



Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138

Version PDF

Ottawa, le 12 mai 2023

Dossier public : 1011-NOC2023-0138

Avis d'audience

20 novembre 2023
Gatineau (Québec)

La voie à suivre – Travailler à l'élaboration d'un cadre réglementaire modernisé concernant les contributions pour soutenir le contenu canadien et autochtone

Date limite pour la soumission des interventions : 27 juin 2023

Date limite pour la soumission des répliques : 12 juillet 2023

[\[Soumettre une intervention/observation/réponse ou consulter les documents connexes\]](#)

Le Conseil tiendra une audience commençant le **20 novembre 2023 à 9 h, au Centre de conférences, Phase IV, 140, promenade du Portage, Gatineau (Québec).**

[Assister à l'audience ou l'écouter en ligne.](#)

Le Conseil lance l'étape 1 d'un processus en trois étapes visant à établir un cadre réglementaire modernisé à l'égard des contributions à l'appui du contenu canadien et autochtone. Ce cadre, une fois mis en œuvre, énoncera les contributions (qui peuvent comprendre à la fois des dépenses et d'autres types de soutien) que les entreprises de radiodiffusion, y compris les entreprises en ligne (c'est-à-dire les services audio et vidéo en ligne), seront tenues de verser à l'appui du contenu audio et vidéo canadien et autochtone. Les services audio et vidéo en ligne qui sont soustraits à l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil (voir l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, également publié aujourd'hui) ne seront pas tenus de verser ces contributions.

Dans le présent avis, le Conseil sollicite des observations sur un projet de nouveau cadre de contributions ainsi que sur les contributions initiales que les services audio et vidéo en ligne pourraient être appelés à verser au titre de la création et de la découvrabilité du contenu canadien et autochtone.

Un nouveau cadre modernisé devrait tenir compte des nouvelles perspectives et possibilités que les entreprises en ligne apportent au système de radiodiffusion, ainsi que garantir la souplesse et l'adaptabilité dans l'avenir. Pour ces raisons, le Conseil entend adopter une approche qui reconnaît que chaque entreprise de radiodiffusion ou groupe d'entreprises est unique, et qui met l'accent sur les normes de rendement et les mesures

Canada^{ca}

du succès souhaitées. Parallèlement, il est essentiel que l'approche permette de s'assurer que les principes de l'équité et de l'équitabilité réglementaires soient respectés par l'ensemble des contributeurs. De plus, en envisageant la possibilité d'une approche par groupe en matière de contributions (le cas échéant) le Conseil vise à apporter une plus grande souplesse et à réduire le fardeau administratif.

Le Conseil acceptera les observations reçues au plus tard le **27 juin 2023**. Seules les parties ayant déposé des observations peuvent déposer une réplique à des questions soulevées au cours de la période d'observations. Les répliques doivent uniquement porter sur les questions soulevées pendant la période d'observations. La date limite pour le dépôt des répliques est le **12 juillet 2023**.

Aujourd'hui, le Conseil a également publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, dans lequel il sollicite des observations sur son projet de *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* et sur les entreprises qui devraient être exemptées de ce règlement. De plus, il a publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-140, dans lequel il sollicite des observations à l'égard de l'examen de certaines ordonnances d'exemption et de la transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne. Les intéressés doivent noter que chacun de ces avis de consultation amorce une instance distincte et qu'ils doivent déposer des observations au dossier de chaque instance à laquelle ils souhaitent participer. Certains éléments étant communs aux différentes instances, les intéressés devraient suivre l'évolution de chacune des instances.

Introduction

1. Le 27 avril 2023, la *Loi sur la diffusion continue en ligne* est entrée en vigueur¹. Cette loi comprend notamment des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* antérieure qui tiennent compte des répercussions que les services audio et vidéo² sur Internet ont eues sur le système canadien de radiodiffusion. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle confère au Conseil des outils et pouvoirs clairs lui permettant, entre autres, de réglementer les entreprises en ligne exploitées en tout ou en partie au Canada, quel que soit leur pays d'origine³. Comme indiqué dans la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, une « entreprise en ligne » s'entend d'une « entreprise de transmission ou de retransmission d'émissions par Internet destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur ».

¹ *Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion et apportant des modifications connexes et corrélatives à d'autres lois*, L.C. 2023, chap. 8.

² Le terme « vidéo » est utilisé dans le présent avis de consultation, tandis que le terme « audiovisuel » est utilisé dans la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée.

³ En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* antérieure, pour être exploitée légalement en tout ou en partie au Canada, une entreprise de radiodiffusion devait être titulaire d'une licence délivrée par le Conseil ou avoir été soustraite à l'obligation d'en détenir une par une ordonnance d'exemption. En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, pour être exploitées légalement au Canada, les entreprises en ligne n'ont plus besoin de détenir une licence ou d'être soustraites à l'obligation d'en détenir une.

