociation d'ententes collectives avec divers producteurs constitue l'une des démarches fondamentales de l'association dans la défense des droits des réalisateurs et le respect de leurs conditions de création.
24. La SARTEC œuvre, depuis 1949, pour la défense et la promotion des intérêts des auteurs de l'audiovisuel en langue française au Canada. Reconnue en vertu des lois provinciale (1989) et fédérale (1996) sur le statut de l'artiste, elle regroupe aujourd'hui plus de 1 450 membres qui écrivent les œuvres télévisuelles et cinématographiques destinées à tous les écrans, ou adaptent les œuvres d'autres langues pour leur doublage en français. Elle est signataire d'ententes collectives notamment avec l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), la Société Radio-Canada, le Groupe TVA, l'Office national du film (ONF), Télé-Québec et l'Association nationale des doubleurs professionnels (ANDP). Elle est également membre, entre

autres, de l’Affiliation internationale des syndicats d’auteurs (IAWG) et de la Confédération internationale des Sociétés d’auteurs et compositeurs (CISAC).

25. L’UDA, syndicat professionnel qui regroupe les artistes œuvrant en français partout au Canada, compte plus de 8 400 membres actifs et de 4 600 membres stagiaires. Elle a pour mission l’identification, l’étude, la défense et le développement des intérêts économiques, sociaux et moraux des artistes. L’UDA gère plus d’une cinquantaine d’ententes collectives couvrant les secteurs des annonces commerciales, du cinéma, du disque, du doublage, de la scène et de la télévision.
26. L’AQTIS, l’ARRQ, la SARTEC et l’UDA appuient les demandes de renouvellement de licence indiquées à la rubrique « Services audiovisuels de langue française (2019-0281-7) » de l’avis de consultation CRTC 2019-379, tout en identifiant des modifications devraient accompagner toute approbation de ces demandes par le Conseil.
27. Les services de Radio-Canada constituent un élément structurant dans la radiodiffusion de langue française de notre pays. Par leur programmation qui renseigne, éclaire et divertit, leur diversité culturelle et leur étendue régionale, les services de Radio-Canada apportent une contribution inestimable à notre société, servant de référence aux autres services de radiodiffusion. En misant avec succès sur le contenu canadien, particulièrement en ce qui concerne les émissions télévisuelles d’intérêt national comme les dramatiques, la SRC a eu un effet d’émulation fondamental sur les autres chaînes publiques et commerciales, qui ont alors pris le virage du contenu national.
28. L’AQTIS, l’ARRQ, la SARTEC et l’UDA considèrent que les catégories d’émission sous-représentées (dramatiques, documentaires, émissions pour la jeunesse, ainsi que variétés et arts de la scène) constituent la pierre angulaire de la programmation télévisuelle canadienne de langue française. Nous croyons qu’il est primordial de désigner certaines catégories sous-représentées dans le système canadien comme étant prioritaires ou d’intérêt national, et d’encourager les chaînes généralistes et facultatives à en diffuser, au cas par cas. Par conséquent, la présente intervention portera notamment sur les engagements de la Société Radio-Canada envers les émissions d’intérêt national (ÉIN) à la télévision de langue française.

MISE EN CONTEXTE

29. L’environnement audiovisuel dans lequel travaillent les francophones possède ses propres caractéristiques qui diffèrent de celles de l’environnement anglophone. L’étroitesse du marché de langue française a toujours conditionné, et conditionnera à l’avenir, l’appui financier et réglementaire dont bénéficie la production télévisuelle

francophone. Considérant les économies d'échelle dans le domaine audiovisuel, la demande locale ne suffit pas à rentabiliser les entreprises qui produisent des ÉIN francophones. Par conséquent, la production de telles émissions n'a jamais été « autonome » au plan financier et ne le sera jamais. Cet état de fait sous-tend d'ailleurs l'ensemble de la politique culturelle des gouvernements canadien et québécois vis-à-vis des œuvres de langue française, ainsi que l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, et la *Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* que le Canada a été le premier à ratifier.

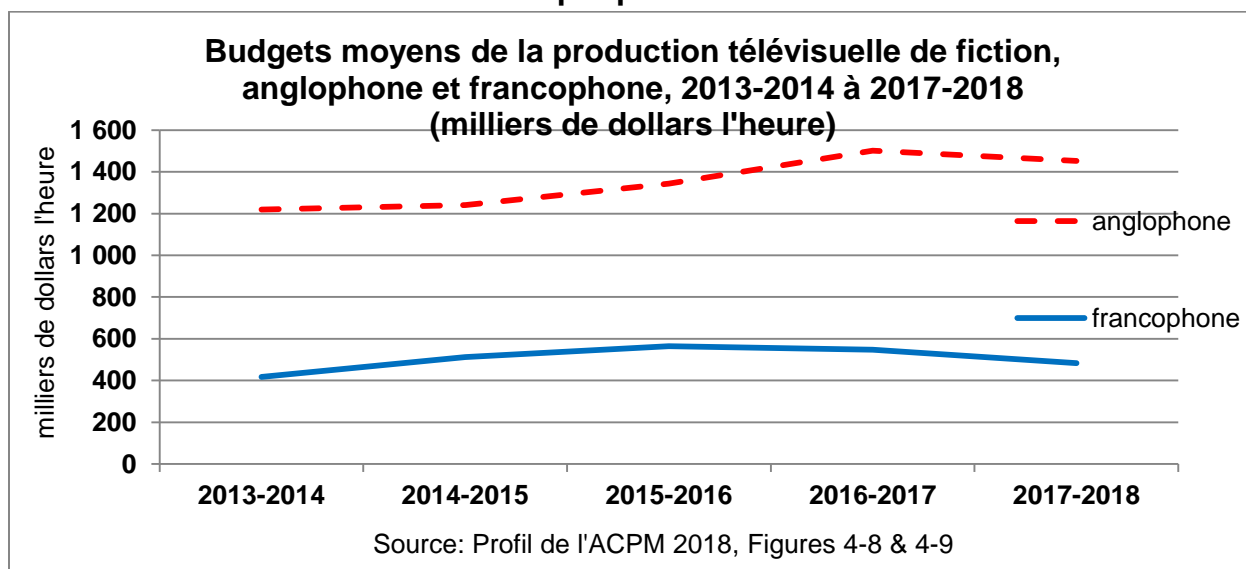
30. Néanmoins, au Canada, les auditoires francophones des émissions canadiennes dans le domaine de la fiction dépassent parfois ceux des émissions de langue anglaise de toute origine en *chiffres absolus*, en dépit du fait que la part de la population francophone ne représente que 21 % de la population canadienne. À titre d'exemple, les trois séries francophones, *Fugueuse*, *La Voix* et *La Voix junior* faisaient partie des dix plus populaires au Canada en 2017-2018, toutes origines confondues, tandis que les sept autres étaient toutes des émissions *américaines* de langue anglaise.¹ Aucune émission canadienne de langue anglaise ne figurait à ce palmarès. Il s'ensuit qu'*en chiffres absolus*, de toutes les séries télévisuelles *canadiennes* les plus populaires en 2017-2018, qu'elles soient diffusées en anglais ou en français, huit des dix premières étaient francophones. Et de ces séries, six étaient des dramatiques : *Fugueuse*, *Unité 9*, *District 31*, *l'Échappée*, *Boomerang* et *L'Heure bleue*.
31. Selon la politique découlant de la consultation Parlons Télé, « la programmation canadienne de langue française, télévisuelle ou cinématographique, connaît un grand succès et profite d'un système de vedettariat bien développé ainsi que d'auditoires très impliqués. »² Or, le financement des émissions de langue anglaise diffère de celui de langue française, au détriment de ce dernier. En effet, si la part du financement étranger ou de distributeurs canadiens au profit d'émissions de langue française est somme toute négligeable, il n'en va pas de même pour les émissions de langue anglaise, cet apport constituant respectivement 20 % et 17 % de leur financement total en 2017-2018.³ Cela est dû à un plus grand volume de préventes d'émissions anglophones sur les marchés internationaux comparativement à celui d'émissions francophones. Comment expliquer cet état de fait?
32. Le graphique 1 indique les différences entre les budgets totaux de fiction pour la télévision de langue anglaise et celle de langue française au Canada au cours des cinq années 2013-2014 à 2017-2018.

¹ Profil de l'ACPM 2018, Figure 10-2.

² Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, paragr. 34.

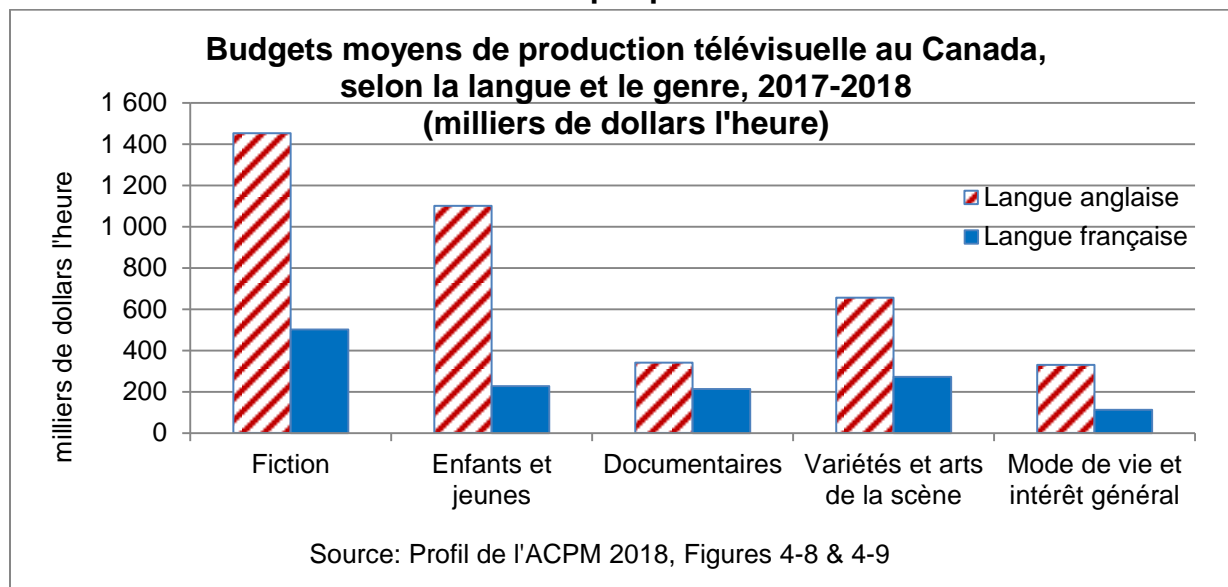
³ Voir le Profil de l'ACPM 2018, Figure 4-20.

Graphique 1



33. Dans le graphique 1, il est clair que les budgets francophones de fiction sont nettement inférieurs aux budgets anglophones – environ un tiers (34,6 %) de ceux-ci en 2017-2018. Cette différence n'est pas unique à la fiction; elle se retrouve dans la plupart des catégories d'émission. Le graphique 2 présente les budgets moyens selon la langue et le genre d'émission pour l'année 2017-2018.

Graphique 2



34. La faiblesse des budgets des émissions télévisuelles francophones explique en grande partie leur difficulté à se vendre sur les marchés internationaux. Depuis toujours, la

télévision canadienne de langue anglaise doit concurrencer les émissions américaines avec leurs budgets, leurs vedettes et leur promotion (celles-ci étant largement diffusées au Canada). Par conséquent, pour attirer des auditoires canadiens, les valeurs de production et les budgets de la télévision de langue anglaise sont tirés vers le haut, se rapprochant ainsi partiellement de ceux de la télévision américaine. Cela permet d'ailleurs aux émissions canadiennes de langue anglaise de se vendre davantage sur les marchés internationaux et d'attirer du financement étranger dans leurs structures financières. Ainsi, le financement de source étrangère et de distributeurs d'émissions canadiennes constitue une source importante pour les émissions de langue anglaise, mais négligeable en langue française.

