



Ligne directe : (514) 380-1979
Télécopieur : (514) 380-4664
Courriel : tabet.peggy@quebecor.com

Montréal, le 13 juillet 2020

Monsieur Claude Doucet
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Objet: Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379-3, Renseignements additionnels ajoutés au dossier – Observations de Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc. et de Vidéotron ltée

Monsieur le Secrétaire général,

I. INTRODUCTION

1. Par la présente, Québecor Média inc. (**Québecor Média**), au nom de Groupe TVA inc. (**TVA**) et de Vidéotron ltée (**Vidéotron**), soumet ses observations concernant les renseignements additionnels ajoutés au dossier public relatif aux demandes (**les Demandes**) de la Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation (**la SRC ou la Société**) en vue de renouveler les licences de radiodiffusion pour ses services de programmation audio et audiovisuels de langue française et de langue anglaise.
2. Comme signalé dans l'Avis de consultation 2019-379-3 (**ACR 2019-379-3**) publié en date du 22 juin 2020, certains intervenants se disaient préoccupés par le manque de transparence de la Société « à l'égard des renseignements au sujet des revenus et dépenses du numérique ». La Société s'était donc engagée dans sa réplique aux interventions du 6 mars 2020 à soumettre des renseignements financiers additionnels concernant ses activités numériques. En réponse aux demandes de renseignements du Conseil, la Société a précisé qu'elle fournirait, en date du 12 juin 2020, des informations financières relatives à ses services généralistes et facultatifs autorisés, ses services numériques exploités en vertu de l'Ordonnance d'exemption des médias numériques (**OEMN**), et ses autres services numériques exploités à l'extérieur de l'OEMN.
3. La SRC a donc soumis au Conseil le 12 juin 2020 un sommaire financier cumulé pour tous ses services (**le Sommaire**). Il s'agit, plus précisément, d'un aperçu de l'ensemble de ses revenus et dépenses, sur une base annuelle, ainsi que de projections jusqu'en 2023.
4. Dans cette intervention, nous nous exprimons sur les données présentées dans le Sommaire liées aux services numériques de la Société et des répercussions qu'ont ces services sur les télédistributeurs et télédiffuseurs privés.

II. DÉPENSES ET REVENUS DES SERVICES NUMÉRIQUES DE LA SRC

5. La divulgation des données financières de la SRC relatives à ses services numériques nous éclaire sur l'état de la situation actuelle et celle prévue d'ici 2023. Comme nous le soupçonnions, les activités numériques du diffuseur public, tout comme ses activités réglementées, sont déficitaires. En 2018-2019, les activités numériques de la Société affichaient un déficit de 203 M\$. Selon les prévisions financières présentées dans le Sommaire, ce déficit ne cessera de croître puisqu'il est attendu qu'il sera de l'ordre de 286 M\$ d'ici 2022-2023.
6. Si, contrairement aux entreprises privées, le diffuseur public est en mesure d'exploiter ses services sans que ceux-ci soient rentables, c'est grâce à l'enveloppe parlementaire dont il bénéficie et dont il gère à sa guise. Comme nous l'avons évoqué dans notre intervention du 20 février 2020 (notre **Intervention initiale**) dans le cadre de l'Avis de consultation 2019-379 (**AC 2019-379**), la Société reçoit plus de 1,2 milliard de dollars en crédits parlementaires annuellement afin qu'elle puisse remplir son mandat de diffuseur public. Force est de reconnaître que cela constitue un avantage concurrentiel énorme pour le diffuseur public par rapport aux diffuseurs privés qui doivent composer avec des impératifs de rentabilité et qui ne peuvent se permettre d'exploiter des services déficitaires.
7. De surcroît, la Société génère aussi des revenus d'abonnement et des revenus publicitaires importants découlant de ses services numériques. Comme le montre le Sommaire, la SRC a engrangé des revenus d'abonnement s'élevant à 10 752 000 \$ en 2018-2019. Le diffuseur public prévoit d'atteindre des revenus d'abonnement pour ses services numériques de l'ordre de 23 323 000 \$ d'ici 2022-2023. Cela représente une hausse de 12 571 000 \$, ce qui signifie que la SRC ferait plus que doubler en cinq ans ses revenus d'abonnement pour lesdits services. Il s'agit donc de revenus non négligeables provenant surtout de Tou.tv Extra. Ainsi, on ne peut pas prendre connaissance de ces données sans se soucier de l'impact des services numériques du diffuseur public sur le secteur privé.
8. Comme nous l'avons signalé dans notre Intervention initiale, la Société cherche à se donner un rôle d'agrégateur de contenus canadiens dans un contexte où l'écoute sur les plateformes numériques connaît une popularité croissante. Cependant, il nous paraît évident que les répercussions néfastes de ses services numériques payants sur l'ensemble du système de radiodiffusion et sur les joueurs en place ne sont pas prises en compte par le diffuseur public. En fait, il est évident qu'il utilise ses crédits parlementaires comme bon lui semble pour concurrencer de manière féroce les entreprises privées.
9. Faire concurrence au secteur privé avec des revenus garantis du trésor public est manifestement inéquitable pour les diffuseurs privés. Mais outre cela, faire concurrence directe aux entreprises de distribution de radiodiffusion (**EDR**) canadiennes avec, entre autres, ses services numériques payants est profondément déplorable et inacceptable.
10. Cela est d'autant plus vrai dans le contexte actuel où l'industrie fait face à une concurrence provenant de partout, que ce soit, entre autres, des services de vidéo en ligne gratuits ou des services de vidéo en ligne payants comme, par exemple, Netflix, Amazon Prime, Disney+, Apple TV, Crave TV et YouTube Premium. L'ajout de Tou.tv Extra, le service de vidéo sur demande par abonnement (**VSDA**) payant de langue française du diffuseur

