

YOUTH MEDIA  
**ALLIANCE**  
MÉDIAS JEUNESSE

Montréal, le 13 février 2020

Monsieur Claude Doucet  
Secrétaire général  
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
Les Terrasses de la Chaudière  
Édifice central  
1, promenade du Portage  
Gatineau (Québec) K1A 0N2

**Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379 :**

**« Demandes de la Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation (la Société) en vue de renouveler les licences de radiodiffusion pour ses divers services de programmation audio et audiovisuels de langue française et de langue anglaise ».**

**(CRTC 2019-0280-0, CRTC 2019-0279-2, CRTC 2019-0282-5, CRTC 2019-0281-7)**

Monsieur,

1. Au nom de l'Alliance Médias Jeunesse (AMJ), nous vous remercions de nous avoir offert la possibilité de contribuer à l'examen lié au renouvellement des licences de radiodiffusion de la Société Radio-Canada (SRC) et de la Canadian Broadcasting Corporation (CBC). Selon ce que nous comprenons, le Conseil tiendra une audience publique à compter du 25 mai 2020 afin de discuter des questions soulevées lors de la présente consultation, et **l'AMJ souhaite prendre part à cette audience publique afin de représenter le point de vue des enfants et des jeunes du Canada, qui sont de fervents téléspectateurs.**
2. L'AMJ tient en outre à exprimer d'emblée que ses membres **appuient sans réserve le renouvellement des licences de la SRC/CBC.** Dans sa demande, la SRC/CBC affirme avoir amorcé une période de transition qui englobe l'ensemble des nouvelles plateformes, et nous sommes encouragés par les engagements accrus que propose la Société en ce qui concerne la programmation destinée aux enfants et aux jeunes. Comme le mentionne la SRC/CBC dans son mémoire complémentaire (page 1), il faut *« faire le pont entre l'ancienne réglementation et ce futur cadre [des*

plateformes en ligne], de manière à soutenir et à renforcer le rôle et le caractère distinctif du diffuseur public ».

3. La SRC/CBC affirme clairement que la Société « doit pouvoir orienter avec agilité sa programmation pour les enfants et les jeunes, en offrant des contenus multiplateformes dans certains cas et en choisissant la plateforme la plus appropriée dans d'autres ». Nous sommes d'accord avec la proposition de la SRC/CBC de permettre aux différents auditoires de visionner leurs émissions préférées où qu'ils soient et au moment qu'ils le souhaitent.
4. L'AMJ est un ardent défenseur du secteur de la télévision canadienne (tant publique que privée), parce que nous croyons au rôle essentiel que jouent les diffuseurs canadiens pour raconter nos histoires, mettre notre talent en valeur et transmettre nos valeurs authentiquement canadiennes. L'Alliance estime que les diffuseurs canadiens ont la responsabilité fondamentale d'offrir une programmation de qualité aux enfants et aux jeunes.
5. Le dernier examen des conditions des licences de la SRC/CBC remonte à sept ans, le Conseil ayant octroyé des licences de cinq ans à la Société en 2013 et ayant renouvelé celles-ci par voie administrative à deux reprises, en 2018 et en 2019. Durant cette période, les diffuseurs traditionnels, y compris les diffuseurs publics, ont fait face à des changements révolutionnaires concernant la technologie et les habitudes de visionnement et ils y ont réagi en faisant preuve d'innovation tant sur le plan du contenu que de la diffusion, afin d'attirer et plus particulièrement de maintenir leurs auditoires et téléspectateurs.
6. L'offre croissante de services de diffusion en continu non réglementés, comme Netflix, Amazon Prime, Apple TV+ et, plus récemment, Disney +, détournent les téléspectateurs des diffuseurs locaux et nationaux, et les diffuseurs canadiens se trouvent, au bout du compte, dans l'incapacité d'offrir une programmation capable de faire concurrence à de tels services non réglementés, lesquels disposent de budgets de programmation colossaux. Selon les données récentes du marché, on estime que le nombre de Canadiens actuellement abonnés à Netflix est de plus de 6,2 millions et que ce service de diffusion étranger et non réglementé a généré des recettes dépassant le milliard de dollars en 2019 au Canada. Il ne s'agit là que d'un des exemples de la concurrence croissante à laquelle doivent faire face le système canadien de radiodiffusion et, plus particulièrement, notre diffuseur public national.
7. Le Conseil sait que nos membres sont d'ardents défenseurs de l'importance d'offrir des émissions canadiennes destinées aux enfants et aux jeunes, parce qu'elles les mettent en contact avec des histoires et des valeurs canadiennes, tout en contribuant à leur développement intellectuel, social et culturel.
8. Historiquement, la SRC/CBC a joué un rôle fondamental pour que les enfants et les jeunes canadiens aient accès à une programmation de qualité qui, au fil des années, a influencé le cœur et l'esprit d'une vaste majorité de Canadiens. Toutefois, dans le