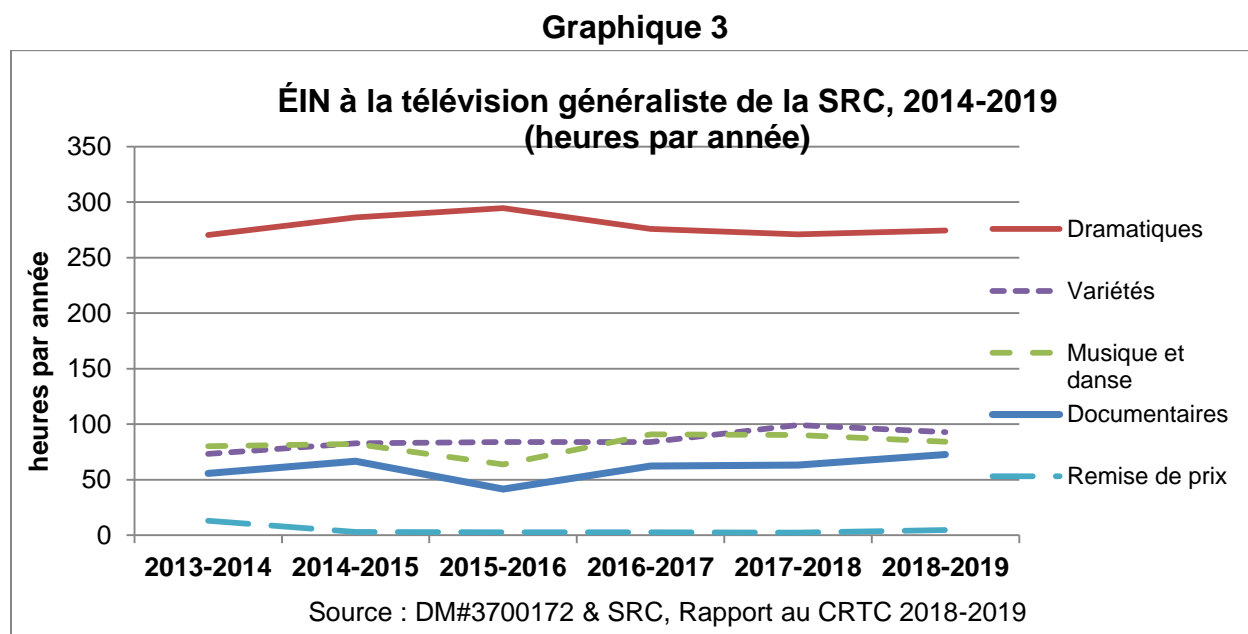
35. Par ailleurs, avec l'arrivée de plateformes numériques internationales comme Netflix, et le niveau de scolarisation des jeunes auditoires canadiens, la télévision de langue française doit aussi affronter la concurrence des émissions américaines et internationales, les auditoires francophones étant beaucoup moins réfractaires aux émissions en langue étrangère, surtout en langue anglaise. Les succès télévisuels, aujourd'hui planétaires, de « Game of Thrones » à « House of Cards », attirent donc des auditoires francophones importants. Tant que les budgets des émissions canadiennes de langue française (particulièrement les dramatiques) ne seront pas enrichis de façon significative, elles auront beaucoup plus de mal à franchir les frontières canadiennes.

LES ÉMISSIONS D'INTÉRÊT NATIONAL

36. Le concept d'identification d'un ensemble d'émissions d'« intérêt national » par le CRTC trouve sa source dans ses avis publics 85-58 et 89-27 qui définissaient les dramatiques, les émissions de musique et de danse, les variétés et les émissions pour enfants comme émissions « sous-représentées » dans les grilles de télévision. Aussi, dans la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, le Conseil a-t-il décidé qu'une nouvelle désignation d'« émissions d'intérêt national » (ÉIN) engloberait désormais les émissions des catégories d'émissions dramatiques et comiques (7) et documentaires de longue durée (2b), ainsi que les émissions canadiennes de remise de prix célébrant les talents créateurs du Canada. Les émissions à l'intention des enfants qui appartiennent aux catégories 7 et 2 b) étaient également tenues pour des émissions d'intérêt national.
37. Cette désignation fut étendue aux émissions d'Astral par la décision CRTC 2012-241 qui déclarait qu'« en ce qui a trait aux services de langue française inclus dans le groupe désigné Astral, le Conseil estime que les ÉIN devraient être composées d'émissions tirées des catégories 2 b), 7, 8a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8 b) Vidéoclips, 8c) Émissions de

musique vidéo et 9 Variétés. » Or, dans la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263, le Conseil a alors souscrit à la proposition de Radio-Canada d'intégrer à la définition de ses ÉIN des émissions spécifiques de remise de prix canadiens et a donc imposé une condition de licence sur les ÉIN à la télévision généraliste de la Société, précisant qu'elles devraient être diffusées aux heures de grande écoute (19 h à 23 h).

38. À l'heure actuelle, Radio-Canada contribue de façon significative à la diffusion d'ÉIN, comme nous pouvons le voir dans le graphique 3



39. L'importante contribution de Radio-Canada au financement d'ÉIN est reflétée, entre autres, par ses allocations d'enveloppe de rendement au Fonds des médias du Canada (FMC), enveloppe basée sur l'activité dans le financement de la production d'émissions francophones admissibles au financement du FMC (c'est-à-dire essentiellement les ÉIN). Voir le tableau 1 qui renferme les allocations d'enveloppe par groupe de propriété. Dans le cas de la SRC, l'enveloppe comprend la télévision généraliste, ainsi que celles d'ARTV, d'Explora, de RDI et de Tou.tv.

Tableau 1

**Allocations d'enveloppe de rendement en français par le FMC,
2019-2020 (dollars)**

Accès parallèle	666 600
Accessibilité Média inc.	133 340
APTN (Français)	309 738
Bell Média (Français)	10 304 356
Corus (Français)	3 074 082
DHX Television(Français)	125 438
Groupe TVA inc.	20 550 530
Groupe V Média	943 682
RADIO-CANADA	28 337 780
Télé-Québec	5 789 542
TFO	1 807 608
TV5	4 142 302
Total	76 185 000

Source : CMF, Allocations d'enveloppe de rendement 2019-2020

40. Si le tableau 1 ne dresse pas le portrait complet de la participation des groupes actifs sur le marché francophone dans la production d'ÉIN, il en constitue néanmoins un bon indice. Selon les informations figurant au tableau, l'ensemble des services de Radio-Canada, autorisés et en ligne, était responsable d'un peu plus d'un tiers (37,2 %) des allocations d'enveloppe du FMC. Cependant, ce chiffre constitue un recul par rapport à l'année 2012-2013 (la dernière année de la période de licence antérieure) quand la participation de Radio-Canada au financement d'ÉIN représentait 40,7 % de celui de l'ensemble des télédiffuseurs francophones.
41. En ce qui concerne les dramatiques, c'est la télévision généraliste qui, en grande partie, déclenche ces émissions auprès des organismes de financement, situation qui se maintiendra dans un avenir prévisible. Ainsi, 87,3 % du financement des dramatiques de langue française déclenché par les télédiffuseurs publics et privés auprès du Fonds des médias du Canada en 2018-2019 a été assuré par la télévision généraliste de Radio-Canada (53,7 %) et les télévisions généralistes privées (33,6 %), essentiellement TVA. Voir le tableau 2.

Tableau 2

**Contribution des télédiffuseurs au financement des dramatiques
de langue française soutenues par le Fonds des médias du Canada,
2018-2019 (%)**

	% du devis total	% du total diffuseurs
RADIO-CANADA	23,6 %	53.7 %
Télédiffuseurs généralistes privés	14,7 %	33.6 %
Télédiffuseurs spécialisés et payants	4,5 %	10.3 %
Télédiffuseurs éducatifs	1 %	2.4 %
Total	43,9 %	100,0 %

Source : Fonds des médias du Canada

42. Pour la première fois, une série diffusée à Radio-Canada, *C'est comme ça que je t'aime* de François Létourneau et de Jean-François Rivard (Productions Casablanca), a été sélectionnée en compétition avec sept séries du monde aux Berlinale Series du Festival international du film de Berlin, qui se déroulera du 20 février au 1er mars 2020 en Allemagne. Il n'en demeure pas moins qu'à nouveau, la contribution globale au financement des dramatiques par Radio-Canada en 2018-2019 (53.7 % de l'ensemble des télédiffuseurs) indiquée dans le tableau 2 constitue un recul important par rapport à 2012-2013, alors qu'elle représentait 69,6 %.⁴
43. Si les dépenses totales de la SRC affectées aux ÉIN par sa télévision généraliste ont connu une augmentation entre 2016 et 2018, en revanche les dépenses consacrées aux dramatiques, de loin la plus importante des catégories d'ÉIN, ont diminué. On note que les dépenses sur les émissions consacrées à la jeunesse (qui pour la SRC ne sont pas reconnues comme les ÉIN par le CRTC) ont elles aussi été amputées. Voir le tableau 3.

⁴ Voir notre mémoire du 5 octobre 2012 en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-379 (renouvellement des licences de Radio-Canada).

Tableau 3

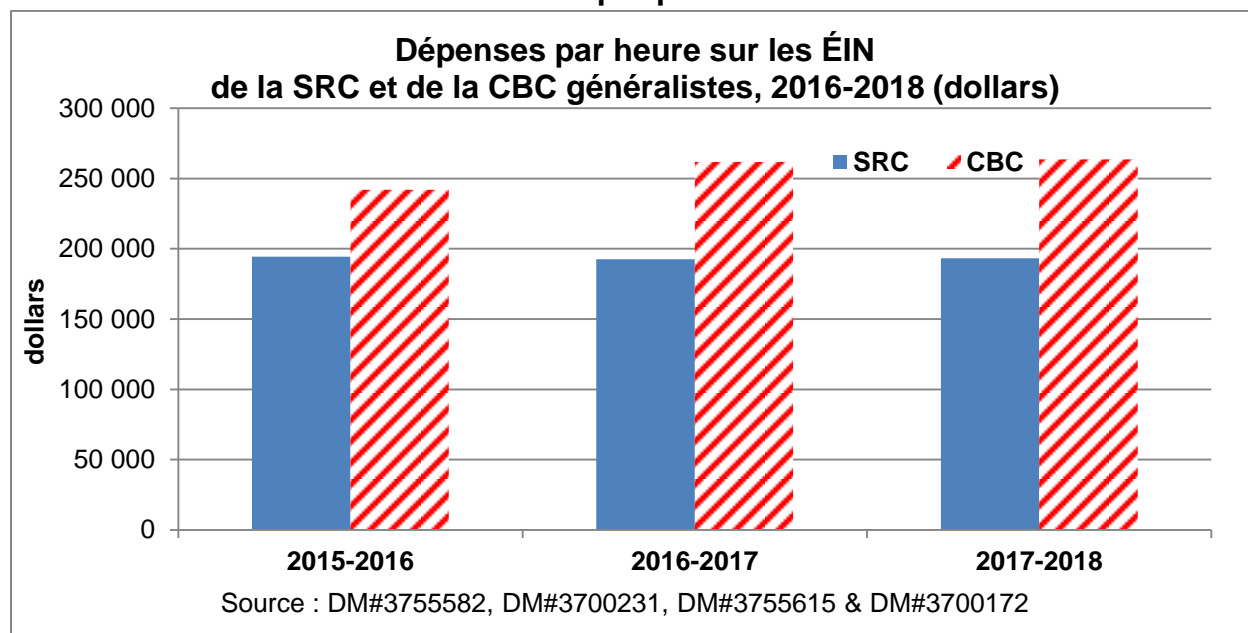
**Dépenses par la télévision généraliste de la SRC sur
les ÉIN et les émissions pour la jeunesse, 2015-2016 à 2017-2018 (dollars)**

	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Documentaires	5 124 817	7 754 111	5 996 904
Dramatiques	68 518 411	64 273 595	65 272 014
Musique et danse	10 014 310	13 998 608	13 538 107
Variétés	6 616 455	9 844 273	13 721 955
Remise de prix	4 357 387	3 419 137	3 130 455
TOTAL ÉIN	94 631 380	99 289 724	101 659 435
Émissions pour la jeunesse	10 275 338	9 194 666	7 908 097

Source : DM#3755615

44. Qui plus est, les dépenses horaires consacrées aux ÉIN par la télévision généraliste de la SRC accusaient un écart grandissant entre 2016 et 2018 avec celles de la CBC. Voir le graphique 4.