public, à cette liste accroît la concurrence, ce qui a un impact sur l'ensemble des télédistributeurs traditionnels comme Vidéotron et contribue à l'érosion prématurée du système de radiodiffusion.

Tou.tv Extra : le service de vidéo sur demande par abonnement de la SRC

11. Comme nous l'avons signalé au Conseil dans une plainte contre la SRC et son service Tou.tv Extra, soumise par Québecor Média, au nom de Vidéotron, en date du 30 octobre 2019, ce service de VSDA de la SRC se positionne comme un télédistributeur de services de télévision. Bien que Tou.tv Extra ne soit pas une EDR au sens strict du terme, la façon dont sont présentées les chaînes télévisuelles sur son site Internet (par ex. : ICI ARTV, Télé-Québec et France Télé) peut donner l'impression que l'ensemble de ces chaînes sont offertes avec un abonnement à ce service. Ainsi, en se présentant comme un télédistributeur de chaînes sans devoir offrir aux abonnés le service de base réglementé et effectuer des contributions au Fonds des médias du Canada (**FMC**) pour financer la programmation canadienne, Tou.tv Extra désavantage largement et indûment Vidéotron et les autres EDR canadiennes.
12. D'ailleurs, il importe de noter qu'une bonne part de l'offre de Tou.tv Extra comprend du contenu provenant à la fois de chaînes canadiennes spécialisées et de chaînes généralistes, y compris de la chaîne généraliste de la Société, financée par les contribuables, et de ses chaînes spécialisées (ICI ARTV, ICI EXPLORA), financées en grande partie par les EDR.
13. La multidistribution des contenus des chaînes spécialisées sur le service de VSDA du diffuseur public déprécie nécessairement leur valeur, ce qui désavantage indûment les EDR canadiennes qui doivent payer des redevances importantes pour pouvoir les offrir. De ce fait, ces EDR se trouvent à payer des redevances qui ne sont plus en adéquation avec la juste valeur marchande de ces chaînes. Cela est représentatif d'une concurrence déloyale de la part de la SRC. De plus, cette redistribution entraîne une accélération de la migration des téléspectateurs vers les plateformes non réglementées, ou du moins, incite les consommateurs à utiliser d'autres moyens pour accéder aux contenus qu'ils apprécient sans devoir s'abonner à un service de câblodistribution traditionnel comme Vidéotron.
14. Il va de soi que les revenus d'abonnement du service numérique de la Société, Tou.tv Extra, proviennent des Canadiens qui se sont abonnés à ce service. Cependant, il importe de reconnaître que ces derniers se trouvent en fait à payer deux fois pour le contenu de la SRC : une fois au niveau des crédits parlementaires, et une autre fois par le biais de leur abonnement au service. Par conséquent, les abonnés et les EDR traditionnelles sont désavantagés indûment, ce qui va à l'encontre de l'intérêt public et des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion (la Loi)*.
15. Comme nous venons de le démontrer, la SRC contrevient à l'article 3 de l'OEMN qui interdit les pratiques de préférence induue et de désavantage indu. De plus, elle ne se conforme pas à l'article 5 de cette même ordonnance puisqu'elle accorde des droits exclusifs et préférentiels à TELUS, lui permettant d'être le seul fournisseur au Québec à offrir gratuitement Tou.tv Extra à ses millions d'abonnés, alors que les abonnés des autres fournisseurs doivent déboursier 6,99 \$ par mois pour y accéder.

