

Montréal, le 29 mai 2019

Monsieur Claude Doucet  
Secrétaire général  
CRTC  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR FORMULAIRE DU CRTC

**Objet : Réplique de l'ADISQ dans le cadre de l'appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90).**

1. Dans le cadre de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, l'ADISQ, dont les membres sont responsables de plus de 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression francophone, désire par la présente déposer une réplique à des questions soulevées au cours de la phase d'interventions.
2. Les entreprises membres de l'ADISQ œuvrent dans tous les secteurs de la production de disques, de spectacles et de vidéos. On y retrouve des producteurs de disques, de spectacles et de vidéos, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des distributeurs de disques, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.

**1. La prise en compte des activités de radiodiffusion en ligne des entreprises étrangères**

3. À la lecture des mémoires, nous observons que, dans un environnement numérique dominé par des joueurs non canadiens, une majorité d'intervenants insiste sur l'importance de prendre en compte les services étrangers dans la réalisation du sondage annuel afin que les données extraites reflètent au mieux le paysage de la radiodiffusion en ligne au Canada.
4. On constate même une ouverture de certaines entreprises de radiodiffusion à la tenue de ce sondage annuel à condition que les services numériques étrangers soient pris en compte. La

société Shaw déclare ainsi : « *Provided that the Commission also surveys non-Canadian OTTs, Shaw is not opposed to the Survey's collection of basic data* ». <sup>1</sup>

5. Toutefois certains radiodiffuseurs contestent la légitimité du CRTC d'obtenir les données des acteurs étrangers. Citant le mémoire du CRTC déposé auprès du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications (Comité Yale), l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) soutient que le Conseil reconnaît lui-même ne pas être habilité à exiger les données sur l'activité des entreprises de radiodiffusion en ligne : « *As acknowledged by the Commission itself, while the CRTC has the ability to make regulations to compel licensees to submit information regarding their programs and financial affairs such powers do not specifically extend to exempt services* ». <sup>2</sup>

6. Nous faisons une lecture différente de l'ACR. Dans son mémoire, le CRTC explique :

*« La version actuelle de la Loi sur la radiodiffusion confère au CRTC les pouvoirs d'une cour supérieure et lui donne explicitement la possibilité d'établir des règlements afin d'obliger les titulaires à fournir des renseignements concernant leurs émissions et leur situation financière lorsque nécessaire afin d'atteindre les objectifs de la Loi. Le CRTC a aussi le pouvoir de vérifier ou d'examiner les registres et les livres de comptes des titulaires. Le CRTC élargit ses pouvoirs à cet égard à d'autres entités qui relèvent de sa compétence, par exemple les services exemptés. »* <sup>3</sup> (Nous soulignons)

7. On retrouve ici un principe établi dans l'ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409 qui stipule que toute entreprise de radiodiffusion de médias numériques doit fournir « *au Conseil de l'information sur ses activités de radiodiffusion numérique ou tout type d'information requis par le Conseil dans le but de surveiller l'évolution de ce secteur de la radiodiffusion, sous la forme et dans les délais prescrits périodiquement par le Conseil.* » <sup>4</sup>

8. Nous en avons fait état dans notre réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, plusieurs entreprises de radiodiffusion de médias numériques ont refusé de se plier à cette obligation. Le Conseil reconnaît d'ailleurs dans son mémoire soumis au Comité Yale que « *les pouvoirs du CRTC à l'égard de certains services exemptés exploités au Canada ne sont pas toujours reconnus par ces services.* » <sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Shaw, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, 14 may 2019 : p.2.

<sup>2</sup> Canadian Association of Broadcasters, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 - Call for comments on a new, annual digital media survey*, 14 may 2019, p.2.