Graphique 4



45. L'écart entre les dépenses horaires moyennes de la SRC et de la CBC consacrées aux séries dramatiques (7a) et les comédies (7b), les deux sous-catégories les plus importantes, est particulièrement frappant. Ainsi, en 2017-2018, la SRC a affecté 239 215 dollars et 208 359 dollars l'heure respectivement à ces deux sous-catégories, contre 394 464 dollars et 518 717 dollars l'heure par la CBC. Nous rappelons au CRTC

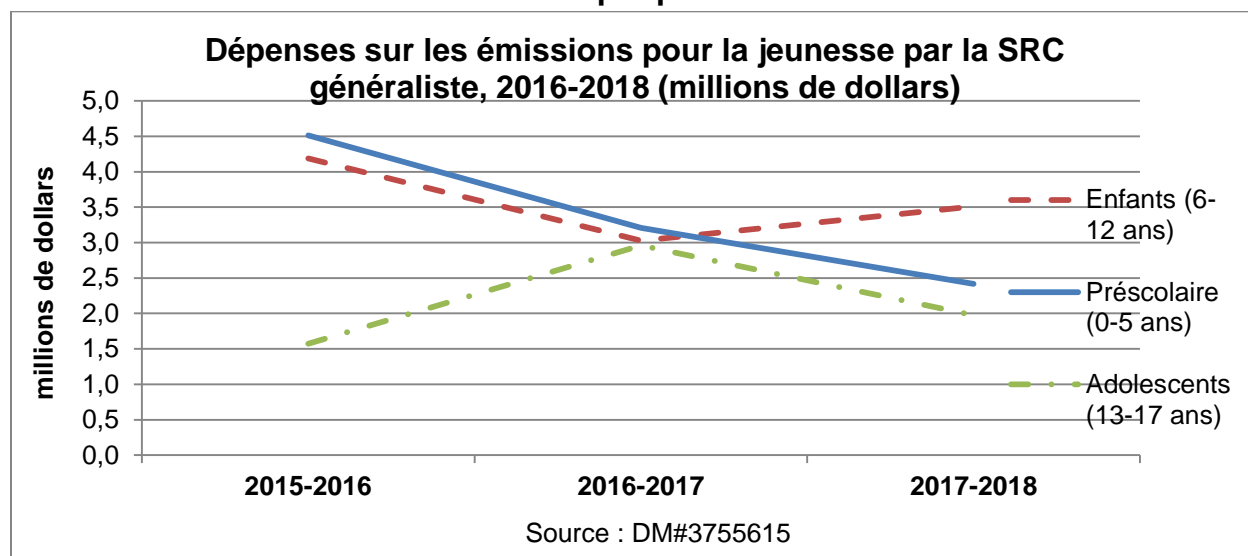
que le sous-alinéa 3(1)m)(v) du mandat de la Société énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion* souligne que sa programmation devrait « chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais ».

46. Qui plus est, nous considérons que la « qualité équivalente » devrait se traduire essentiellement en termes de budgets de production, ces derniers affectant directement la qualité de tous les éléments d'une production originale, y compris les éléments artistiques et culturels : le nombre et la diversité des rôles principaux (entre autres, par la tendance à diminuer les risques et à reprendre les mêmes têtes d'affiche, généralement non représentatives des minorités ethniques et culturelles), la variété des scénarios (les récits de sciences fiction, fantastiques, historiques ou dystopiques, entre autres, ne voient pas le jour, alors que le nombre de personnages et de lieux de tournage sont restreints), la rapidité avec laquelle les scénaristes doivent les écrire, le nombre et la diversité des rôles principaux, et la cadence avec laquelle acteurs, réalisateurs et techniciens doivent tourner qui le nombre de prises. Ainsi, en langue française, on favorise des productions de type « téléroman » plutôt que des dramatiques « lourdes » de grande qualité. À cela se greffent des budgets moindres pour les décors, les costumes, les éclairages, le son, la musique et les équipements, ce qui diminue d'autant la qualité audiovisuelle de l'ensemble et résulte en des émissions moins compétitives au plan international. En dernier lieu, les contraintes budgétaires confinent le tournage des productions originales essentiellement à Montréal et dans ses banlieues, ce qui réduit la représentation des régions, autant du point de vue des lieux de tournage que de celui des situations scénarisées et du reflet des communautés éloignés de Montréal.

LES ÉMISSIONS POUR LA JEUNESSE

47. Les dépenses totales de Radio-Canada consacrées aux émissions pour la jeunesse ont elles aussi diminué au cours de la période pour laquelle des chiffres sont disponibles, soit de 10,3 millions de dollars en 2015-2016 à 7,9 millions en 2017-2018. Ce déclin est dû aux réductions de dépenses attribuées aux jeunes d'âge préscolaire et aux adolescents. Voir le graphique 5.

Graphique 5



48. La baisse des fonds consacrés aux dramatiques et aux émissions pour la jeunesse trahissent-elles un certain délaissement stratégique de ces catégories d'émission par la SRC?

LES PRÉVISIONS POUR LES ANNÉES À VENIR

Quelle est la stratégie de Radio-Canada?

49. En juin 2014, la Société avait élaboré le plan *Stratégie 2020 : Un espace pour nous tous*, qui donnait au diffuseur public la mission d'être plus numérique, plus local et plus ambitieux dans sa programmation canadienne.⁵ En mai 2019, et en lien direct avec sa *Stratégie 2020*, Radio-Canada a publié son *Sommaire du plan d'entreprise 2019-2020 à 2023-2024*, proposé au ministre du Patrimoine canadien, et dans le cadre duquel la Société annonçait *Entre nous, c'est pour la vie*, une nouvelle stratégie pour les trois années subséquentes, soit 2019-2020 à 2021-2022.⁶
50. Dans le message de présentation du Sommaire, la présidente-directrice générale de Radio-Canada annonce que trois grands thèmes « seront à la base de notre nouvelle stratégie triennale, *Entre nous, c'est pour la vie*, pour nous assurer de placer nos auditoires au cœur de tout ce que nous faisons » (page 3) soit :

- Renforcer la confiance dans les nouvelles et la démocratie;

⁵ <https://cbc.radio-canada.ca/fr/vision/strategie/strategie-2020>

⁶ <https://site-cbc.radio-canada.ca/documents/vision/strategie/plan-dentreprise/sommaire-plan-entreprise-2019-2020-2023-2024.pdf>

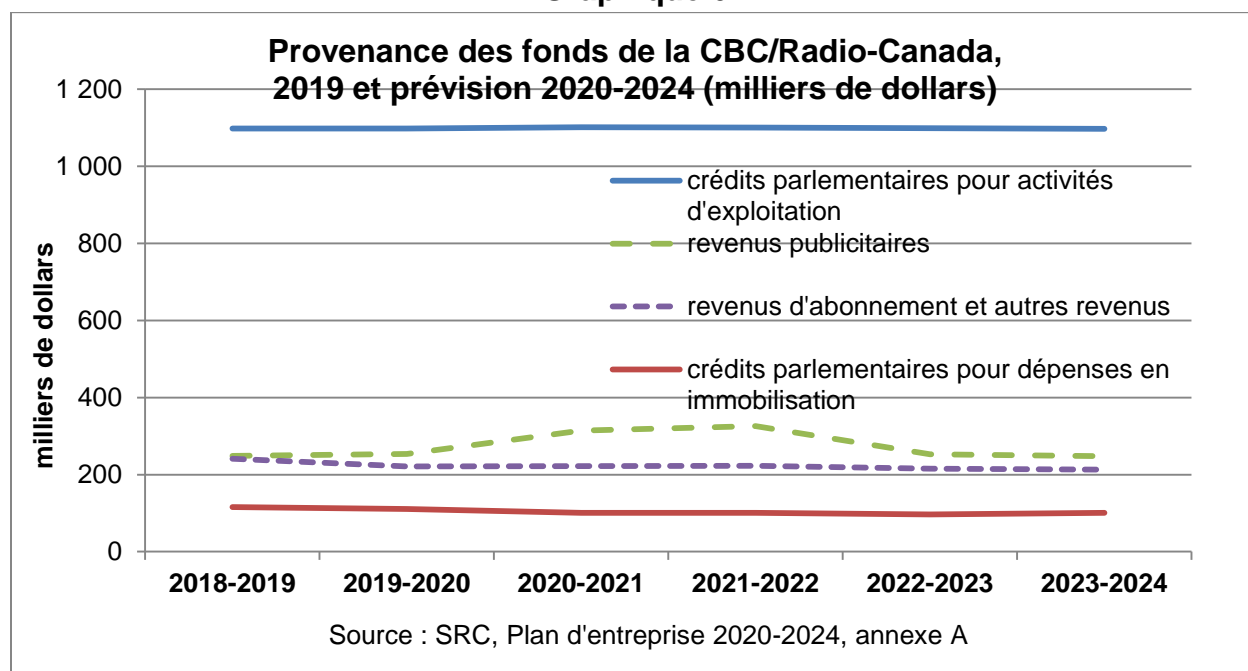
- Bâtir avec les Canadiens une relation qui durera toute leur vie; et
 - Promouvoir et soutenir la culture et les valeurs canadiennes, ici comme partout dans le monde.
51. Néanmoins, à la page 31 du même document, la Société affirme vouloir prendre toutes ses décisions au cours de la durée de vie de cette stratégie en fonction des trois principes fondamentaux suivants, principes qui, eux, sont articulés différemment :
- Placer nos auditoires – les personnes et les communautés – au cœur de nos décisions et de nos actions;
 - Bâtir une relation avec les Canadiens qui durera toute leur vie; et
 - Demeurer la référence comme marque média qui inspire le plus confiance au pays.
52. À la même page, Radio-Canada dit entendre donner la priorité à l'accroissement de « nos revenus et trouver de nouvelles sources de revenus pour financer les activités qui comptent pour les Canadiens et pour consolider notre modèle d'affaires. »
53. Enfin, dans les pages suivantes, Radio-Canada énonce cinq initiatives stratégiques associées aux grandes priorités, soit :
- Personnaliser nos services numériques
 - Captiver les jeunes auditoires
 - Prioriser nos liens avec les régions
 - Incarner le Canada d'aujourd'hui
 - Faire rayonner le Canada dans le monde
54. Pourtant, dans son mémoire complémentaire du 30 septembre dernier, intitulé *Placer les auditoires au cœur de nos décisions et de nos actions : Vers un cadre réglementaire du 21^e siècle pour le diffuseur public du Canada* (DM#3720713), et qui accompagne ses demandes de renouvellement de licences, aucune vision stratégique n'y figure, à l'exception d'une seule mention de sa stratégie pour les prochaines années.⁷ En revanche, dans la version du formulaire de demande du 17 octobre dernier (DM#3733750), en réponse aux questions du Conseil, Radio-Canada reprend plusieurs éléments de son plan d'entreprise *2019-2020 à 2023-2024*.

⁷ « Comme il est établi dans notre nouveau plan stratégique, *Entre nous, c'est pour la vie*, nous sommes déterminés à refléter les communautés autochtones au Canada dans toutes nos activités, de notre effectif à notre programmation, sur toutes les plateformes et dans tous les genres de contenu. » (Para 27)

Son financement

55. Radio-Canada dispose de quatre sources de financement direct, soit : les crédits parlementaires pour les activités d'exploitation et les dépenses en immobilisations (71 % du total en 2018-2019), les revenus publicitaires (15 %), les revenus d'abonnement (7 %), et les revenus financiers et autres revenus (7 %). Voir le graphique 6 qui présente les résultats au 31 mars pour l'année 2018-2019, ainsi que les prévisions de la SRC pour les années 2019-2020 à 2023-2024.