2. Dans le présent avis, le Conseil lance l'étape 1 d'un processus en trois étapes visant à établir un cadre de contributions modernisé à l'appui du système de radiodiffusion canadien, y compris le contenu canadien et autochtone. Ce cadre, une fois mis en œuvre, énoncera les contributions que les entreprises de radiodiffusion, y compris les entreprises audio et vidéo en ligne (entreprises en ligne), seront tenues de verser pour soutenir la création, la distribution, la promotion et la découvrabilité du contenu audio et vidéo canadien et autochtone. À l'étape 2, le Conseil s'appuiera sur les renseignements recueillis au cours de l'étape 1 et examinera de plus près les divers éléments de politique du cadre. À l'étape 3, le Conseil a l'intention de finaliser les exigences de contribution adaptées à chaque entreprise ou groupe de propriété concerné.
3. Dans le cadre de l'étape 1, le Conseil tiendra une audience publique à Gatineau (Québec), à partir du **20 novembre 2023**, qui portera sur la question de savoir si le Conseil devrait établir des exigences de contribution de base initiales pour les entreprises en ligne, ainsi que sur les destinataires possibles de ces contributions. Une fois le nouveau cadre de contributions finalisé, les exigences de contribution de base feront partie des exigences de contribution globales qu'une entreprise en ligne pourrait être tenue de verser. Autrement dit, le Conseil demande aux intéressés de formuler des observations sur qui devrait contribuer, sur le montant de leurs contributions et sur le mode de contribution.
4. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil sollicite des observations sur un projet de nouveau cadre de contributions ainsi que sur d'autres questions connexes. Les enjeux et les questions sont présentés ci-dessous. Comme expliqué plus en détail ci-dessous, la présente instance et toute décision ultérieure prise par le Conseil se limiteront aux questions d'applicabilité du nouveau cadre de contributions et des contributions de base initiales que les entreprises de radiodiffusion en ligne pourraient être tenues de verser.
5. Le Conseil fait remarquer que les contributions actuelles versées par les radiodiffuseurs traditionnels ne changeront pas à la suite de l'étape 1, mais feront l'objet de discussions à l'étape 2. Les questions à cet égard seront abordées plus en détail au cours de l'étape 2.

Modifications de la *Loi sur la radiodiffusion* par la *Loi sur la diffusion* continue en ligne

6. La *Loi sur la radiodiffusion* énonce la politique canadienne de radiodiffusion et les pouvoirs du Conseil de réglementer et de surveiller le système canadien de radiodiffusion. En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, le Conseil a pour mandat de réglementer et de surveiller le système canadien de radiodiffusion d'une manière souple qui tient compte de la diversité des régions, des langues, des cultures, des habiletés et des situations des personnes et des entreprises qui contribuent au système canadien de radiodiffusion, en tirent profit et l'utilisent.

7. La *Loi sur la radiodiffusion* a été mise à jour afin de s'assurer que les entreprises en ligne investissent dans le contenu audio et vidéo canadien et le mettent à la disposition des Canadiens. Les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle établissent également que les entreprises traditionnelles et en ligne doivent contribuer de manière appropriée à la création, à la production et à la distribution de contenu canadien et autochtone dans les deux langues officielles du Canada, ainsi que dans les langues autochtones. Ces objectifs de politique visent également à s'assurer que le système canadien de radiodiffusion répond aux besoins et aux intérêts de l'ensemble des Canadiens, notamment des Canadiens qui sont issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées ou qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leur statut socio-économique, leurs capacités et handicaps, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre et leur âge.
8. Afin de mettre en œuvre ces objectifs, la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle élargit la définition d'« entreprise de radiodiffusion » pour inclure les entreprises en ligne, qui forment un type d'entreprises de radiodiffusion qui est distinct des services traditionnels, comme les stations de radio ou les stations et services de télévision. Pour plus de clarté, les créateurs audio et vidéo, qu'ils soient amateurs ou professionnels, ne sont pas des entreprises de radiodiffusion ni des entreprises en ligne et ne sont donc pas assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle. Cela signifie que le Conseil ne peut pas établir d'exigences réglementaires qui s'appliquent aux producteurs ou aux baladodiffuseurs, par exemple, ou à d'autres créateurs de contenu. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle s'applique uniquement aux radiodiffuseurs, qui comprennent ceux offrant du contenu en ligne.
9. Le Conseil peut réglementer les entreprises en ligne au moyen d'un nouveau pouvoir d'ordonnance, énoncé à l'article 9.1 de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, afin d'imposer des conditions à l'exploitation d'entreprises de radiodiffusion (appelées « conditions de service »). Les conditions de service peuvent uniquement être imposées à la suite d'une instance publique, mais elles peuvent s'appliquer à une entreprise particulière, à une catégorie d'entreprises ou à toutes les entreprises.
10. En outre, la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle élargit le pouvoir de réglementation du Conseil, de sorte que des règlements peuvent désormais être imposés non seulement aux entreprises de radiodiffusion autorisées, mais aussi aux entreprises en ligne.
11. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle autorise également le Conseil à exiger des entreprises de radiodiffusion, y compris les entreprises en ligne, qu'elles effectuent des dépenses aux fins de concevoir, financer, produire ou promouvoir des émissions canadiennes audio ou vidéo; de soutenir, promouvoir ou former les créateurs canadiens de telles émissions destinées à être diffusées par les entreprises de radiodiffusion; de soutenir les entreprises de radiodiffusion offrant des services de programmation audio ou vidéo qui revêtent une importance exceptionnelle pour la réalisation des objectifs de politique énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle; de soutenir la participation des personnes, des groupements ou des organisations qui représentent l'intérêt public aux instances devant le Conseil;

ou de soutenir le développement d'outils ou d'initiatives qui sont efficaces et nécessaires à la réalisation des objectifs de politique susmentionnés.