<sup>3</sup> CRTC, *Mémoire écrit public du CRTC au Groupe d'examen du cadre législatif*, 10/01/2019, p.13 :

<https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp190110.htm>

<sup>4</sup> CRTC, *Ordonnance de radiodiffusion 2012-409*, 26/07/2012 : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-409.htm>

<sup>5</sup> CRTC, *Mémoire écrit public du CRTC au Groupe d'examen du cadre législatif*, 10/01/2019, p.13 :

<https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp190110.htm>

9. Toujours dans ce mémoire, le Conseil note que « *bien que la Loi sur la radiodiffusion confère au CRTC de vastes pouvoirs qui lui permet d'examiner les pratiques commerciales et de vérifier la conformité réglementaire des entités relevant de sa compétence, dans les faits, ces pouvoirs reposent sur un régime d'application limité.* »<sup>6</sup>
10. Face à cette situation, dans le cadre de notre réponse à l'appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques, nous avons rappelé notre position développée dans le cadre du comité Yale à savoir que le CRTC doit être doté de pouvoirs coercitifs lui permettant, entre autres, « *de recueillir des données quant aux activités d'entreprises de radiodiffusion de médias numériques* ». <sup>7</sup>
11. En plus de l'introduction de pouvoirs coercitifs, à l'image de l'article 37(1)<sup>8</sup> de la *Loi sur les télécommunications*, cette obligation d'information pourrait être consignée dans *Loi sur la radiodiffusion*. Le Conseil propose d'ailleurs que :

*Pour que le CRTC puisse travailler efficacement avec divers acteurs au sein du système de radiodiffusion, il devrait être expressément autorisé, en vertu de la loi, à recueillir de l'information auprès des acteurs canadiens et non canadiens, afin d'atteindre les résultats stratégiques en matière de diffusion énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion.*<sup>9</sup>

12. Ainsi, nous considérons que le CRTC a toute la légitimité pour réaliser son sondage auprès des entreprises de radiodiffusion de médias numériques non canadiennes et estimons que le gouvernement devrait conférer au Conseil les moyens d'obliger toute entreprise médiatique de fournir certains renseignements concernant son activité de radiodiffusion numérique au Canada. Précisons que ce manque de moyens coercitifs ne devrait pas retarder la mise en œuvre de ce processus de sondage fondamental.

## **2. La mise en œuvre du sondage au plus vite**

13. Dans le cadre de la phase d'intervention de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, l'ADISQ a salué ce projet d'un « *sondage annuel sur les médias numériques mené auprès de toutes les entreprises de radiodiffusion canadiennes [qui] constitue une étape*

---

<sup>6</sup> CRTC, *Mémoire écrit public du CRTC au Groupe d'examen du cadre législatif*, 10/01/2019, p.13 :

<https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp190110.htm>

<sup>7</sup> CRTC, *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90*, 28/03/2019 :

<https://crtc.gc.ca/fra/archive/2019/2019-90.htm>

<sup>8</sup> Le Conseil peut soit imposer à l'entreprise canadienne l'adoption d'un mode de calcul des coûts liés à ses services de télécommunication et de méthodes ou systèmes comptables relativement à l'application de la présente loi, soit l'obliger à lui communiquer dans des rapports périodiques — ou selon les modalités de forme et autres qu'il fixe — tous les renseignements qu'il juge nécessaires pour l'application de la présente loi ou d'une loi spéciale.

<sup>9</sup> CRTC, *Mémoire écrit public du CRTC au Groupe d'examen du cadre législatif*, 10/01/2019, p.13 :

<https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp190110.htm>

*importante pour mieux comprendre comment se structure le secteur de la radiodiffusion dans un contexte technologique et socioéconomique caractérisé par la montée du numérique ».<sup>10</sup>*