Graphique 6



56. Au cours des prochaines années, la Société prévoit des sources de revenus stables, même si elle estime que les revenus publicitaires de la télévision et des services numériques fluctueront en fonction des années olympiques, celle d'été à Tokyo 2020 et celle d'hiver à Pékin en 2022.
57. Radio-Canada croit cependant que le type de souplesse réglementaire qu'offre une approche d'attribution de licences de groupe fondée sur les dépenses (comme celle adoptée par le CRTC pour encadrer la contribution des grands groupes du secteur privé) ne lui serait « ni pertinent ni approprié ». Aussi, afin de reconnaître et d'appuyer la diffusion de contenu audiovisuel sur les plateformes numériques, la Société propose-t-elle une approche réglementaire basée plutôt sur le nombre d'heures de chaque type de contenu, soit :

- Premièrement, un objectif multiplateforme correspondant au nombre total d'heures de diffusion pour la télévision traditionnelle et les plateformes numériques combinées.
- Deuxièmement, une condition de licence connexe qui établit une obligation de diffusion minimale pour la télévision traditionnelle.
- Tout ce qui se trouve entre le minimum établi pour la télévision traditionnelle et l'objectif de diffusion total pourrait être diffusé sur un réseau de télévision traditionnelle ou une plateforme numérique.

58. Nous contestons une telle approche, et ferons donc ci-dessous nos propres recommandations.

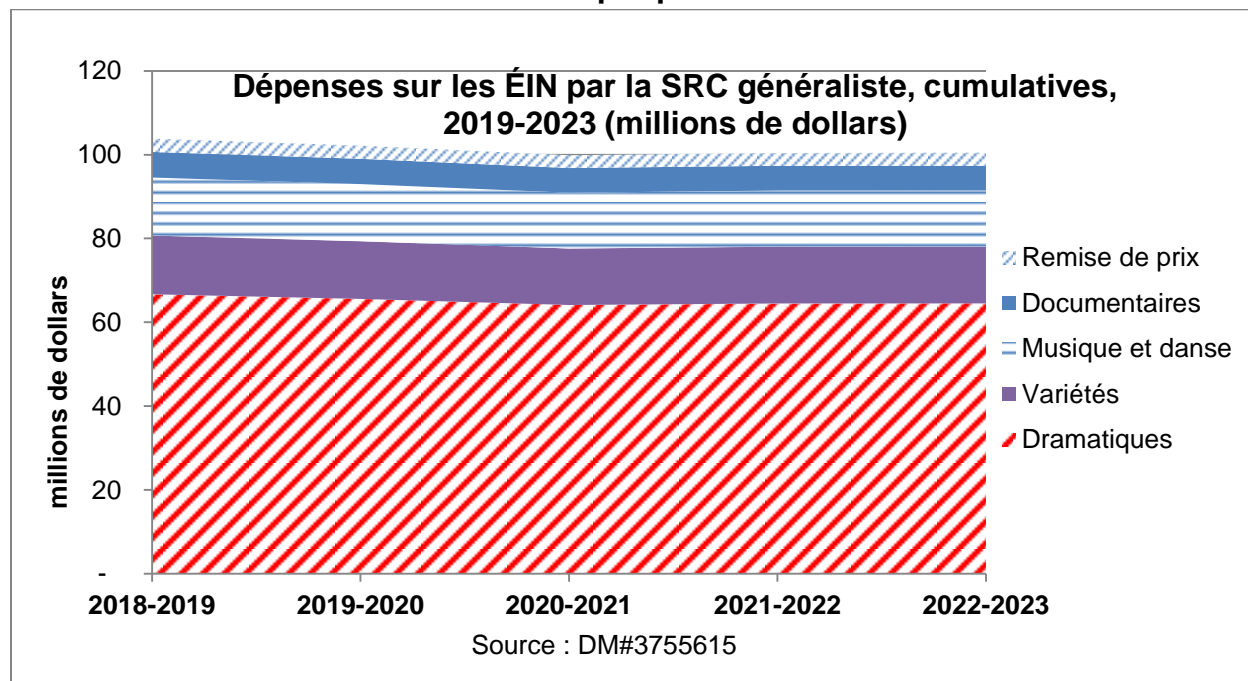
LE RÉSEAU DE TÉLÉVISION GÉNÉRALISTE

59. Dans son formulaire de demande, la SRC propose que « sur les plateformes traditionnelles, CBC/Radio-Canada prévoit maintenir le même niveau élevé de contenu canadien » durant la prochaine période de licence (DM#3733750, p. 8). Or, les DÉC de la télévision généraliste francophone des années 2015-2016 à 2017-2018 ont été de 259,6 millions de dollars en moyenne, alors que ses DÉC prévues pour l'année 2022-2023 (la dernière année des prévisions fournies) sont de 241,1 millions de dollars (DM#3755615). Force nous est de conclure que les prévisions de la Société ne reflètent pas la volonté exprimée précédemment de maintenir le même niveau de contenu canadien à la télévision généraliste. Par conséquent, nous appréhendons une diminution des budgets et de la qualité des émissions canadiennes à la télévision généraliste au profit de dépenses affectées aux services de Radio-Canada en ligne.

Émissions d'intérêt national

60. Radio-Canada, qui a dépensé 104,9 millions de dollars sur les ÉIN à la télévision généraliste francophone en 2018-2019, prévoit une diminution à 100,5 millions de dollars en 2022-2023, alors que les dépenses sur les dramatiques (la catégorie la plus importante) passeront de 66,7 millions à 64,5 millions sur la même période. Voir le graphique 7.

Graphique 7



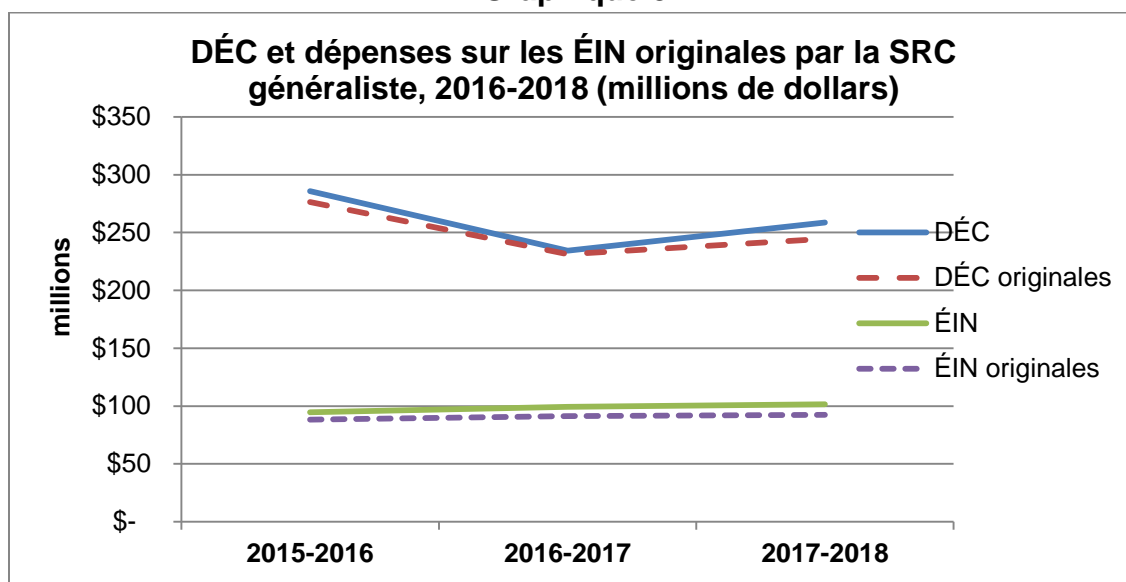
61. De toute évidence, la SRC planifie un transfert de dépenses de la télévision généraliste vers les services audiovisuels en ligne. Ainsi, les DÉC consolidées des services en ligne de Radio-Canada et de la CBC, qui représentaient 7,8 % de celles effectuées par la télévision généraliste de Radio-Canada l'an dernier, passeront à 14,6 % en 2022-2023. Toutefois, la Société ayant refusé de révéler des informations supplémentaires concernant ses activités en ligne, nous n'en savons pas plus.
62. De toute façon, les prévisions financières relatives aux services en ligne pour les années à venir ne sont que des projections et, en l'absence d'une intervention réglementaire, rien ne permet de conclure que ces prévisions se concrétiseront. Cette incertitude nous amène à favoriser des conditions de licence précises concernant les dépenses sur les ÉIN par la télévision généraliste de la SRC pour la prochaine période de licence, ainsi que des conditions relatives aux heures *originales* diffusées.

Émissions originales

63. Le tableau 3 indique que, si les dépenses sur les ÉIN par la télévision généraliste de la SRC ont augmenté légèrement de 2015-2016 à 2017-2018, les dépenses sur les dramatiques et les émissions pour la jeunesse ont en revanche diminué pendant la même période. Mais qu'en est-il pour les émissions *originales*?

64. Le graphique 8 illustre une diminution des DÉC originales à compter de 2015-2016, accompagnée d'une légère augmentation des dépenses sur les ÉIN originales. D'ailleurs, la part des dépenses dans les émissions *originales* dans les DÉC totales a diminué un peu, de 96,7 % en 2015-2016 à 94,6 % en 2017-2018. Il en va de même de la part des dépenses au profit des émissions *originales* dans les dépenses totales sur les ÉIN, qui est tombé de 93,2 % en 2015-2016 à 90,8 % en 2017-2018. Néanmoins, le graphique 8 confirme le rôle fondamental de la télévision généraliste de la SRC dans la diffusion d'émissions canadiennes *originales*, particulièrement d'ÉIN *originales*, dans l'environnement télévisuel francophone.

Graphique 8



65. La proposition de Radio-Canada de reformuler la définition d'une émission *originale* pour la prochaine période de licence nous semble donc problématique. En effet, dans sa demande, la Société propose le libellé suivant :

CBC/Radio-Canada peut désigner une émission canadienne comme « originale de première diffusion » si l'émission n'a pas déjà été rendue disponible au public par une autre entreprise de radiodiffusion canadienne, n'importe où au Canada, au moyen d'un service linéaire ou sur demande, sous réserve que si CBC/Radio-Canada a contribué au financement de la production d'une émission avec des tiers, cette émission puisse être considérée comme « originale de première diffusion » même si les tiers qui ont contribué à son financement l'ont rendue disponible sur leurs plateformes avant qu'elle soit disponible sur une plateforme de CBC/Radio-Canada.

Si une émission est rendue disponible par CBC/Radio-Canada à la fois sur un réseau et sur une ou plusieurs de ses plateformes numériques, CBC/Radio-Canada peut choisir la diffusion à désigner comme « originale de première diffusion ». (DM#3720718, p. 2)

66. Dans cette reformulation, il apparaît clairement que la Société souhaite passer ses émissions originales sur une plateforme en ligne, comme Tou.tv. Extra – dans le but de soutirer un revenu supplémentaire en ligne avant leur diffusion à la télévision généraliste. Qui plus est, si le CRTC devait souscrire à une telle définition, une production partiellement financée par des tiers pourrait être diffusée sur des plateformes autres que celles de la SRC et comptabilisée comme « originale de première diffusion » par la Société.
67. Indépendamment des questions qui soulèvent l'approche réglementaire globale de la SRC et la gratuité des services du radiodiffuseur national public, nous sommes en désaccord avec la définition proposée par la Société. En effet, son adoption constituerait une modification substantielle de la notion d'une émission « originale de première diffusion », créant ainsi un précédent pour l'ensemble de la télévision publique et privée, et signifierait une révision en profondeur des politiques du Conseil au cours d'une instance de renouvellement de licences. Nous recommandons donc le maintien de la définition actuelle du Conseil, soit :

« Émission originale de langue française » signifie : émission canadienne produite en langue française et présentée en première diffusion dans le marché de langue française, ce qui exclut les émissions canadiennes doublées.⁸

Émissions pour la jeunesse

68. Le tableau 3 indique que les dépenses sur les émissions pour la jeunesse ont passé de 10,3 millions de dollars en 2015-2016 à 7,9 millions de dollars en 2017-2018. Qu'en sera-t-il à l'avenir?
69. Radio-Canada, dans le cadre de ses renouvellements de licence, prévoit une diminution de dépenses sur les émissions pour la jeunesse par la télévision généraliste francophone de 7,6 millions de dollars en 2018-2019 à 7,3 millions de dollars en 2022-2023 (DM#3755615), mais en maintenant la priorité aux émissions pour enfants (6-12 ans). Voir le graphique 5 pour les tendances 2015-2016 à 2017-2018.