cadre de l'actuel renouvellement des licences du diffuseur public, nous estimons qu'il est absolument essentiel de tenir une franche discussion avec la SRC/CBC et d'obtenir l'assurance de son engagement permanent à l'égard de ce type de programmation, dans le contexte d'un marché de la télévision de plus en plus complexe et d'une concurrence pour les auditoires et les téléspectateurs toujours plus vive.

9. La *Loi sur la radiodiffusion* du Canada stipule clairement que « *la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit* » (*Loi sur la radiodiffusion* de 1991, sous-alinéa 3(i(i))). Nous considérons que cette préoccupation exprimée dans la *Loi sur la radiodiffusion* devrait être au centre des plans de la SRC/CBC en matière de programmation pour l'avenir.
10. L'AMJ a comparu un certain nombre de fois devant le Conseil au cours des dernières années afin de souligner l'importance d'assurer une forte présence d'émissions originales canadiennes destinées aux enfants et aux jeunes dans les différents secteurs du système canadien de radiodiffusion : la télévision traditionnelle (y compris la SRC/CBC), la télévision spécialisée et payante, la vidéo sur demande, la vidéo à la demande par abonnement et les plateformes numériques.
11. L'AMJ croit fermement que, nonobstant la croissance de l'offre de plateformes et de services de diffusion en continu différents, le Conseil devrait imposer des exigences particulières en matière de diffusion d'émissions destinées aux enfants et aux jeunes par les diffuseurs publics comme la SRC/CBC. Le présent processus de renouvellement de licences est une occasion pour le Conseil de revoir cette question avec la SRC/CBC et de clairement réaffirmer l'importance de la programmation canadienne destinée aux enfants et aux jeunes au sein du système canadien de radiodiffusion, comme l'énonce la *Loi sur la radiodiffusion*.
12. Plus précisément, concernant la demande de renouvellement de licences de la SRC/CBC, nous avons relevé parmi les engagements pris par la Société dans son plus récent plan stratégique triennal, intitulé *Entre nous, c'est pour la vie* et publié en mai 2019, que l'une de ses priorités est de servir les Canadiens en s'efforçant de : « *Captiver les jeunes auditoires : La Société s'efforce de devenir un chef de file en offrant le meilleur contenu aux enfants et aux jeunes dans le but d'enrichir la vie et de les engager envers leur pays.* » L'AMJ salue cet engagement de la SRC/CBC à l'égard des enfants et des jeunes et espère sincèrement que la Société transformera cette priorité en un ensemble d'engagements fermes envers la conception, la production et la diffusion de contenu canadien pour nos enfants et nos jeunes, sur toutes les plateformes et tous les services traditionnels et en ligne offerts par la SRC/CBC.
13. Étant donné ce qui précède, le Conseil souhaitera peut-être discuter avec la SRC/CBC (et possiblement avec le Fonds des médias du Canada [FMC]) de la

diminution année après année des montants dépensés par le FMC dans les émissions pour les enfants et les jeunes. Alors que l'engagement du FMC à l'égard des émissions pour les enfants et les jeunes s'élevait à 63,5 millions de dollars en 2015-2016, il se chiffrait à 40,7 millions de dollars en 2018-2019, ce qui représente une forte baisse (36 %). Une diminution aussi importante des fonds peut-elle nuire à la capacité de la SRC/CBC à atteindre ses objectifs en matière de programmation pour les enfants et les jeunes? Le FMC reconnaît dans son dernier rapport annuel que *« les émissions pour enfants et jeunes financées par le FMC ont connu des baisses marquées au cours des trois dernières années, car l'auditoire de cette programmation se détourne des télédiffuseurs conventionnels au profit des plateformes en ligne »*.