14. Nous observons d'ailleurs que l'ensemble des représentants de la création et de la production culturelle s'étant exprimé ont souligné l'importance d'un tel processus qui devrait être mis en œuvre au plus vite. Ainsi, nous nous opposons vivement à tout report de l'étude, comme le suggère notamment l'ACR.
15. Nous avons déjà trop attendu pour récolter ces données qui permettraient de saisir avec justesse la manière dont se déploie la radiodiffusion en ligne alors que depuis 20 ans le développement d'Internet a un impact profond sur les secteurs de la culture et de la radiodiffusion. Dans une situation d'urgence que l'ADISQ met en lumière depuis plusieurs années, il est fondamental de comprendre avec finesse les enjeux et tendances rattachés au déploiement de la radiodiffusion en ligne.
16. Plusieurs radiodiffuseurs proposent de reporter la tenue du sondage au dépôt du rapport final du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications qui sera présenté au gouvernement d'ici le 31 janvier 2020.
17. L'ADISQ considère pour sa part que la tenue d'un tel sondage, même si la portée de celui-ci demeure pour l'instant partielle, sera complémentaire au rapport du Comité Yale et apportera au législateur un éclairage supplémentaire sur les enjeux touchant au secteur de la radiodiffusion.
18. En outre, réaliser ce travail de consultation auprès des entreprises de radiodiffusion canadiennes qui, comme nous l'avons dit, « *apportera une première pierre essentielle en vue de dresser un portrait global des médias numériques développant des activités de radiodiffusion* »<sup>11</sup>, permettra au CRTC d'améliorer sa méthodologie et son expertise en vue de consulter l'ensemble des services de médias numériques et, si besoin, de réajuster sa stratégie.
19. Plusieurs joueurs canadiens comme Shaw, Sasktel ou CBC/Radio-Canada ont exprimé une inquiétude sur le fait que les entreprises numériques étrangères aient accès à certaines données stratégiques sans que ces sociétés non canadiennes ne fassent leur part. Les acteurs canadiens ont donc souligné l'iniquité de la situation, ce que l'ADISQ reconnaît.
20. Cette situation donnerait en effet aux joueurs non canadiens un aperçu des activités

---

<sup>10</sup> ADISQ, *Intervention de l'ADISQ en réponse à l'appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90)*, 14 mai 2019, p.2.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p.4.

numériques et de la situation financière des entreprises canadiennes sans que ces dernières n'aient en retour accès aux données sur l'activité des services numériques étrangers.

21. Comme le propose CBC/Radio-Canada, en attendant la consultation des entreprises de radiodiffusion de médias numériques non canadiennes sur leur activité au Canada, les données issues du sondage mené auprès des entreprises de radiodiffusion canadiennes pourraient rester confidentielles.
22. Enfin, sur la publication des données, nous tenons à rappeler l'expertise du CRTC qui, annuellement, réalise avec son rapport de surveillance des communications un état des lieux des secteurs traditionnels de la radiodiffusion et des télécommunications. Dans ce cadre, le Conseil rend compte des tendances et des grands enjeux touchant le secteur des communications tout en préservant la confidentialité des données sensibles pour les joueurs de ces industries. L'ADISQ considère qu'il en serait de même pour le présent sondage.

### **3. La capacité des radiodiffuseurs de colliger l'ensemble des données demandées et leur comparabilité**

23. Plusieurs représentants du secteur de la radiodiffusion comme l'ACR, Rogers ou Québecor ont émis un doute sur leur capacité à fournir certaines données au CRTC. L'ACR évoque par exemple sa difficulté de distinguer ses activités de radiodiffusion en ligne des autres contenus web :

*Second, issues of definition, including as between activities that may reasonably be considered broadcasting (predominantly audio visual) vs. non-broadcasting (predominantly alpha numeric), will further distort the picture. While Canadian streaming sites may be considered broadcasting, the same cannot necessarily be said for all the content on broadcaster news and sports sites such as globalnews.ca and steinbachonline.com. As it stands, licensees have no need to disaggregate broadcasting and non-broadcasting digital expenses and revenues, and therefore have not put in place the protocols and tracking necessary to do so. (...)<sup>12</sup>*

24. Tout d'abord, permettez-nous de partager notre étonnement quant à cette incapacité de monitorer certaines données alors que ce savoir-faire apparaît aujourd'hui essentiel. En effet, la cueillette et l'analyse fine des données s'imposent de plus en plus dans le domaine numérique (et en particulier en ce qui concerne les activités de radiodiffusion en ligne) comme le nerf de la guerre.
25. Le fait de déclarer ne pas être en capacité de fournir certaines données centrales dans la stratégie d'affaire de ces entreprises médiatiques semble plutôt refléter un manque de volonté

---

<sup>12</sup> Canadian Association of Broadcasters, *Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2019-90 - Call for comments on a new, annual digital media survey*, 14 may 2019, p.7.

de collaborer avec le CRTC.