16. Québecor Média ne conteste pas la version gratuite de Tou.tv et ne s'oppose pas à la disponibilité gratuite des contenus de la SRC sans contenus des services concurrents sur une plateforme numérique puisque nous jugeons qu'il est important que ces contenus soient accessibles à tous. Toutefois, comme nous l'avons fait valoir dans notre Intervention initiale, dans notre plainte contre la SRC et dans la présente, nous contestons fermement : i) le fait que le radiodiffuseur public choisisse de s'assimiler à une EDR en distribuant de la programmation de télévision offerte et rémunérée par les EDR traditionnelles sur sa plateforme Tou.tv Extra; et ii) l'application, par le diffuseur public, d'un tarif à du contenu déjà largement financé par les contribuables. Ces agissements du radiodiffuseur public ne font que désavantager les EDR traditionnelles et les citoyens canadiens et les données financières publiées par la SRC ne font que le prouver davantage.
17. En somme, Québecor Média est d'avis que peu importe la plateforme numérique sur laquelle elle est distribuée, la programmation de la SRC devrait être mise gratuitement à la disposition de tous les citoyens. Comme nous l'avons indiqué au paragraphe 67 de notre Intervention initiale, nous ne sommes pas les seuls à le penser puisque plusieurs intervenants ont signalé dans le cadre de la consultation du renouvellement des licences de la Société, leur mécontentement par rapport au fait qu'ils doivent payer pour accéder aux contenus diffusés sur Tou.tv Extra.

III. CONCURRENCE DÉLOYALE : VENTES PUBLICITAIRES DE LA SRC

18. Dans une requête procédurale soumise au Conseil en date du 14 avril 2020, Québecor Média a mis en lumière certaines pratiques anticoncurrentielles déloyales et sans précédent du diffuseur public en ce qui a trait aux ventes publicitaires. Comme nous le savons tous, la publicité représente la seule source de revenus de la télévision traditionnelle privée. Cela étant dit, la SRC ne cesse tout de même pas de concurrencer les télédiffuseurs privés, et ce, alors que ces derniers sont déjà confrontés à de nombreux défis qui les fragilisent, et qui, au cours des derniers mois, ont été en outre confrontés aux répercussions dévastatrices de la crise pandémique de la COVID-19 qui, par ailleurs, s'avèrent encore plus menaçantes pour leur survie.
19. Il convient de noter que depuis le début de la pandémie en mars dernier, la SRC effectue des offres publicitaires aux annonceurs qui ne peuvent être justifiées et qui sont complètement hors des normes du marché. Elle offre donc des escomptes déraisonnables qu'un radiodiffuseur privé n'est pas en mesure de se permettre dans le seul but de le concurrencer de façon déloyale.
20. Le fait que la SRC tente de profiter de la crise de la COVID-19 pour écraser encore plus le secteur privé est particulièrement alarmant. En tant que radiodiffuseur public, la SRC devrait plutôt être un partenaire de premier plan au secteur privé, ce qui jusqu'à présent n'a manifestement pas été le cas.
21. De surcroît, les conditions de licences (**CDL**) auxquelles la Société est assujettie depuis 2016 pour ses stations de radio énoncent clairement que :

La titulaire ne doit diffuser aucune publicité (catégorie 5), sauf :

- *au cours d'émissions qu'elle ne peut obtenir que par commandite; ou*
- *afin de satisfaire aux exigences de la législation du Parlement canadien relatives aux élections.*¹