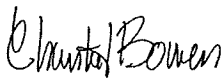
14. Comme l'indique le Conseil dans son avis de consultation CRTC 2019-379 (CRTC 2019-379 n° 17), en *« raison de ses activités et de ses importantes contributions à l'atteinte des objectifs généraux de la Loi, la Société devrait produire, commander et mettre à la disposition des Canadiens un contenu audio et audiovisuel sur de multiples plateformes qui répond aux besoins et reflète la population diversifiée du Canada, y compris les groupes suivants : les femmes, les groupes autochtones, les groupes ethniques et multiculturels, les communautés minoritaires de langue officielle (CLOSM), les enfants et adolescents, les Canadiens handicapés et les Canadiens LGBTQ2 »*.
15. Le Conseil sait très bien que les enfants et les jeunes représentent l'avenir; or si nous échouons à faire en sorte que notre culture et nos valeurs se reflètent dans les sources d'information et de divertissement qu'ils consultent sur les diverses plateformes, quel sera alors notre avenir en tant que pays? La SRC/CBC, au demeurant, doit être au centre des efforts déployés pour soutenir l'offre de contenu canadien de qualité conçu pour nos enfants et nos jeunes, non seulement dans les services de télévision traditionnels, mais également sur les nombreuses plateformes numériques, interactives, de vidéo sur demande et de réalité virtuelle.
16. L'AMJ est totalement en accord avec la SRC/CBC lorsqu'elle affirme que l'une de ses principales priorités, durant la période de licence visée par le présent renouvellement, sera de devenir un chef de file en offrant le meilleur contenu aux enfants et aux jeunes dans le but d'enrichir leur vie et de les engager envers leur pays.
17. Nous avons pris acte des changements touchant la manière dont les enfants et les jeunes regardent leurs contenus préférés selon leur groupe d'âge, présentés dans le mémoire supplémentaire de la SRC/CBC (page 6), et nous sommes d'accord avec l'approche proposée par la Société afin de mieux répondre à la demande des différents groupes (d'âge) de téléspectateurs en fixant d'abord *« un objectif multiplateforme décrit comme le nombre total d'heures de présentation pour les plateformes combinées de télévision traditionnelle et en ligne »*, et ensuite *« une condition de licence liée à cet objectif qui établirait une exigence minimale de présentation pour la télévision traditionnelle. »*