Un cadre de contributions modernisé

12. Les façons dont les Canadiens consomment et créent du contenu évoluent depuis un certain temps. Les services et les plateformes en ligne ont été adoptés par les téléspectateurs et les auditeurs dans tout le pays et la consommation de services traditionnels de télévision et de radio est en baisse. Cette baisse signifie qu'un grand nombre des outils de politique et réglementaires actuels du Conseil sont devenus moins efficaces pour ce qui est de soutenir les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* antérieure. Alors que les Canadiens adoptent de nouvelles façons de consommer du contenu, le Conseil reconnaît qu'une nouvelle approche pour s'assurer que toutes les entreprises de radiodiffusion, y compris les entreprises en ligne, contribuent aux objectifs de politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle est essentielle au succès continu du système canadien de radiodiffusion.
13. Conformément aux récentes modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil reconnaît qu'il est toujours approprié pour les différents types de radiodiffuseurs – qu'ils soient traditionnels ou en ligne, canadiens ou étrangers – de soutenir les éléments audio et vidéo du système canadien de radiodiffusion de manières différentes, mais équitables.
14. En particulier, la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle ordonne au Conseil de réglementer et de surveiller le système canadien de radiodiffusion d'une manière souple qui, entre autres choses :
 - tient compte des différentes caractéristiques de la radiodiffusion de langue anglaise, de langue française et de langue autochtone, ainsi que des besoins et intérêts particuliers des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) du Canada et des peuples autochtones;
 - tient compte de la nature et de la diversité des services fournis par les entreprises de radiodiffusion ainsi que de leur taille, de leurs répercussions sur le secteur canadien de la création et de la production, de leur contribution à la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, et de toute autre caractéristique pouvant être pertinente dans les circonstances;
 - veille à ce que les entreprises de radiodiffusion qui ne peuvent utiliser de façon maximale ou prédominante les ressources créatives et autres ressources humaines canadiennes dans la création, la production et la présentation de programmation font le plus grand usage pratique de ces ressources et contribuent à cette programmation de façon équitable;
 - facilite l'offre aux Canadiens d'émissions créées et produites dans les deux langues officielles, ainsi que dans les langues autochtones;

- facilite l'offre d'émissions qui sont accessibles sans obstacle pour les personnes en situation de handicap;
- tient compte de la diversité d'entreprises de radiodiffusion assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion* et évite d'imposer des exigences à l'égard de toute catégorie d'entreprises de radiodiffusion si une telle imposition ne contribue pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

15. Le Conseil estime qu'un nouveau cadre modernisé devrait tenir compte des nouvelles perspectives et possibilités que les entreprises en ligne apportent au système de radiodiffusion, ainsi que garantir la souplesse et l'adaptabilité dans l'avenir. Pour ces raisons, le Conseil entend adopter une approche qui reconnaît que chaque entreprise de radiodiffusion ou groupe d'entreprises est unique, et qui met l'accent sur les normes de rendement et les mesures du succès souhaitées. Parallèlement, il est essentiel que l'approche permette de s'assurer que les principes de l'équité et de l'équité réglementaires soient respectés par l'ensemble des contributeurs.

16. Dans cette optique, le Conseil propose d'élaborer un nouveau cadre pour réglementer les contributions versées par certaines entreprises de radiodiffusion traditionnelles ou certains groupes de propriété et celles que devront verser les entreprises en ligne à l'appui du système canadien de radiodiffusion. Lors de l'élaboration de cette nouvelle approche, le Conseil a pris en compte les exigences législatives et réglementaires actuelles des acteurs traditionnels, qui consistent principalement en des exigences en matière de présentation et de dépenses, ainsi que la nécessité d'adapter ces exigences à un cadre réglementaire qui inclut les entreprises en ligne.

17. Bien que l'approche actuelle ait historiquement bien fonctionné pour s'assurer que les Canadiens aient accès à une diversité de contenu et de sources de contenu du Canada et du monde entier, l'application des outils existants aux entreprises en ligne présente un certain nombre d'enjeux uniques. Par exemple, comment les exigences en matière de dépenses peuvent-elles être raisonnablement appliquées à un service qui n'offre pas nécessairement son contenu audio et vidéo aux fins d'en tirer des revenus directs, mais qui offre plutôt ce contenu gratuitement lorsqu'il est associé à des services de détail non liés à la radiodiffusion? De même, bien que les exigences en matière de présentation aient été un outil réglementaire clé appliqué aux services traditionnels de radio et de télévision linéaires, dans leur forme actuelle, ces exigences peuvent ne pas être applicables aux services sur demande et personnalisés.

18. En outre, le Conseil reconnaît qu'un grand nombre des programmes de financement actuellement en place pour soutenir la création de contenu canadien (comme l'accès à des fonds de production et à certains crédits fiscaux) ne sont pas accessibles aux entreprises en ligne internationales qui produisent du contenu original. Cela s'explique par de nombreuses raisons, notamment le fait que les entreprises de radiodiffusion nationales ne soient pas admissibles à recevoir des fonds directement, et le fait que ces programmes favorisent souvent la propriété nationale du droit d'auteur. Le nouveau cadre de contributions devra examiner la meilleure façon

d'assurer un traitement équitable entre les entreprises en ligne nationales et internationales dans le soutien de la création de contenu canadien et autochtone.