22. Alors que les stations de radio du diffuseur public ne devraient pas vendre de la publicité en vertu des CDL précitées, la SRC aurait utilisé lesdites stations en vue d'obtenir le compte de certains annonceurs importants dans le domaine de l'événementiel, le spectacle et le tourisme. Il est donc juste de dire que la SRC s'adonne à faire indirectement ce qu'elle ne peut plus faire directement, et ce, en contournant la réglementation en place.
23. D'ailleurs, nous constatons que la SRC profite déjà de son nouveau service de radio numérique OHdio pour vendre de la publicité sur des émissions qui ont déjà été diffusées sur ses stations de radio et qui ne devraient pas inclure de la publicité en vertu des CDL de licences de la SRC. À titre d'exemple, signalons que des publicités du gouvernement du Québec, d'IKEA et d'Odysée ont été diffusées sur OHdio le 8 juillet 2020 (enregistrements ci-joints). Autrement dit, la Société fait, encore une fois, indirectement ce qu'elle ne peut pas faire directement avec ses stations de radio, et ce, en raison des CDL mentionnées plus haut auxquelles elle est assujettie depuis 2016. Il y a également lieu de signaler que la SRC rivalise avec les autres services de radio numérique, comme QUB radio, pour l'obtention des droits de diffusion de balados pour son service OHdio et, outre cela, ne prend même pas la peine de négocier les prix élevés demandés par les boîtes de production pour l'obtention de ces droits, ce qui entraîne forcément un déséquilibre des prix dans le marché.
24. Nous craignons donc que la SRC adopte des pratiques toutes aussi anticoncurrentielles en utilisant davantage à l'avenir ses services numériques pour concurrencer les radiodiffuseurs privés en matière de ventes publicitaires.
25. Comme en témoigne le Sommaire, la Société entend accroître ses revenus publicitaires dérivant de ses services numériques dans les prochaines années. Notons que les revenus publicitaires numériques de la SRC s'élevaient à 32 762 726 \$ en 2018-2019. Il est prévu que ceux-ci augmenteront pour atteindre 42 013 969 \$ en 2022-2023. Cela représente une croissance de près de 10 millions de dollars en cinq ans (+ de 28%).
26. Ces projections nous permettent déjà d'entrevoir l'envergure de l'impact que cela aura sur les revenus publicitaires des radiodiffuseurs privés. Elles nous permettent également de déduire que le diffuseur public a l'intention de continuer à concurrencer de manière agressive le secteur privé.
27. Nous ne le répéterons jamais assez, un comportement complémentaire au secteur privé et non concurrentiel de la part de la SRC est essentiel. Ce constat est d'autant plus vrai dans le contexte médiatique fragile d'aujourd'hui. Les agissements anticoncurrentiels répétés de la SRC semblent montrer que cette dernière ne souhaite pas adopter un rôle complémentaire au secteur privé, d'où l'importance de l'intervention du Conseil en la matière.

¹ Décision de radiodiffusion CRTC 2016-353, *Radio 2 et ICI Musique – Modifications de licence*.

28. Le Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications (**le Groupe**) dans son rapport intitulé *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir*², a présenté des recommandations relatives au diffuseur public. Parmi ces recommandations figure celle d'éliminer graduellement la publicité de toutes les plateformes du diffuseur public au cours des cinq prochaines années. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (**ACR**), le Quebec English-language Production Council (**QEPC**), le Quebec Community Group Network (**QCGN**) et le English Language Arts Network (**ELAN**), pour leur part, ont indiqué dans leurs interventions du 20 février dernier qu'ils soutiennent cette recommandation. Québecor Média, de son côté, a demandé au Conseil dans son Intervention initiale d'envisager, à partir d'une réflexion plus globale et avec un mandat plus précis, la possibilité d'éliminer les revenus publicitaires du diffuseur public.
29. De toute évidence, la situation regrettable décrite précédemment plaide plus que jamais en faveur de la suppression complète des revenus publicitaires du radiodiffuseur public afin de radier une fois pour toutes ces comportements indignes d'une société d'État.

IV. CONCLUSION

30. À la lumière de ce qui précède, il est juste de dire que la Société concurrence de manière déloyale les télédistributeurs et les télédiffuseurs privés non seulement avec ses services traditionnels et spécialisés, mais également avec ses services numériques. En fait, le diffuseur public s'attribue une préférence indue importante dans la forme de revenus additionnels dérivant de ses services numériques, qui s'ajoutent au généreux financement qui lui est accordé par le trésor public, et ce, au détriment des télédistributeurs et des télédiffuseurs canadiens.
31. De surcroît, les agissements de la SRC que nous avons présentés dans cette intervention ont assurément des répercussions néfastes sur le secteur privé. À titre d'exemple, ils entraînent une concurrence déloyale, contribuent à la migration des téléspectateurs vers les plateformes non réglementées, contribuent à l'érosion prématurée du système de radiodiffusion et privent le secteur privé de sources de revenus importantes.
32. Somme toute, Québecor Média est d'avis que les activités de la Société sur les plateformes numériques devraient servir d'outils supplémentaires offerts aux Canadiens pour consommer les contenus du diffuseur public. Elles ne doivent, en aucun cas, être un substitut à ses médias traditionnels et ne doivent pas servir non plus à concurrencer davantage les entreprises de radiodiffusion et de télédistribution traditionnelles privées qui peinent déjà à assurer leur pérennité. Par conséquent, nous sommes d'avis que le Conseil doit non seulement empêcher le diffuseur public de se soustraire de ses obligations réglementaires via les plateformes numériques, mais également veiller à ce que la SRC mette fin à ses pratiques anticoncurrentielles.

² *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir* (2020), En ligne : <https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/fra/00012.html> >.

Veillez agréer, monsieur le secrétaire général, l'expression de notre considération distinguée.

A handwritten signature in black ink that reads "Peggy Tabet". The signature is written in a cursive style and is enclosed within a large, horizontal oval stroke.

Peggy Tabet
Vice-présidente
Affaires réglementaires, Radiodiffusion

c. c. Radio-Canada (affaires.reglementaires@radio-canada.ca)