18. Dans sa demande de renouvellement de licences, la SRC/CBC a proposé que ses services en français fassent l'objet d'une condition de licence exigeant 110 heures combinées d'émissions originales destinées aux enfants et aux jeunes diffusées autant à la télévision traditionnelle que sur les plateformes numériques, tout en maintenant un seuil minimal de 80 heures de diffusion de ce type de programmation sur le réseau de télévision traditionnelle en français ICI TÉLÉ. Cette condition semble convenable lorsqu'on la compare aux engagements antérieurs de la SRC/CBC.
19. Cependant, en ce qui concerne ses services en anglais, la SRC/CBC propose, comme condition de licence, un total de 80 heures combinées d'émissions originales destinées aux enfants et aux jeunes diffusées autant à la télévision traditionnelle que sur les plateformes numériques de CBC, et un seuil minimal de 40 heures de programmation pour les enfants et les jeunes, par année de diffusion, à l'antenne de la CBC Television. De toute évidence, il s'agit d'une réduction de l'engagement du réseau de télévision traditionnel en anglais de CBC à diffuser des émissions originales pour les enfants et les jeunes, puisque durant sa dernière période de licence le réseau s'était engagé à diffuser 52 heures par années d'émissions jeunesse!
20. En ce qui a trait aux autres éléments contenus dans la demande de renouvellement de licences de la SRC/CBC, nous sommes d'accord avec la proposition d'une condition de licence exigeant 15 heures par semaine de programmation jeunesse sur chacun des réseaux de télévision traditionnels de la SRC et de CBC.
21. Nous sommes également d'accord avec la proposition de la SRC/CBC de modifier le groupe d'âge pour la programmation destinée aux enfants de 12 ans et moins en le faisant passer à 13 ans et moins, bien qu'il serait intéressant d'avoir accès à une analyse de la proportion des émissions qui cibleront précisément les 13 ans et moins et de la proportion de celles qui cibleront le groupe des 14 à 17 ans.
22. De plus, nous avons pris note de la proposition de la SRC/CBC de faire passer la condition de licence touchant la production indépendante d'émissions jeunesse canadiennes de 75 % à 80 % dans chaque marché linguistique, ce avec quoi nous sommes en accord.
23. Nous ne sommes toutefois pas d'accord avec la proposition de la SRC/CBC d'éliminer l'attente relative aux licences formulée par le Conseil en ces termes : « *Le Conseil s'attend à ce que la titulaire diffuse au moins cinq heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, d'émissions canadiennes destinées aux jeunes de 12 à 17 ans.* » (Remarque : cette attente s'appliquera aux jeunes de 13 à 17 ans si les changements demandés ci-dessus par la SRC/CBC sont appliqués.)
24. Nous sommes également en désaccord avec la proposition d'éliminer l'attente suivante : « *Le Conseil s'attend à ce que les heures d'émissions destinées aux*

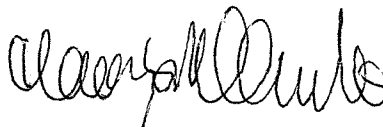
*enfants de moins de douze ans soient raisonnablement réparties entre les émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire et d'âge scolaire. »*

25. C'est ainsi que se termine la réponse de l'AMJ à l'appel aux observations du Conseil sur le renouvellement des licences de la SRC/CBC. Nous serons ravis de discuter de ce dossier important avec le Conseil lors de l'audience publique de mai 2020.
26. Si vous avez besoin de plus amples renseignements ou de précisions de la part de l'Alliance Médias Jeunesse, n'hésitez pas à m'appeler, et si vous souhaitez en savoir plus sur nos activités en cours, je vous invite à consulter notre site Web à l'adresse : [www.ymamj.org/fr/](http://www.ymamj.org/fr/).

Veillez agréer, Monsieur, mes salutations distinguées.



Chantal Bowen  
Directrice générale  
AMJ



Marysol Charbonneau  
Coprésidente



J.J. Johnson  
Coprésident

L'**Alliance Médias Jeunesse (AMJ)** s'emploie à enrichir la vie des enfants et adolescents canadiens en contribuant à améliorer le contenu qui leur est destiné sur tous les écrans. L'association poursuit sa mission de promouvoir les contenus de la plus haute qualité en récompensant annuellement les meilleures réalisations jeunesse anglophones et francophones canadiennes dans le cadre de ses Prix d'excellence. L'Alliance offre des occasions de formation professionnelle continue adaptée aux besoins spécifiques des artisans de la production jeunesse dans le cadre d'ateliers, de séminaires et d'événements spéciaux telles les conférences Média-Jeunes et Children, Youth & Media. Depuis 2015, l'Alliance offre trois bourses de perfectionnement : la bourse AMJ Andra Sheffer, la bourse AMJ Thérèse-Pinho et la bourse AMJ Steven DeNure. L'Alliance entreprend également des recherches dans le but de mieux comprendre l'impact des médias sur les jeunes. Enfin, l'Alliance Médias Jeunesse préconise le respect des besoins des enfants et jeunes consommateurs de médias en matière de politiques publiques.

-Fin du document-