19. De manière générale, les objectifs de ce nouveau cadre de contributions sont de garantir ce qui suit :

- les Canadiens continuent d'avoir accès à un vaste contenu audio et vidéo de grande qualité qui est créé par et pour des Canadiens, ainsi qu'au meilleur contenu de partout dans le monde, quel que soit la plateforme, l'appareil ou la technologie qu'ils souhaitent utiliser;
- les entreprises en ligne canadiennes et internationales participent au soutien du contenu audio et vidéo canadien et autochtone et ont un accès équitable à ce soutien lorsqu'elles créent ce contenu;
- le fardeau réglementaire imposé à toutes les entreprises de radiodiffusion est proportionnel et pertinent;
- les contributions sont examinées au niveau du « groupe de propriété de radiodiffusion », s'il y a lieu, afin d'apporter une plus grande souplesse et de réduire le fardeau administratif;
- les contributions sont justes, proportionnelles et adaptées à la nature du service, tout en assurant le financement durable du contenu audio et vidéo canadien et autochtone dans les deux langues officielles et dans les langues autochtones;
- en tant que composante du nouveau cadre de contributions, les fonds offrent une option de financement durable pour le contenu original canadien et autochtone, qu'il soit audio ou vidéo, et soutiennent d'autres objectifs de politique publique;
- les fonds reflètent la diversité du Canada et répondent aux exigences d'accessibilité en ce qui concerne les projets qu'ils soutiennent;
- les peuples autochtones, leurs histoires et leur musique sont vus et entendus, notamment grâce à du contenu diffusé ou mis à disposition dans des langues autochtones;
- des mesures incitatives et d'autres mesures réglementaires sont mises en place afin de mieux soutenir la création et la distribution du contenu canadien par des communautés qui sont actuellement sous-représentées dans le système de radiodiffusion, tout en veillant à ce que ce contenu reflète ces communautés et leur soit pertinent;
- la distribution et la découvrabilité à grande échelle du contenu audio et vidéo canadien et autochtone, à l'échelle nationale et internationale.

20. À l'appui de ces objectifs, le Conseil propose que toutes les entreprises de radiodiffusion (traditionnelles et en ligne) soient tenues de soutenir le système canadien de radiodiffusion (éléments audio et vidéo) au moyen d'un cadre de contributions normalisé qui permet d'adapter certaines exigences précises à une entreprise ou à un groupe d'entreprises en particulier. Plus précisément, le Conseil envisage une approche par laquelle il établirait un engagement en matière de contributions qui s'appliquerait à une entreprise ou à un groupe d'entreprises en particulier et qui pourrait être réparti entre trois grandes catégories d'exigences (décrites ci-dessous). Ces exigences seraient mises en œuvre au moyen d'une ordonnance prise en vertu de l'article 9.1 et du paragraphe 11.1(2) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle.
21. La première catégorie de contributions, appelée exigence de base, pourrait obliger les entreprises de radiodiffusion ou les groupes de propriété à verser une contribution financière à des fonds particuliers qui soutiennent la programmation ou les artistes canadiens et les objectifs de politique énoncés ci-dessus.
22. La deuxième catégorie, appelée exigence financière souple, pourrait obliger les entreprises de radiodiffusion ou les groupes de propriété à verser un montant supplémentaire, les entreprises pouvant choisir où diriger leurs contributions parmi un certain nombre d'options. Les options particulières feraient l'objet d'un futur processus public dans le cadre de l'étape 2, mais le Conseil envisage qu'elles pourraient comprendre des dépenses directes pour certains types de programmation (par exemple, des émissions originales de langue française, des émissions d'intérêt national⁴ (EIN), des nouvelles locales, des émissions communautaires, et des productions indépendantes), des dépenses pour la formation et les stages, ou des contributions supplémentaires aux fonds.
23. La troisième catégorie, appelée exigences intangibles, pourrait obliger les entreprises de radiodiffusion ou les groupes de propriété à prendre des engagements supplémentaires, moins quantifiables, pour soutenir la programmation et les créateurs canadiens. Encore une fois, les options particulières feraient l'objet d'un futur processus public dans le cadre de l'étape 2, mais ces exigences pourraient comprendre des engagements particuliers à l'égard de la promotion, de la découvrabilité ou de la mise en évidence du contenu canadien ou autochtone, l'offre de services en français, en langue autochtone ou dans d'autres langues, le maintien d'un certain pourcentage de contenu canadien et autochtone dans un catalogue sur demande, des engagements à atteindre des objectifs de politique publique, ou d'autres engagements proposés par une entreprise et jugés acceptables par le Conseil.

⁴ C'est-à-dire certains types d'émissions (dramatiques, documentaires de longue durée, émissions musicales/variétés et émissions de remise de prix) dont la production contribue à assurer la réalisation des objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* concernant un système canadien de radiodiffusion varié et complet, et encourage le développement de l'expression canadienne en offrant une programmation qui reflète les valeurs et les attitudes canadiennes (voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86).