⁸ Voir l'annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2018-334, *Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française* occasionnée par le renvoi du gouvernement canadien de la décision 2017-143 pour réexamen et nouvelle audience par le Conseil.

70. Faute d'une intervention réglementaire, les prévisions de la SRC ne seront pas nécessairement réalisées au cours des années à venir. C'est pourquoi nous favorisons, pour la prochaine période de licence, des conditions de licence précises concernant les dépenses qui devraient être dévolues aux émissions pour la jeunesse.

Nos recommandations

71. Dans la décision de radiodiffusion CRTC 2013-263 (*Société Radio-Canada – Renouvellement de licences*), le Conseil n'a imposé à la télévision généraliste de langue française de la SRC une exigence de diffusion que de sept heures par semaine d'ÉIN aux heures de grande écoute, même si les niveaux historiques de ces services étaient de 10 heures. L'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA considèrent que le CRTC devrait revoir à la hausse les conditions de licence élaborées dans la décision 2013-263 concernant la diffusion d'ÉIN par la SRC compte tenu des éléments suivants :
- Le rétablissement de 675 millions de dollars de crédits parlementaires sur cinq ans en 2016;
 - La diffusion par la SRC d'une moyenne de 9,8 heures par semaine d'ÉIN à la télévision généraliste au cours des cinq dernières années, dont 10,2 heures par semaine en 2018-2019 (voir le graphique 3 exprimé en heures par année);
 - La diffusion par la SRC d'une moyenne de 5,4 heures par semaine de dramatiques (catégorie 7) à la télévision généraliste au cours des cinq dernières années, dont 5,3 heures par semaine en 2018-2019 (voir le graphique 3);
 - Le mandat de Radio-Canada énoncé aux articles 3(1)l) et 3(1)m) de la *Loi sur la radiodiffusion*; et
 - L'importance de la télévision généraliste, et particulièrement celle de Radio-Canada, pour le financement et la diffusion d'ÉIN, de dramatiques et d'émissions pour la jeunesse.⁹
72. Le tableau 4 présente en sommaire les conditions de licence pour la télévision généraliste de la SRC quant au nombre d'heures d'ÉIN, de dramatiques (catégorie 7) et d'émissions pour la jeunesse en vigueur depuis la décision 2013-263, les conditions proposées par la Société pour sa prochaine période de licence, ainsi que nos propres recommandations.

⁹ Il est à noter qu'à la page 19 du DM#3733750, en réponse à une question de lacune du CRTC, il est écrit que « la Société accepterait de reconduire les conditions de licence actuelles concernant la diffusion d'une programmation équilibrée » en omettant l'expression « pendant les heures de grande écoute » qu'avait utilisée le Conseil.

Tableau 4

Conditions de licence relatives au volume d'heures d'ÉIN et d'émissions pour la jeunesse à la télévision généraliste de Radio-Canada, 2013-2014 à 2025-2026

Condition de licence	En vigueur 2013-2020	Proposée par la SRC, 2021-2026	Proposée par AQTIS-ARRQ-SARTEC-UDA
Émissions d'intérêt national (ÉIN) diffusées aux heures de grande écoute (19 h à 23 h)	Au moins 7 heures par semaine	Au moins 6 heures par semaine	Au moins 10 heures par semaine, dont au moins 5 heures de catégorie 7 ¹⁰
Émissions canadiennes destinées aux jeunes de 12 à 17 ans	Au moins 5 heures par semaine	Éliminer	Au moins 5 heures par semaine aux jeunes de 13 à 17 ans
Émissions canadiennes destinées aux enfants de moins de 12 ans	Au moins 15 heures par semaine	Au moins 15 heures par semaine aux enfants de moins de 13 ans ¹¹	Au moins 15 heures par semaine aux enfants de moins de 13 ans
Émissions canadiennes originales destinées aux enfants de moins de 12 ans	Au moins 100 heures par année	Au moins 80 heures par année destinées aux enfants et aux jeunes	Au moins 100 heures par année aux enfants de moins de 13 ans

Source : Décision CRTC 2013-263 et DM#3720718

73. En outre, à l'instar des grands groupes du secteur privé, le CRTC devrait viser l'obtention d'un financement stable pour la production canadienne diffusée par la SRC par l'imposition de diverses obligations de programmation, en particulier en ce qui a trait à la programmation sous-représentée au sein du système canadien de radiodiffusion.¹²
74. À cet égard, nous proposons que le Conseil impose des exigences de dépenses au titre des émissions d'intérêt national (ÉIN) à la télévision généraliste de Radio-Canada.¹³

¹⁰ Voir aussi la décision CRTC 2013-263 qui, à l'heure actuelle, exige de la télévision généraliste de langue anglaise de la SRC la diffusion d'au moins **9 heures** d'ÉIN par semaine.

¹¹ Radio-Canada explique que « la proposition de remplacer "moins de 12 ans" par "moins de 13 ans" vise à refléter les catégories actuelles d'auditoire cible pour les registres d'émissions conformément au *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, selon lequel les enfants d'âge préscolaire ont de 0 à 5 ans et les enfants ont de 6 à 12 ans. » (DM#3720718, p.8)

¹² Voir la décision de radiodiffusion CRTC 2017-143 (*Renouvellement de licences pour les services de télévision des grands groupes de propriété de langue française – Décision de préambule*) ainsi que la décision de radiodiffusion CRTC 2018-334 (*Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française*) occasionnée par le renvoi du gouvernement canadien de la décision 2017-143 pour réexamen et nouvelle audience par le Conseil.

¹³ Il est vrai qu'au paragraphe 117 de la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, *Approche par groupe à l'attribution de licences aux services de télévision privée*, le Conseil dit que « les exigences souples de dépenses énoncées dans la présente politique réglementaire ne devraient pas s'appliquer à la SRC », mais dix ans plus tard, le Conseil n'est plus tenu de respecter cette déclaration.

Dans ses décisions de renouvellement du 15 mai 2017, le Conseil avait imposé aux grands groupes privés des obligations de dépenses aux émissions canadiennes (DÉC) et aux ÉIN, dépenses calquées sur les revenus bruts de l'année précédente. Ainsi, dans le cas de Bell Média, le seuil de dépenses sur les ÉIN a été fixé à 18 %, et pour Corus Entertainment et pour Québecor Média à 15 %.

75. Pour les trois années se terminant le 31 août 2019, les dépenses de la télévision généraliste de Radio-Canada sur les ÉIN constituaient respectivement 22,8 %, 21,4 % et 22,6 % des revenus bruts de l'année courante pour une moyenne de 22,2 %. Si on applique le calcul aux revenus bruts de l'année précédente, la moyenne des deux années 2017-2018 et 2018-2019 se situe à 22,6 %. Voir le tableau 5.

Tableau 5

Dépenses sur les ÉIN et revenus bruts de la télévision généraliste de Radio-Canada, 2016-2017 à 2018-2019 (dollars)

	Dépenses sur ÉIN	Total des recettes	ÉIN / recettes courantes	ÉIN / recettes précédentes
2016-2017	99 289 724	435 280 000	22,8 %	--
2017-2018	101 659 435	476 013 000	21,4 %	23.4 %
2018-2019	103 871 988	459 968 770	22,6 %	21.8 %
Moyenne	101 607 049	457 087 256	22.2 %	22.6 %

Source : DM#3755615 et rapports annuels de la SRC aux CRTC

76. Radio-Canada prétend qu'« une approche axée sur les dépenses ne fournirait pas une marge de manœuvre utile à CBC/Radio-Canada et ne ferait qu'alourdir l'administration et l'établissement des budgets, car il faudrait alors répartir les dépenses communes entre les différentes plateformes. » (DM#3754955, p. 3) À notre avis, il serait raisonnable d'exiger, par condition de licence, que la télévision généraliste de Radio-Canada dépense au moins 22 % de ses revenus bruts sur les ÉIN, comme elle l'a fait jusqu'à présent.

L'AUDIOVISUEL EN LIGNE

77. En ce qui concerne les services de langue française :

Radio-Canada met maintenant à la disposition des Canadiens 22 sites web régionaux, dont 13 à l'extérieur du Québec (5 dans l'Ouest canadien, 4 en Ontario et 4 en Atlantique). Ces sites sont mis à jour du matin au soir, sept jours sur sept. Chaque site comprend des choix éditoriaux, un fil d'actualité en continu,

un bouquet de services personnalisés (météo, conditions routières, etc.), les signaux en direct de la radio et de la télévision locales, l'accès aux fiches d'émissions et dossiers, et l'accès aux médias sociaux. Une nouvelle version améliorée de l'application mobile, géolocalisée et offrant des fonctions de personnalisation, est également offerte. (DM#3733750, pp. 45)

78. À l'heure actuelle, le seul service de programmation audiovisuelle en ligne de Radio-Canada est Tou.tv, quoique d'autres services puissent s'ajouter à l'avenir. Ici Tou.tv est un service gratuit avec publicité offrant un accès en direct et sur demande à la gamme complète des émissions de Radio-Canada. Ici Tou.tv EXTRA, donne accès sur demande à des contenus vidéo sans publicité. On y retrouve des séries originales en primeur avant leur diffusion sur les services autorisés par licence, des services particuliers comme Véro-tv,¹⁴ des contenus exclusifs d'autres diffuseurs canadiens de langue française, et des séries étrangères de prestige en traduction française.
79. Pour la prochaine période de licence, la Société propose un objectif multiplateforme correspondant au nombre total d'heures de diffusion à la télévision généraliste, à la télévision facultative et aux plateformes numériques combinées. Dans l'esprit de la requérante, les plateformes numériques audiovisuelles n'auraient que des attentes du CRTC (attentes qui, selon nous, ne sont pas exécutoires devant le Conseil en cas de non-conformité). CBC/Radio-Canada n'a pas proposé la même approche pour ses services audio numériques, notamment, parce que la diversité du contenu audio offert en ligne par CBC/Radio-Canada fait en sorte que, selon elle, aucun objectif ne serait servi par le fait d'étendre des obligations réglementaires à ces plateformes. (DM#3754955, p. 2)
80. Mais Radio-Canada a fourni très peu d'informations précises sur sa programmation audiovisuelle en ligne. Comme nous l'avons déjà mentionné, la Société compte accroître ses dépenses sur cette programmation en français et en anglais, de 17,8 millions de dollars en 2018-2019 à 35,2 millions de dollars en 2022-2023, en puisant en partie dans les dépenses affectées à la télévision généraliste, mais sans offrir de détails. En même temps, comme l'indique le tableau 4, elle propose de réduire toutes ses obligations en matière d'ÉIN et d'émissions pour la jeunesse à la télévision généraliste.