26. Nous remarquons d'ailleurs, de la part de certains radiodiffuseurs, un manque général de collaboration dans ce projet de sondage. En effet, alors qu'il est donné à ces acteurs l'opportunité de s'exprimer sur la proposition du sondage et d'améliorer ce dernier notamment en commentant le « *Formulaire proposé pour le Sondage sur les médias numériques* » joint en annexe, on déplore une quasi-absence de commentaires constructifs.
27. La compilation et la transmission de ces données au CRTC représentant un travail nouveau pour les radiodiffuseurs, certains ont insisté sur le coût administratif que cette tâche occasionnerait. L'ACR note ainsi :

*Fulfilling the Commission's request would therefore involve a very significant amount of effort and estimation on the part of broadcasters, as it would require complex accounting and financial analysis. Moreover, given that there has never been a need to develop or establish any kind of general standard or guideline for digital revenues and expenditures, it is likely that, among themselves, broadcasters have tracked data (in whatever current form) very differently, one from the other. (...)*

*Moreover, broadcasters have never had a need to track data in the manner being requested. For example, broadcasters have not tracked digital expenses on a per service/platform basis, nor are many broadcasters likely to have tracked them as between CPE and non-CPE categories, or distinguished between the audio-visual and non-audio visual content that is available on many of the digital platforms associated with local and sports content. In addition, it is virtually impossible to isolate, with any degree of precision, the digital advertising revenues generated by Canadian audio-visual content only.<sup>13</sup>*

28. On peut estimer que si les entreprises de radiodiffusion ne sont aujourd'hui pas encore en mesure de collecter les données demandées, faire ce travail en vue du sondage permettra à ces entreprises canadiennes de développer leur expertise dans un domaine où des entreprises médiatiques étrangères, pour la plupart issues de la Silicon Valley, ont un temps d'avance considérable.
29. Ainsi, malgré les coûts que celui-ci engendrerait, ce travail demandé aux radiodiffuseurs peut être considéré comme une étape nécessaire dans le cadre du déploiement de leur « stratégie numérique » et un moyen de perfectionner leurs compétences en matière de recueil et d'analyse des données.
30. En outre, comme le rappelle le CRTC dans l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, sur le plan de l'intérêt public, les bénéfices découlant de ce travail de compilation et de la divulgation des renseignements récoltés, l'emportent sur le préjudice qui pourrait en résulter. Ce point de vue est d'ailleurs repris par plusieurs intervenants dans le cadre de la

---

<sup>13</sup> *Ibid*

première phase d'observations comme la CMPA, la Quebec English-language Production Council, la Directors Guild of Canada, le Ministère de la Culture et des Communications du Québec, la Sartec, l'UDA, l'ARRQ et l'AQTIS.

31. Enfin, certaines interventions des radiodiffuseurs mettent en doute la comparabilité des données qui sortiraient d'une telle enquête, car il n'existe pas de précédent ni de méthode uniforme pour recueillir les informations en ligne notamment en raison d'une absence de norme ou d'obligation réglementaire sur cette question.

32. Roger soutient par exemple que :

*There is currently no industry standard or regulatory obligation for Canadian licensees to track revenues and expenses related specifically to digital media broadcasting activities. As such, the proposed data collection would require Rogers to develop a complex set of revenue and cost allocations that would, in all likelihood, not be consistent with the accounting practices of other licensed undertakings, resulting in information that could not be reliably compared to these other licensees.*

*In our view, the proposed survey would not be able collect data of any probative value due to the lack of consistency in accounting practices among licensees as well as the lack of information from foreign services, which comprise the vast majority of digital media broadcasting activity in Canada. Accordingly, Rogers submits that the proposed data collection would have little meaningful policy value and is unlikely to help the Commission achieve its intended objectives.<sup>14</sup>*

33. Nous comprenons mal cette justification. Il serait impossible pour le CRTC de demander aux entreprises canadiennes des renseignements financiers de base sur leurs activités de radiodiffusion de médias numériques, car il n'existe pas d'obligation réglementaire sur ce sujet ni de méthode claire et uniforme pour faire ce travail. Or, c'est justement pour combler ce manque que le Conseil souhaite mettre en place un sondage annuel visant à recueillir ces renseignements.