24. L'intention est que les entreprises de radiodiffusion ou les groupes de propriété puissent contribuer aux trois catégories de contributions d'une manière qui est appropriée et qui reflète leur rôle unique dans le système canadien de radiodiffusion.
25. Le Conseil estime que l'élaboration d'un nouveau cadre de contributions respectant les lignes décrites ci-dessus permettrait une certaine souplesse tout en garantissant l'atteinte des objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle. Cela pourrait également encourager l'innovation et la mobilisation, tout en permettant des ajustements au fil du temps. Cela dit, au cours de l'étape 1, le Conseil propose cette nouvelle approche comme point de départ de la discussion et examinera les observations reçues au cours de ce processus dans le cadre de processus futurs visant à élaborer davantage ce nouveau cadre de contributions. Le Conseil est donc ouvert à l'examen de modifications ou d'idées différentes proposées dans les interventions soumises en réponse au présent avis, à condition que les objectifs susmentionnés puissent tout de même être atteints.

Objectifs de l'instance en trois étapes

Étape 1

26. L'élaboration d'un nouveau cadre de contributions souple, qui implique de revoir ou de créer des politiques pour chacune des catégories de contributions susmentionnées et d'adapter les ententes de contributions des entreprises de radiodiffusion ou des groupes de propriété concernés, prendra du temps. Toutefois, compte tenu de l'incidence des entreprises en ligne sur le système canadien de radiodiffusion et du fait que les radiodiffuseurs traditionnels versent actuellement des contributions à ce système, le Conseil évalue l'option d'une contribution initiale de base de la part des entreprises en ligne qui constituerait une étape préalable importante pour garantir un soutien continu pour la programmation et les créateurs canadiens et autochtones.
27. Comme mentionné ci-dessus, le Conseil propose d'élaborer et de mettre en œuvre ce nouveau cadre de contributions au cours de trois étapes. L'objectif de l'étape 1 (amorcée par le présent avis de consultation) est d'arriver à des conclusions et de publier ensuite une ou des décisions concernant les trois questions suivantes :
- a) **applicabilité** : les entreprises de radiodiffusion (traditionnelles et en ligne) auxquelles le cadre doit s'appliquer;
 - b) **contributions de base initiales** : si cette option est jugée bénéfique pour le système de radiodiffusion, le pourcentage des revenus annuels de radiodiffusion canadiens que les entreprises en ligne concernées devraient verser au départ afin de soutenir le contenu canadien (et qui pourrait faire partie du nouveau cadre de contributions avec les autres catégories de contributions après l'étape 2);
 - c) **fonds** : les fonds qui pourraient être les destinataires des contributions de base initiales possibles.

28. Les contributions initiales seraient uniquement imposées à certaines entreprises en ligne après l'étape 1. Les ordonnances proposées imposant des contributions de base initiales aux entreprises en ligne concernées pourraient être publiées en même temps que la ou les décisions de l'étape 1 ou peu de temps après. Le cas échéant, le Conseil suivra les exigences en matière de publication et de consultations supplémentaires de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle au moment de publier ces ordonnances⁵.
29. L'étape 1 comprend deux étapes de consultation : une consultation écrite et une instance publique commençant le 20 novembre 2023. Au cours de la consultation écrite faisant partie de l'étape 1, le Conseil sollicite des observations concernant les trois questions mentionnées au paragraphe 27 ci-dessus. Il y sollicitera également des observations plus générales sur les questions relatives aux objectifs du nouveau cadre de contributions et à l'approche à adopter pour ce cadre. Cela comprend la question de savoir si les niveaux de contributions globaux que devront respecter les entreprises en ligne devraient être comparables à ceux actuellement en place pour les radiodiffuseurs traditionnels.
30. Toutefois, au cours de l'audience publique, le Conseil a l'intention de limiter la discussion aux trois questions mentionnées au paragraphe 27 (c'est-à-dire l'applicabilité du cadre, les possibles contributions de base initiales et les fonds auxquels seraient versés ces contributions) afin de s'assurer qu'une ou des décisions concernant ces points peuvent être rendues en temps opportun.
31. Les renseignements recueillis au cours de l'étape 1 éclaireront les processus amorcés par le Conseil à l'étape 2. Le Conseil reconnaît que les discussions au sujet de l'engagement global en matière de contributions et celles portant sur les contributions de base initiales sont liées. Par conséquent, ces dernières peuvent également faire l'objet d'une discussion pendant l'étape 1.

Étape 2

32. L'objectif de l'étape 2 sera de miser sur les renseignements recueillis au cours de l'étape 1, dont les objectifs généraux du cadre de contributions et les objectifs particuliers concernant le soutien à la création de programmation canadienne et autochtone, le développement d'artistes canadiens et autochtones, la diversité et l'inclusion, la promotion et la découvrabilité par les entreprises traditionnelles et en ligne. Les questions relatives aux définitions du contenu canadien et du contenu autochtone seront traitées dans une instance distincte.

Étape 3

33. Enfin, pour l'étape 3, le Conseil a l'intention de finaliser les exigences en matière de contributions adaptées à chaque entreprise ou groupe de propriété concerné.