¹⁴ Voir <https://fr-ca.facebook.com/icitoutv/videos/comment-%C3%A7a-fonctionne-v%C3%A9ro-tv/10154957402599882/>

Notre recommandation

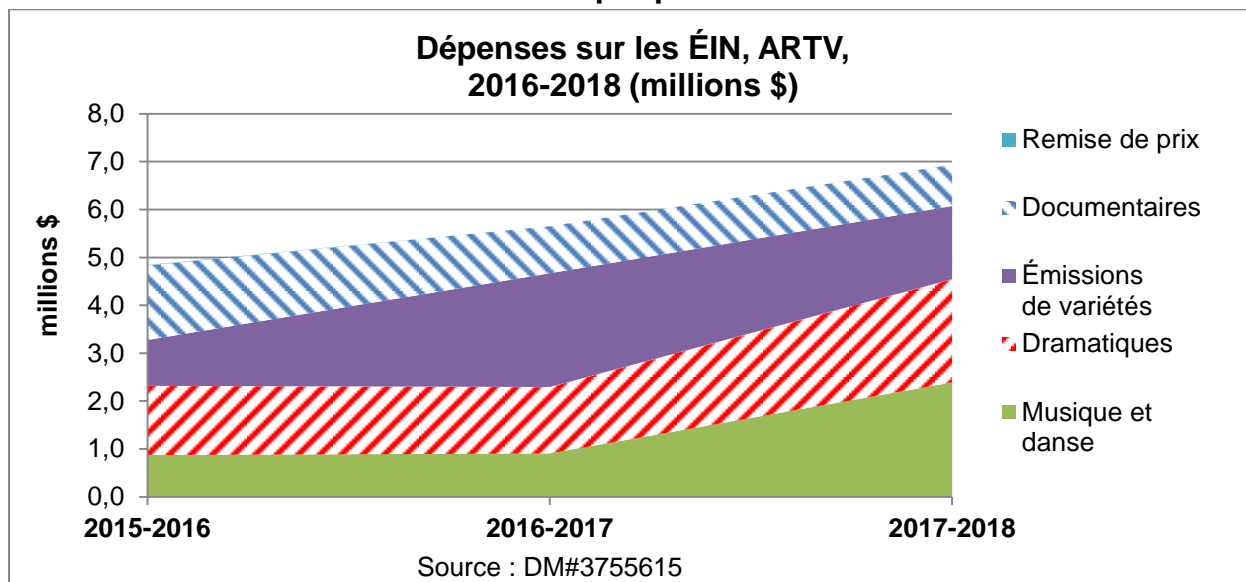
81. Il est clair que la télévision francophone doit s'adapter à l'ère numérique. Pour ce faire, il ne s'agit pas de ralentir la progression inexorable des services audiovisuels numériques, mais plutôt de s'assurer que de tels services respectent l'actuel cadre culturel et financier de la radiodiffusion canadienne réglementée. Or, Tou.tv est régi par l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques du Conseil (l'ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-403) et, à l'heure actuelle, elle ne peut être assujettie à des conditions de licence.¹⁵ Une exception pourrait être accordée aux services en ligne de Radio-Canada/CBC, en les soustrayant de l'ordonnance d'exemption 2012-403 et en les autorisant par licence, option cependant rejetée par la Société (DM#3733750, pp. 13-14). De toute manière, l'absence au dossier public d'informations sur les services en ligne de la SRC écarte toute possibilité de poursuivre cette approche.
82. L'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA recommandent donc de prendre en note les engagements de la SRC concernant ses services en ligne, tout en se concentrant sur les obligations de ses services réglementés qui sont exécutoires devant le Conseil en cas de non-conformité.

ARTV

83. Radio-Canada propose de modifier la condition de licence actuelle exigeant qu'ARTV consacre au moins 60 % de la journée de radiodiffusion et au moins 60 % de la période de radiodiffusion en soirée à la diffusion d'émissions canadiennes, en éliminant l'exigence de diffusion de programmation canadienne en soirée. Elle justifie cette demande en faisant référence à la politique réglementaire CRTC 2015-86 (*Parlons télé*) conçue pour la télévision privée qui élimine toute exigence de contenu canadien en soirée. Nous refusons d'entériner une telle proposition, et nous faisons une recommandation à cet égard.
84. De 2015-2016 à 2017-2018 (seules années dont les données sont disponibles publiquement), les dépenses d'ARTV sur les ÉIN ont augmenté, notamment celles affectées aux émissions de musique et de danse (catégorie 8a), et les dramatiques (catégorie 7). Voir le graphique 9.

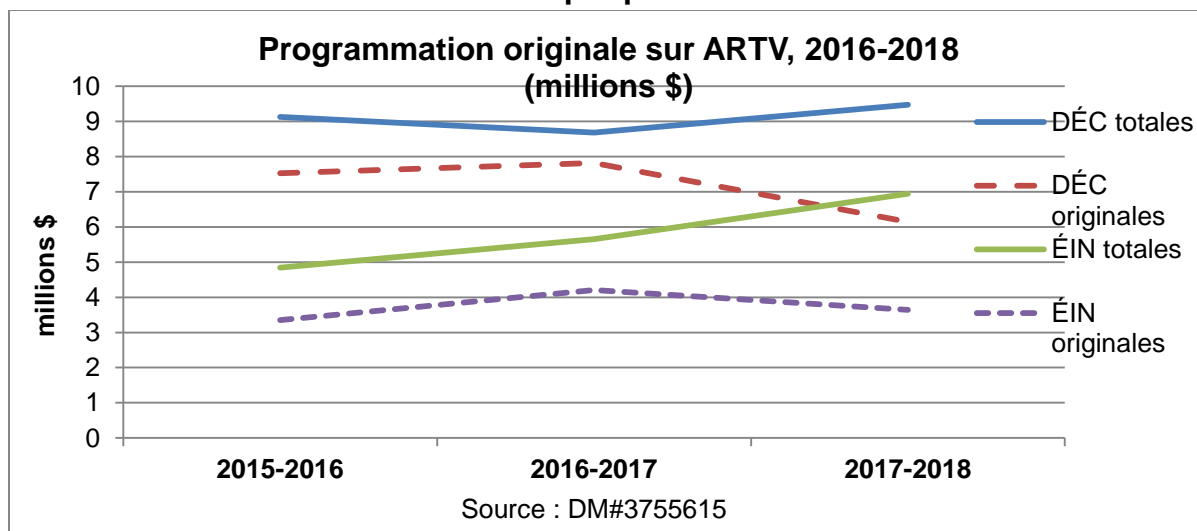
¹⁵ Voir notre mémoire du 7 janvier 2019 au Groupe d'experts chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications pour un aperçu de nos recommandations concernant l'intégration des services en ligne dans le cadre actuel de la radiodiffusion canadienne réglementée. <http://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/fra/00010.html>

Graphique 9



85. Dans sa demande, CBC/Radio-Canada « compte... offrir un large éventail d'émissions canadiennes originales de première diffusion au cours de sa prochaine période de licence, autant dans ses services traditionnels que sur ses services en ligne, afin de remplir son mandat et contribuer à la réalisation des objectifs de la *Loi*. » (DM#3733750, p. 151) Or, de 2015-2016 à 2017-2018, les DÉC *originales* et les dépenses sur les ÉIN *originales* d'ARTV ont diminué, de toute évidence au profit des reprises. Voir le graphique 10.

Graphique 10



86. Ainsi, notons que si, en 2015-2016, les DÉC originales constituaient 82 % des DÉC totales d'ARTV, et ses dépenses sur les ÉIN originales se montaient, elles, à 69 %, en

revanche en 2017-2018, les DÉC originales ne représentaient que 65 % du total et les ÉIN originales 52 %. Nous décelons donc une tendance de Radio-Canada à réduire les émissions originales dans la programmation d'ARTV au profit de reprises.

87. En dernier lieu, Radio-Canada souhaite ne pas renouveler l'ordonnance de distribution d'ICI ARTV au marché de langue anglaise, parce que ce droit d'accès n'a pas entraîné d'augmentation du nombre d'abonnés à l'extérieur du Québec, ni augmenté les revenus d'abonnement. En réponse à une question de lacune du Conseil, elle a fourni des prévisions de revenus d'abonnement et du nombre d'abonnés pour les marchés de langue française au Québec et pour les marchés de langue anglaise hors Québec, et prévoit une diminution du nombre d'abonnés et des revenus d'abonnement tant au Québec que hors du Québec. (DM#3754955, p. 32)

Nos recommandations

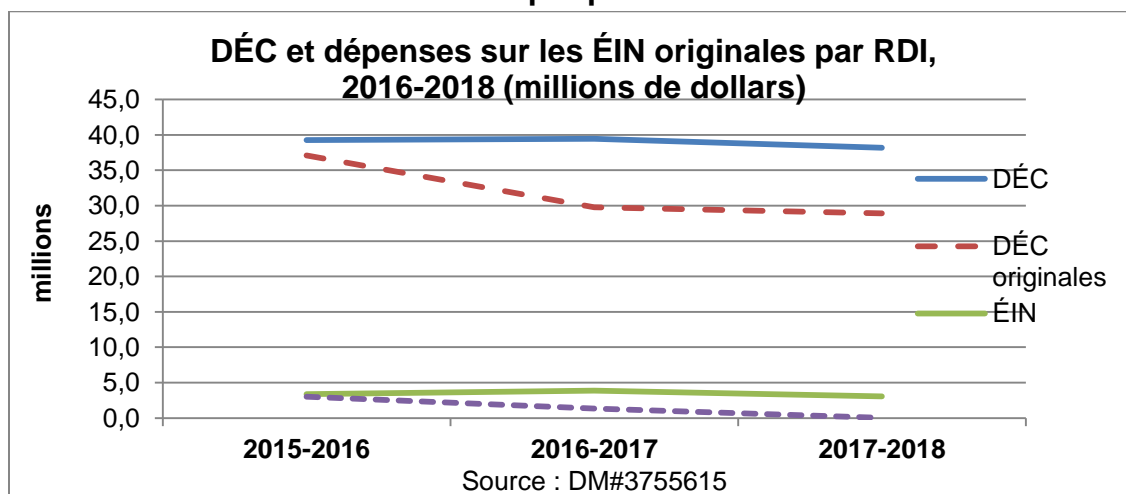
88. Nous considérons que, à titre d'instrument de la télévision publique nationale, ARTV devrait continuer à consacrer le jour et en soirée au moins 60 % de sa grille à la diffusion d'émissions canadiennes, et cela par condition de licence.
89. À l'heure actuelle, ARTV est tenu de dépenser chaque année au chapitre des DÉC au moins 50 % des revenus bruts tirés de l'exploitation du service au cours de l'année précédente, condition de licence qu'elle a respectée. Ses DÉC par rapport aux revenus bruts ont passé de 62 % en 2013-2014 à 74 % en 2017-2018. Cependant, considérant la nature de son service, sa performance par le passé, et la formule du Conseil (calquée sur les revenus bruts), nous proposons que, par condition de licence, les DÉC d'ARTV devraient obligatoirement atteindre au moins 70 % de ses revenus bruts tirés de l'exploitation du service au cours de l'année précédente.
90. Selon un décret émis en vertu de l'article 28 de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Gouvernement du Canada a renvoyé au Conseil les décisions visant à renouveler les licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française pour réexamen et une nouvelle audience. Dans la décision CRTC 2018-234, le Conseil exige que chaque groupe consacre, à chaque année et pour la période de la licence, au moins 75 % de ses dépenses en émissions canadiennes (DÉC) aux émissions originales de langue française. À la lumière des tendances indiquées au graphique 10, nous considérons que le Conseil devrait appliquer la même logique aux DÉC d'ARTV. C'est-à-dire que, par condition de licence, ARTV devrait être tenu de consacrer chaque année 75 % de ses DÉC aux émissions *originales* de langue française pendant la prochaine période de licence. ARTV devrait aussi être tenue de consacrer au moins 75 % de ses dépenses sur les ÉIN aux émissions *originales*.

91. Au sujet des DÉC et surtout des dépenses sur les ÉIN d'Explora, nous ne nous y attarderons pas, car ces dépenses ne représentent pas de sommes significatives.¹⁶

RDI

92. Nous appuyons la demande de CBC/Radio-Canada de maintenir l'ordonnance de distribution de l'alinéa 9(1)h) pour ICI RDI dans les marchés de langue anglaise, ainsi qu'une modification de condition de licence l'autorisant à augmenter le tarif de gros du service obligatoire d'ICI RDI là où le service numérique de base couvre les marchés de langue anglaise. En contrepartie, les exigences réglementaires de RDI devraient être renforcées.
93. RDI a consacré 38,2 millions de dollars aux DÉC et 3,0 millions de dollars (presque exclusivement sur les documentaires de longue durée) aux ÉIN en 2017-2018, soit 75 % et 6 % respectivement de ses revenus bruts. À l'heure actuelle, RDI n'a pas d'obligation relative aux DÉC.
94. Quant aux DÉC et aux dépenses sur les ÉIN (essentiellement des documentaires de longue durée), nous remarquons un déclin important de la diffusion d'émissions *originales* depuis 2015-2016, apparemment en faveur de reprises. Voir le graphique 11.