34. La première phase de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, qui vise à améliorer la méthode de recueil de données sur les activités de radiodiffusion en ligne des entreprises canadiennes, était justement le lieu idéal pour proposer des normes de cueillettes de ces données adaptées à la réalité des radiodiffuseurs.

35. L'ADISQ considère que ce projet de sondage est une première étape particulièrement intéressante dans le développement d'une méthodologie visant à brosser un portrait du déploiement des activités de radiodiffusion sur internet. Comme nous l'avons dit, nous avons trop attendu et il faut bien commencer quelque part.

---

<sup>14</sup> Rogers, *Broadcasting Notice of Consultation 2019-90 – Call for comments on a new, annual digital media survey*, 14 may 2019, p.4.

#### **4. Commentaires supplémentaires sur le formulaire proposé pour le sondage sur les médias numériques**

36. Nous souhaitons appuyer le point de vue de l'AQPM sur la nécessité de recueillir des données permettant de saisir les efforts des entreprises canadiennes de radiodiffusion en matière de découvrabilité des contenus canadiens :

*Pour s'assurer que tous les services de radiodiffusion facilitent la découvrabilité des contenus canadiens, l'AQPM estime que la cueillette des données sur les dépenses des médias numériques opérant au Canada en promotion des contenus canadiens est indispensable et recommande au Conseil d'ajouter cet élément à son nouveau sondage annuel sur les médias numériques.<sup>15</sup>*

37. Visée par le gouvernement, en particulier dans le cadre stratégique du Canada créatif<sup>16</sup> dévoilé par Patrimoine canadien en octobre 2017, et ciblée comme l'un des objectifs du groupe chargé d'examiner les lois sur la communication, la découvrabilité des contenus canadiens devrait faire l'objet d'une attention particulière au même titre que les dépenses en production de contenus canadiens.

38. Ainsi, l'étude des dépenses affectées à la découvrabilité apporterait un éclairage supplémentaire sur la place des contenus canadiens en ligne et aiderait le législateur à penser un cadre législatif adapté.

39. Dans notre réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, nous avons fait part de notre intérêt à disposer du détail des redevances versées par les services de musique en ligne (section Dépenses et Dépenses en émissions canadiennes) notamment suivant qu'elles soient issues d'abonnements à des services de radiodiffusion en ligne payants ou gratuits.

40. Dans ce cadre, nous souhaiterions également avoir accès à une ventilation des redevances découlant du *streaming* selon qu'elles proviennent de transmission en flux continu non-interactive, semi-interactive (celles-ci sont encadrées par le tarif 8 de la Commission du droit d'auteur) ou interactive.

41. Pour conclure, nous tenons à rappeler l'importance de ce projet de sondage annuel sur les médias numériques pour bien saisir l'évolution du secteur de la radiodiffusion, en particulier le détail de certaines activités en ligne qui échappent depuis trop longtemps à notre regard.

---

<sup>15</sup>AQPM, *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90 - Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*, 14 mai 2019, p.5.

<sup>16</sup> Patrimoine canadien, *Le cadre stratégique du Canada créatif*, 19 octobre 2017 : <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/campagnes/canada-creatif/cadre.html>

Nous réaffirmons également le besoin de mettre en œuvre ce sondage au plus vite et la nécessité d'y intégrer rapidement les services de médias étrangers en activité au Canada.

42. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse [sclaus@adisq.com](mailto:sclaus@adisq.com) ou par télécopieur au 514 842-7762.

43. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention. Veuillez recevoir, Monsieur le Secrétaire général, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et directrice générale,



Solange Drouin