⁵ Cela comprend, le cas échéant, les exigences énoncées à l'article 5.2 et aux paragraphes 9.1(4), 11.1(2) et 11.1(7) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle.

Enjeux et questions de l'étape 1

34. Dans les sections qui suivent, le Conseil expose les enjeux particuliers pour lesquels il sollicite des observations qui ont trait au projet de nouveau cadre de contributions et qui relèvent de l'étape 1. Chaque section comprend une liste de questions auxquelles les intervenants sont invités à répondre. Ces enjeux sont les suivants :

- l'applicabilité du projet de cadre de contributions;
- le niveau de contributions global;
- l'exigence de contributions de base initiales qui pourrait être appliquée à certaines entreprises en ligne;
- les fonds qui pourraient être les destinataires de ces contributions.

Applicabilité

35. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle énonce une définition modifiée d' « entreprise de radiodiffusion » qui inclut les entreprises en ligne, et comprend une définition d' « entreprise en ligne », qui, comme indiqué ci-dessus, désigne « une entreprise de transmission ou de retransmission d'émissions par Internet destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur ». Cette définition est large et englobe un grand nombre d'entités opérant sur Internet.

36. L'alinéa 5(2)h) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle énonce que le système canadien de radiodiffusion devrait être réglementé d'une manière à éviter l'imposition d'exigences réglementaires aux entreprises de radiodiffusion si cette imposition ne contribuera pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1).

37. Le Conseil est d'avis que bien qu'un très grand nombre d'entreprises de radiodiffusion (traditionnelles et en ligne) soient à la disposition des Canadiens, nombre d'entre elles n'ont pas d'incidence importante sur le système canadien de radiodiffusion. En raison de leur nombre limité d'utilisateurs ou d'abonnés, de leurs faibles revenus ou pour d'autres raisons, il serait inefficace d'imposer des exigences de contribution à ces entreprises de radiodiffusion.

38. Par conséquent, l'établissement d'un seuil au-delà duquel les entreprises seraient tenues de contribuer au système canadien de radiodiffusion est l'un des objectifs de l'étape 1. Un seuil approprié devrait faire en sorte que les plus grands acteurs contribuent d'une manière proportionnelle à la place qu'ils occupent et au rôle qu'ils jouent dans le système canadien de radiodiffusion, tout en veillant à ce que les plus petits acteurs puissent continuer à être exploités sans faire face à un fardeau important qui pourrait mettre en péril leur présence sur le marché. Le Conseil fait remarquer que les services audio et vidéo en ligne qui seront soustraits à l'exigence de s'enregistrer

auprès du Conseil à la suite du processus amorcé par l’avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 ne seront pas tenus de verser ces contributions.

39. En réglementant et en surveillant le système canadien de radiodiffusion, le Conseil se fie déjà sur des seuils pour déclencher des exigences ou des exemptions. Par exemple, il utilise les niveaux de revenus pour déterminer si une station de radio doit verser des contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC). De plus, le Conseil utilise le nombre d’abonnés pour déclencher les exigences d’attribution de licences pour les services de programmation facultatifs et les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR).

40. De plus, dans des instances⁶ concurrentes, le Conseil mène des consultations sur une exemption proposée pour les catégories d’entreprises en ligne suivantes :

- les entreprises en ligne dont l’activité et l’objectif uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo⁷;
- les entreprises en ligne dont l’activité et l’objectif uniques consistent à fournir des transactions uniques⁸;
- les entreprises en ligne affiliées à un groupe de propriété de radiodiffusion⁹ qui a, après déduction de tout revenu exclu¹⁰, des revenus bruts annuels de moins de 10 millions de dollars;
- les entreprises en ligne qui n’ont aucune affiliation que ce soit avec un groupe de propriété de radiodiffusion, si elles ont, après déduction de tout revenu exclu, des revenus bruts annuels de moins de 10 millions de dollars.

41. Les articles 2.1 et 4.1 de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle prévoient également un ensemble plutôt complexe de dispositions d’exclusion relatives aux services de médias sociaux et aux utilisateurs qui téléversent des émissions sur ces services. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil n’a pas l’intention de réglementer quelque aspect que ce soit d’un service de média social ni de « prescrire » le contenu téléversé par les utilisateurs sur ces services de médias sociaux aux fins de réglementer ce contenu. Le Conseil est également conscient qu’il devrait éviter d’imposer des exigences réglementaires aux entreprises de radiodiffusion si cette imposition ne

⁶ Voir l’avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 et l’avis de consultation de radiodiffusion 2023-140.

⁷ Bien que le Conseil ait toujours considéré que les jeux vidéo ne sont pas de la radiodiffusion, il propose de les exempter explicitement pour éviter toute ambiguïté.

⁸ Le Conseil propose de définir « transaction unique » comme la location ou l’achat unique d’une émission individuelle transmise ou retransmise sur Internet.

⁹ Le Conseil propose de définir « groupe de propriété de radiodiffusion » comme une personne qui contrôle un ou plusieurs exploitants d’une ou de plusieurs entreprises de radiodiffusion affiliées auxquelles la *Loi sur la radiodiffusion* s’applique, y compris tous les exploitants de ces entreprises de radiodiffusion.