Graphique 11



¹⁶ Il s'agit de 3,1 millions de dollars en DÉC en 2017-2018, et la SRC prévoit le même montant pour les années à venir à (DM#3755615).

95. En 2017-2018, les émissions originales ne constituaient plus que 76 % du total des DÉC et 1 % du total des dépenses d'EIN traduisant ainsi une tendance de RDI à délaissier les émissions canadiennes originales au profit de reprises.

Nos recommandations

96. Pour chaque année de radiodiffusion, par condition de licence, RDI devrait dépenser sur les documentaires de longue durée (catégorie 2b) au moins 3 millions de dollars.
97. De plus, à la lumière des tendances indiquées au graphique 11, nous considérons que, chaque année pendant la durée de la prochaine période de licence, par condition de licence, RDI devrait consacrer 75 % de ses DÉC (essentiellement des documentaires de longue durée) aux émissions originales de langue française.

ANNEXE : QUESTIONS POSÉES PAR L'ACR CRTC 2019-379

Note : Dans cette annexe, nous n'avons conservé que les questions du Conseil auxquelles nous répondons, identifiées en lettres grasses, et suivies de nos réponses.

Q2. Formuler des observations sur les types, l'étendue et la qualité de la programmation offerte sur les plateformes et les services de langue française de la Société.

En misant avec succès sur le contenu canadien, particulièrement en ce qui concerne les ÉIN, la SRC a eu un effet d'émulation sur les autres chaînes publiques et commerciales, qui ont aussi pris le virage du contenu national. Or, à l'heure actuelle, à la télévision généraliste de la SRC, les valeurs de production des émissions originales de langue française dans les catégories d'ÉIN, particulièrement les dramatiques, sont parfois inadéquates, faute de budgets suffisants. Le déclin récent en DÉC *originales* et en dépenses sur les ÉIN *originales* au profit des reprises à ARTV et à RDI (voir les graphiques 10 et 11 de notre mémoire) nous préoccupe. En effet, dans le cas de tou.tv, il nous semble que Radio-Canada consacre trop de ressources à la programmation non canadienne, mais le manque d'information pertinente fournie par la Société ne nous autorise pas à étayer cette conclusion.

Q3. Au Canada, les marchés de l'écoute et du visionnement de la programmation de langues française et anglaise ont des dynamiques et des réalités différentes, qui peuvent toutes deux influencer sur les besoins de programmation des diverses communautés de ces marchés. La Société répond-elle de la meilleure façon possible aux besoins et aux intérêts distincts de chaque marché linguistique? Quelles améliorations pourraient être apportées pour s'assurer que la programmation de la Société répond à ces besoins et intérêts ?

Il y a un écart important entre les dépenses par heure consacrées aux ÉIN par la télévision généraliste de Radio-Canada et celles de la télévision généraliste de la CBC, écart qui a grandi au fil des années 2015-2016 à 2017-2018. Voir le graphique 4 de notre mémoire. L'écart est particulièrement frappant au chapitre des séries dramatiques (7a) et des comédies (7b), les deux sous-catégories dramatiques les plus importantes. En 2017-2018, par exemple, la SRC a dépensé 239 215 dollars et 208 359 dollars l'heure respectivement sur ces deux sous-catégories contre 394 464 dollars et 518 717 dollars l'heure pour la CBC.¹⁷ Nous rappelons au CRTC et à la SRC que le sous-alinéa 3(1)m)(v) du mandat de la Société énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*

¹⁷ DM#3755582, DM#3700231, DM#3755615 & DM#3700172.

recommande que sa programmation devrait « chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais ».

Pour la prochaine période de licence, nous préconisons à la fois des conditions de licence précises concernant les dépenses affectées aux ÉIN, et des conditions relatives aux heures *originales*, diffusées à la télévision généraliste de la SRC, en ce qui concerne au premier chef les dramatiques et les émissions pour la jeunesse. En outre, nous recommandons des conditions de licence concernant les DÉC, ainsi que les DÉC *originales*, pour ARTV et pour RDI.

Q4. La programmation de la Société offerte sur les plateformes et services traditionnels et en ligne est-elle diversifiée et novatrice de manière égale en français et en anglais? Sinon, quelles sont les différences et sur quels plateformes ou services existe-t-il des différences? Que pourrait faire la Société pour corriger tout déséquilibre?

D'après nous, la programmation d'ÉIN offerte à la télévision généraliste de la Société n'est pas diversifiée et novatrice de manière égale en français et en anglais. Par exemple, si une scène dramatique exige qu'une trentaine de personnes participent à une chorale, la production francophone y renonce généralement en raison du coût élevé à tourner une telle scène, alors que la production anglophone peut se la permettre. Si on souhaite conserver la scène parce qu'elle est essentielle à la compréhension de l'histoire, on doit réécrire le scénario et couper ailleurs pour équilibrer le budget. Souvent, le scénariste francophone est invité à écrire le plus de scènes possibles situées dans un bureau ou autre huis clos impliquant seulement deux ou trois personnages, malgré l'absence d'action possible dans de tels lieux, pour une question d'économie. Le même phénomène s'applique à certaines scènes nécessitant une grue, un drone ou tout simplement une voiture en mouvement, car la production francophone se fait souvent refuser ce genre de scène exigeant plus de temps de tournage et des coûts plus élevés.

Si le scénariste francophone écrit une scène de vol dans une banque, on lui demandera de retirer les tireurs d'élite stationnés sur les toits, ou de supprimer l'équipe d'intervention policière qui pénètre dans l'immeuble par le puits de lumière, parce que l'un ou l'autre exigerait des cascadeurs que la production n'a pas les moyens de payer. La production francophone aura droit à seulement huit otages au lieu de seize et, dans une scène à l'extérieur, à dix badauds au lieu de trente. Si un personnage donne une entrevue à la radio ou à la télévision, l'intervieweur devra se déplacer dans le décor du personnage interviewé pour économiser des frais parce que cet ajout n'est pas possible à l'intérieur du budget.

Ces quelques exemples font partie d'une problématique générale qui n'est pas unique à la SRC, mais la télévision publique nationale pourrait faire beaucoup mieux pour assurer la qualité et la diversité des récits d'expression de langue française.¹⁸

Pour améliorer la qualité des EIN à la télévision généraliste de langue française de la SRC, les ÉIN devraient bénéficier d'une augmentation significative de leurs budgets (voir le graphique 4), surtout les dramatiques, et la SRC devrait réduire les dépenses sur les concepts non canadiens qui semblent se retrouver sur Tou.tv.

Q5. La programmation offerte sur toutes les plateformes et tous les services de la Société reflète-t-elle la diversité des Canadiens? Les groupes suivants sont-ils représentés de manière adéquate et appropriée?

- a) les femmes**
- b) les groupes autochtones**
- c) les groupes ethniques et multiculturels**
- d) les CLOSM**
- e) les enfants et les jeunes**
- f) les Canadiens handicapés**
- g) les Canadiens LGBTQ2**

Nous considérons que, de façon générale, ces groupes ne sont pas représentés de manière adéquate et appropriée à la télévision canadienne. C'est une problématique générale qui n'est pas particulière à la SRC et c'est pourquoi nous participons au Groupe de travail sur la diversité dans les dramatiques qui rassemble un grand nombre d'intervenants du milieu, dont Radio-Canada, l'UDA, la SARTEC, l'ARRQ et l'AQTIS, et qui travaille à la diversité dans l'emploi et à l'écran. Les budgets de production affectent directement la qualité de tous les éléments d'une production originale, entre autres, le nombre et la diversité des rôles principaux. Avec des budgets moindres, on a tendance à diminuer le risque et à reprendre les mêmes têtes d'affiche, généralement non représentatives des minorités ethniques et culturelles. Voir aussi nos réponses aux questions Q10 et Q11.

¹⁸ La première saison de la série 19-2 a été écrite avec un budget de 800 000 dollars l'épisode, un bon budget à l'époque, pour diffusion à la SRC en 2011. Quand la série a été adaptée pour la chaîne anglophone Bravo (Bell Media) en 2014, avec le même texte, le budget du premier épisode était de 2,2 millions de dollars et celui des suivants d'environ 1,2 million par épisode.

Q8. Quelles améliorations, le cas échéant, pourraient être apportées pour faire en sorte que la Société crée et diffuse des productions canadiennes originales de haute qualité?

Les valeurs de production des émissions de langue française dans les catégories d'ÉIN sont parfois inadéquates parce que les budgets sont inadéquats. Malgré le rétablissement de 675 millions de dollars de crédits parlementaires sur cinq ans en 2016, le virage Internet de la SRC et les coûts d'infrastructure qui y sont associés réduisent le financement disponible pour la programmation de grande qualité. Les émissions de grande qualité méritent d'être diffusées en première diffusion à la télévision généraliste, quitte à être reprises sur les plateformes en ligne. À l'avenir, il faudrait s'assurer que le virage numérique de la SRC ne nuise pas au financement des ÉIN originales de grande qualité diffusées sur la chaîne généraliste de la SRC.

Q10. Comment la Société offre-t-elle un soutien aux créateurs de contenu indépendants? Aux créateurs de contenu émergents? Quelle valeur ajoutée ce soutien apporte-t-il à la programmation de la Société et aux Canadiens?

Les créateurs de contenu émergents sont parfois issus des sept groupes identifiés dans la question Q5. La valeur ajoutée par le soutien de ces créateurs apporte énormément à la programmation de la Société et aux Canadiens de langue française et c'est une des raisons pour lesquelles nous participons au Groupe de travail sur la diversité dans les dramatiques qui rassemble un grand nombre d'intervenants du milieu, dont Radio-Canada.

Q11. La Société offre-t-elle un soutien adéquat pour assurer la diversité des rôles clés de production sur toutes ses plateformes et services? Dans quelle mesure cette diversité se reflète-t-elle dans ses choix de programmation? Que pourrait faire la Société pour accroître et améliorer cette diversité dans la production?

Au sein du Groupe de travail sur la diversité dans les dramatiques, Radio-Canada et ses partenaires participent à la création d'un baromètre de la diversité afin de mesurer son ampleur, aux auditions de la diversité favorisant la formation de comédiens, au mentorat à l'écriture pour la télévision, et aux tournées dans les écoles secondaires, dont l'objectif est d'informer leurs élèves sur l'accès à des postes dans le milieu télévisuel. Or, les contraintes budgétaires de la Société, imposées dans ses appels d'offre aux producteurs indépendants, sont plus importantes qu'au passé, et obligent à tourner les productions originales très majoritairement à Montréal et dans ses banlieues, ce qui réduit également la représentation des régions, tant du point de vue des lieux de tournage que de celui des situations scénarisées et du reflet des

communautés éloignées de Montréal. Qui plus est, de nombreux auteurs de la relève, pour la jeunesse, et auteurs coordonnateurs (« script-éditeurs »), pour ne nommer que ceux-là, se plaignent de voir leurs conditions de création diminuer en raison de contraintes budgétaires de plus en plus importantes imposées par la Société. Voir aussi nos réponses aux questions Q5 et Q10.

Q15. Le Conseil devrait-il adopter une approche réglementaire différente à l'égard des services de la Société, selon la plateforme ou le service, pour s'assurer que sa programmation continue d'être offerte aux Canadiens partout au pays? Dans l'affirmative, en quoi une telle approche devrait-elle être différente d'une plateforme à l'autre? Par exemple, y a-t-il certains types de programmation qu'il serait préférable d'offrir par l'entremise de plateformes en ligne ou de services de télévision ou de radio traditionnels?