¹⁰ Le Conseil propose de définir « revenu exclu » comme un revenu provenant de la fourniture de services de jeux vidéo ou de transactions uniques.

contribuera pas d'une façon importante à la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle.

42. Néanmoins, quelques aspects de certains services de médias sociaux pourraient constituer un sous-ensemble d'un concept plus large que ce qui constitue une « entreprise en ligne ». Dans le cadre de l'étape 1, le Conseil a donc l'intention d'explorer la signification de « service de média social ». Les questions du Conseil concernant les services de médias sociaux ont pour but de l'aider à bien comprendre les entreprises en ligne qui relèvent sans ambiguïté de sa compétence et qui pourraient être soumises au nouveau cadre de contributions élaboré dans le cadre de la présente instance.

43. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les parties à répondre aux questions et demandes suivantes :

Q1. Les seuils proposés dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 et l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-140 font l'objet de consultations dans le cadre de ces instances et toute décision à cet égard sera prise en compte par le Conseil dans le contexte de la présente instance. Y a-t-il d'autres critères sur lesquels le Conseil devrait fonder son seuil aux fins du nouveau cadre de contributions? Dans l'affirmative, quel devrait être le seuil précis (p. ex. le niveau de revenus ou d'abonnés particulier à appliquer)? Indiquez si les critères ou le seuil devraient être différents pour les services audio par rapport aux services vidéo et pour les entreprises en ligne par rapport aux entreprises traditionnelles.

Q2. En ce qui a trait à la Q1, si vous proposez de prendre en compte des éléments autres que les revenus de radiodiffusion canadiens, veuillez indiquer comment le Conseil devrait mesurer ces éléments.

Q3. Y a-t-il d'autres facteurs que le Conseil devrait prendre en considération pour déterminer quelles entreprises de radiodiffusion n'ont pas d'effet important sur la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle et devraient donc être soustraites à l'obligation de verser des contributions particulières au système canadien de radiodiffusion?

Q4. Comment le Conseil devrait-il déterminer le niveau approprié des contributions dans les cas où seule une partie des services d'une entreprise en ligne est couverte par la *Loi sur la radiodiffusion*?

Q5. Comment le Conseil devrait-il définir « service de média social »? Quels critères, le cas échéant, devraient être utilisés pour évaluer si une entreprise en ligne fournit un service de média social?

Exigences en matière de contributions

44. L'infrastructure de financement canadienne actuelle est un modèle complexe d'aides financières directes et indirectes. Cela comprend les droits de licence et les redevances des radiodiffuseurs canadiens, les crédits d'impôt des gouvernements

fédéral et provinciaux et le soutien financier provenant des fonds pour le contenu audio et vidéo, qui jouent tous des rôles clés dans la culture d'un secteur canadien de production robuste.

Fonds

45. L'un des principaux mécanismes par lesquels le Conseil s'assure actuellement que les entreprises de radiodiffusion contribuent à la création et à la présentation de contenu canadien est l'obligation pour certaines entreprises de verser une partie de leurs revenus à divers organismes de financement, dont les suivants :
- le Fonds des médias du Canada;
 - le Fonds de la musique du Canada;
 - les fonds de production indépendants certifiés (FPIC)¹¹;
 - la FACTOR ou Musicaction;
 - Radio Starmaker Fund ou le Fonds Radiostar;
 - le Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC);
 - le Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI).
46. Ces organismes soutiennent la création, la distribution et la promotion de programmation audio et vidéo canadienne. Dans certains cas, ces fonds de production bénéficient également de la politique du Conseil en matière d'avantages tangibles, énoncée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2014-459, en vertu de laquelle des contributions financières sont versées dans le cadre d'acquisitions d'actifs ou de changements de contrôle effectif.
47. Le Conseil a également autorisé la création de deux fonds non liés à la production à l'appui des objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* dans le cadre des avantages tangibles découlant de l'acquisition de CTVglobemedia Inc. par BCE inc. Il s'agit du Fonds de participation à la radiodiffusion (FPR), qui offre une aide financière aux groupes de consommateurs et aux organismes de défense de l'intérêt public représentant les intérêts des utilisateurs non commerciaux et l'intérêt public dans les instances du Conseil, ainsi que du Fonds pour l'accessibilité de la

¹¹ Les fonds de production indépendants suivants ont été certifiés par le Conseil comme étant admissibles aux contributions des EDR : le Fonds Bell, le Fonds canadien pour l'écran indépendant (FCEI) destiné aux créateurs et créatrices afro descendant(es) et racisé(es), le Fonds indépendant de production, le Fonds Québecor, le Fonds Remstar, le Groupe de Fonds Rogers, le Fonds Shaw-Rocket, le Fonds TELUS, le Nova Scotia Independent Production Fund, le Programme de production télévisuelle de Cogeco, et Téléfilm Canada.

radiodiffusion (FAR), qui soutient les projets novateurs visant à accroître l'accessibilité du contenu de radiodiffusion au Canada.