En principe, le CRTC devrait adopter la même approche réglementaire à l'égard de tous les services de la SRC, quel que soit la plateforme ou le service. Or, considérant les dispositions actuelles de la *Loi sur la radiodiffusion*, cela n'est pas réalisable. Les plateformes en ligne sont exemptées de l'obligation de détenir une licence et il serait peut-être injuste d'obliger les plateformes en ligne de la SRC de détenir une licence sans en demander autant à d'autres plateformes canadiennes (les plateformes non canadiennes étant inéligibles de détenir une telle licence). Sans licence, il est impossible d'imposer des « conditions de licence » à une plateforme.

Devant l'impossibilité de faire un suivi adéquat de la performance des plateformes en ligne de la SRC à l'heure actuelle et de leur imposer des sanctions appropriées, le cas échéant, il nous semble que leur prescrire de simples « attentes » serait un exercice essentiellement futile. Une approche par « entente » entre le Conseil et la SRC ne serait pas non plus exécutoire. D'ailleurs, le rapport du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : Le temps d'agir* (janvier 2020) a manifestement rejeté l'approche par entente pour régir les services en ligne. Nous recommandons donc de prendre en note les engagements de la SRC concernant ses services en ligne, tout en se concentrant sur les obligations de ses services réglementés qui sont exécutoires devant le Conseil en cas de non-conformité.

Qui plus est, nous considérons que les émissions d'intérêt national (ÉIN) et d'information devraient être accessibles à tous les Francophones du pays, c'est-à-dire diffusées gratuitement aux services généralistes ainsi qu'aux plateformes en ligne. En fin de compte, toutes les émissions d'information et de divertissement général de Radio-

Canada devraient être offertes aux Canadiens, moyennant l'abonnement à un service de câblodistribution, de satellite ou d'Internet.¹⁹

Q17. La programmation (audiovisuelle et audio) de la Société est-elle disponible et facilement découvrable sur plusieurs plateformes, au Canada et à l'étranger? Quelles améliorations, le cas échéant, pourraient être apportées à cet égard?

À l'heure actuelle, la programmation de Radio-Canada est généralement disponible et découvrable au Canada sur les services détenant une licence du CRTC et sur les plateformes en ligne appartenant à la SRC. Parfois, à l'étranger, l'accès à la programmation de la Société n'est pas disponible dû à une question de droits de distribution hors Canada.

Q22. Serait-il approprié de réglementer les activités de programmation de la Société d'une manière axée uniquement sur la fourniture de contenu par l'intermédiaire des services de télévision et de radio traditionnelles? Dans l'affirmative, expliquez pourquoi.

Oui, il serait approprié de réglementer la programmation de la Société d'une manière axée sur ses activités autorisées par licence car, sans licence, il est impossible d'imposer des « conditions de licence » à ses activités en ligne. Les activités de Tou.tv, par exemple, sont régies par l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques du Conseil et, à l'heure actuelle, ne peuvent être assujetties à des conditions de licence. L'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA recommandent donc au Conseil de prendre en note les engagements de la SRC concernant ses services en ligne, mais de se concentrer sur les obligations de ses services réglementés qui sont exécutoires devant le Conseil afin éviter que le virage Internet de la Société ne sape les ressources de la télévision généraliste.

Q23. En ce qui concerne la proposition de la Société d'adopter une nouvelle approche plus souple à l'égard des engagements en matière de contenu, cette nouvelle approche permet-elle de s'assurer que la Société continue de remplir son mandat et de servir les Canadiens partout au pays? Le Conseil devrait-il envisager de nouvelles approches à cet égard?

¹⁹ À ce sujet, nous rappelons au Conseil les priorités exprimées dans la lettre de mandat du ministre du Patrimoine canadien du 13 décembre 2019 provenant du premier ministre du Canada voulant, entre autres, d'« exiger à Radio-Canada/CBC d'ouvrir sa plateforme numérique ». <https://pm.gc.ca/fr/lettres-de-mandat/lettre-de-mandat-du-ministre-du-patrimoine-canadien>

Voir nos réponses précédentes. Nous ne sommes pas d'accord avec l'approche proposée par Radio-Canada à l'égard des engagements en matière de contenu. Considérant le cadre réglementaire actuel, le CRTC devrait concentrer ses efforts sur les activités de programmation de la Société axée principalement sur la fourniture de contenu par l'intermédiaire des services de télévision autorisés par licence.

Q24. Compte tenu de l'ensemble des activités de la Société, comment l'inclusion de contenu sur les plateformes et services en ligne pourrait permettre au Conseil de mieux s'assurer que les objectifs et les résultats de la politique de radiodiffusion sont atteints?

Certes, le contenu sur les plateformes et services en ligne offre une autre façon de rejoindre les auditoires canadiens, mais ultimement les activités en ligne de la Société devraient être suivies et réglementées par le CRTC de la même façon que celles fournies par les autres services de la SRC. C'est d'ailleurs ce qui propose le rapport du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : Le temps d'agir* (janvier 2020). Or, dans le cadre réglementaire actuel, le Conseil ne peut s'assurer que les objectifs et les résultats de la politique de radiodiffusion seront atteints par les services en ligne. Le CRTC peut donc bien prendre note des engagements de la SRC les concernant, mais il devrait se concentrer sur les obligations des services autorisés par licence qui sont exécutoires en cas de non-conformité.

Q25. De quelle façon les plateformes et les services en ligne de la Société et leur contenu pourraient-ils être intégrés à une telle approche, et comment les outils réglementaires existants devraient-ils être utilisés?

Dans l'état actuel de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*, les outils réglementaires existants ne peuvent pas être utilisés pour encadrer les services en ligne.²⁰ Voir notre mémoire du 7 janvier 2019 au Groupe d'experts chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications pour un aperçu de nos recommandations concernant l'intégration des services en ligne dans le cadre actuel de la radiodiffusion canadienne réglementée.²¹ Voir aussi la recommandation 84 du rapport du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : Le temps d'agir* (janvier 2020).

²⁰ Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409.

²¹ <http://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/fra/00010.html>

Q26. Les activités de la Société sont généralement réglementées par des exigences en matière de présentation. Serait-il approprié de tenir compte des exigences relatives aux dépenses pour ses services traditionnels et en ligne pour s'assurer que la Société continue de remplir son mandat en vertu de la Loi tout en étant réglementée d'une manière plus adaptative?

Oui, il serait approprié de tenir compte des exigences relatives aux dépenses pour ses services autorisés par licence et nous faisons des recommandations à cette fin. Malheureusement, à l'heure actuelle, il n'est pas possible d'en faire autant pour les services en ligne de façon rigoureuse. Considérant que la Société prévoit dépenser une partie de ses crédits parlementaires sur les services en ligne, il est d'autant plus important que le CRTC impose des conditions de licence relatives aux dépenses sur ses services autorisés par licence afin de protéger ces derniers, et d'éviter un glissement inapproprié – c'est-à-dire non conforme aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* – vers les dépenses sur les services présentement exemptés de réglementation.

Q27. Comment les exigences en matière de programmation (relatives aux dépenses ou à la présentation) normalement imposées par une condition de licence à un service particulier pourraient-elles tenir compte de la programmation offerte sur un certain nombre de plateformes par des services linéaires ou par des services sur demande?

Considérant le libellé de l'actuelle *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil devrait s'abstenir d'imposer des exigences non exécutoires, comme de simples « attentes » de remplir un engagement, sur les services en ligne de la SRC. Le Conseil peut bien prendre note des engagements de la SRC concernant ses services en ligne, mais il devrait se concentrer sur les obligations des services autorisés par licence qui sont exécutoires.

Q28. Compte tenu des forces et des faiblesses de chaque plateforme, comment le Conseil peut-il s'assurer que la Société les utilise de la façon la plus efficace possible afin de servir les Canadiens partout au pays et d'atteindre les objectifs de politique publique? Quelles autres exigences réglementaires seraient appropriées dans un cadre qui tiendrait compte des activités en ligne? Pourquoi seraient-elles appropriées?

Voir la réponse à la question Q27.

Q29. Bien qu'il soit facile de mesurer les exigences en matière de présentation des services traditionnels pour des types importants de programmation comme

la programmation canadienne, les émissions d'intérêt national et la programmation pour enfants, ce n'est pas le cas du contenu en ligne. Comment devrait-on ou pourrait-on mesurer les diverses exigences imposées et les différents objectifs établis pour la Société sur les plateformes et les services traditionnels et en ligne? Veuillez fournir des exemples spécifiques pour différents types de contenu ou différentes exigences en matière de contenu. Quels outils de mesure seraient les plus appropriés à cette fin? Les exigences de rapports actuelles pourraient-elles être remplacées par des exigences plus ciblées? Dans l'affirmative, quelle forme devraient prendre ces exigences?

Le CRTC ne devrait pas imposer d'exigences ou d'objectifs précis à Société concernant ses plateformes et ses services en ligne, et s'en tenir aux plateformes et services régis par le cadre réglementaire actuel. En ce qui concerne la présentation d'émissions, qu'elles soient diffusées à un service autorisé par licence ou en ligne, il faudra exiger des rapports annuels au Conseil beaucoup plus ciblés, rapports qui seraient rendus disponibles au public. Entre autres, les dépenses totales sur les ÉIN et les émissions pour la jeunesse, les dépenses sur chacune des catégories d'ÉIN et d'émissions pour la jeunesse, ainsi que les dépenses sur chacune des catégories d'ÉIN *originales* et d'émissions *originales* pour la jeunesse devraient y figurer. Voir à ce sujet nos interventions du 9 mai et du 29 mai dernier en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, *Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*, avis auquel le Conseil n'a pas encore donné suite.

Q30. Le succès de la Société devrait être mesuré par rapport à son mandat, tel qu'énoncé dans la Loi. Comment le succès pourrait-il être mesuré sur les plateformes et les services en ligne? De quelle façon le succès pourrait-il être le mieux mesuré sur les plateformes et les services traditionnels?

À l'heure actuelle, le mandat de Radio-Canada est imprécis. Peut-être faudrait-il envisager une entente formelle entre Patrimoine canadien et la Société sur une période de trois à cinq ans qui définirait la stratégie et les engagements de la SRC en retour d'un financement à moyen terme (trois à cinq ans). C'est le genre de solution proposée par, entre autres, le rapport du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : Le temps d'agir* (janvier 2020). Entretemps, en l'absence d'une telle entente, il faudra utiliser un ensemble d'indices appliqués à la fois aux services autorisés par licence et à ceux en ligne.

Q32. Le mandat de la Société exige que sa programmation soit de qualité équivalente en français et en anglais. Comment le Conseil devrait-il définir la

notion de qualité telle qu'elle est exprimée dans la Loi et quelle est la meilleure façon de la mesurer sur toutes les plateformes et tous les services ?

Sans doute, faudra-t-il utiliser un ensemble d'indices : auditoires, abonnements, prix d'excellence, ainsi que les budgets totaux et les budgets par heure de production originale consacrés aux émissions canadiennes, notamment aux ÉIN. Mais, avant tout, il faut considérer les budgets alloués aux ÉIN et la notion du niveau des budgets de productions originales. L'importance des budgets constitue une mesure objective qui a un impact direct sur la diversité ainsi que la valeur artistique et culturelle des émissions. Comme nous l'avons déjà expliqué, la « qualité équivalente » s'exprime essentiellement en termes de budgets de production, car ceux-ci affectent directement la qualité de tous les éléments d'une production originale, y compris les éléments artistiques et culturels. Ainsi, les budgets moindres favorisent des productions de type « téléroman » plutôt que des dramatiques « lourdes » de grande qualité aux genres variés (exemples : récits de sciences fiction, fantastiques, historiques ou dystopiques, entre autres, qui ne voient pratiquement jamais le jour, non pas faute de talents, mais faute de moyens). Quand on diminue les budgets pour les auteurs, les réalisateurs, les interprètes, les équipes techniques et artistiques, les décors, les lieux de tournage, les costumes, les équipements, le son et la musique, on diminue la qualité audiovisuelle et la diversité de la production, le coffre à outil de base dont doit disposer la production francophone. Il en résulte des émissions moins compétitives face à l'offre internationale.

Fin du document