48. Beaucoup de ces fonds fonctionnent avec succès depuis plusieurs décennies. Certains, comme le Fonds des médias du Canada, la FACTOR et Musicaction, administrent les contributions versées par les entreprises de radiodiffusion en plus du financement public fédéral du ministère du Patrimoine canadien. D'autres ne comptent que sur les contributions imposées par le Conseil. Le Fonds des médias du Canada est le fonds le plus important qui soutient la production vidéo. Il reçoit du financement du ministère du Patrimoine canadien en vertu d'une entente de contribution ainsi que des EDR. Il vise à assurer un financement stable et important du contenu canadien de qualité. Le Fonds des médias du Canada finance des projets par l'intermédiaire de nombreux volets et enveloppes variés, qui ont tous des objectifs et des critères différents. La majeure partie des allocations du Fonds des médias du Canada est déboursée par l'entremise du Programme des enveloppes de rendement, qui repose sur les partenariats entre les radiodiffuseurs canadiens et les producteurs canadiens pour créer du contenu qui est développé en vue d'être distribué sur au moins deux plateformes, dont une doit être la télévision. Bien que les radiodiffuseurs reçoivent une allocation d'enveloppe de financement en fonction de leurs antécédents en matière de soutien du contenu canadien, les fonds pour ces projets sont directement versés aux demandeurs. Les entreprises en ligne internationales ne sont pas admissibles actuellement au financement du Fonds des médias du Canada.
49. Le Conseil a également certifié un certain nombre de fonds de production indépendants qui reçoivent du financement des EDR et d'autres sources. Pour être certifié afin de recevoir et d'administrer des contributions des EDR, un fonds doit satisfaire aux critères établis par le Conseil, qui sont énoncés dans l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2016-343. Ces critères exigent que les productions recevant du financement obtiennent au moins six points pour recevoir la certification de contenu canadien ou qu'elles soient admissibles à un projet pilote reconnu par le Conseil¹². Le Conseil n'exige pas qu'un Canadien détienne les droits de propriété intellectuelle pour recevoir du financement d'un FPIC. Ces FPIC permettent de garantir que d'autres demandes de financement puissent être satisfaites, comme le financement d'émissions qui ne répondent pas nécessairement aux critères du Fonds des médias du Canada. La politique du Conseil à l'égard des FPIC vise à apporter de la souplesse dans le financement des émissions canadiennes. Comme pour les autres politiques réglementaires du Conseil, celui-ci peut décider de revoir ou de modifier sa politique à l'égard des FPIC à la suite d'un processus public.
50. Concernant le contenu audio, Musicaction soutient la production et la commercialisation de musique de langue française, tandis que la FACTOR joue un rôle semblable pour la musique de langue anglaise. En plus de Musicaction et de la FACTOR, le Conseil a approuvé un certain nombre de parties et de projets

¹² Le Conseil a annoncé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86 qu'il certifierait comme étant canadiennes les émissions qui satisfont à d'autres critères de certification comprenant un nombre réduit de points, dans le cadre d'un projet pilote.

admissibles auxquels le financement au titre du DCC peut être versé, au choix des titulaires¹³.

51. Comme les Canadiens accèdent de plus en plus à du contenu audio et vidéo au moyen de services sur demande tels que Netflix, Spotify, Crave ou Apple Music, les revenus des entreprises de radiodiffusion traditionnelles ont tendance à baisser. En outre, les contributions découlant d'avantages tangibles constituent une source de financement moins fiable, car les transactions de propriété sont difficiles à prévoir dans un environnement de radiodiffusion hautement concentré. Parallèlement, les coûts associés à la production de musique par les artistes et à la création de contenu vidéo ne cessent d'augmenter. Cela met en péril le financement des fonds actuels.
52. L'un des principaux objectifs de l'étape 1 est de discuter de l'établissement possible d'une exigence de contributions de base initiales qui s'appliquerait à certaines entreprises en ligne et qui, une fois finalisée, ferait partie du nouveau cadre de contributions. Pour l'étape 1, si des contributions de base initiales sont mises en œuvre, le Conseil déterminerait quels fonds pourraient être les destinataires des contributions de base initiales des entreprises en ligne.
53. Le Conseil est d'avis que les fonds financés au moyen du cadre réglementaire doivent refléter les éléments actualisés de la politique canadienne de radiodiffusion, comme énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle. En particulier, des fonds sont nécessaires pour mieux soutenir les émissions qui répondent aux besoins et aux intérêts des peuples autochtones, des CLOSM, des Canadiens qui sont issus des communautés racisées ou qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leur statut socio-économique, leurs capacités et handicaps, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre et leur âge, et qui traitent les entreprises en ligne canadiennes et internationales équitablement.
54. Le Conseil estime que les contributions autres qu'à des fonds (comme les dépenses en émissions canadiennes, ou DEC) s'inscriraient mieux dans les exigences financières souples du nouveau cadre de contributions. À cet égard, des discussions détaillées auront lieu et des décisions seront prises au cours de l'étape 2. Comme indiqué ci-dessus, les contributions actuelles des radiodiffuseurs traditionnels ne changeront pas à la suite de l'étape 1, mais feront l'objet de discussions à l'étape 2.

Entreprises de radiodiffusion de médias numériques

55. Les entreprises en ligne (anciennement connues sous le nom d'entreprises de radiodiffusion de médias numériques), y compris celles exploitées par des radiodiffuseurs canadiens, étaient précédemment exploitées conformément à l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques (OEMN), énoncée dans l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion

¹³ Ces parties et projets doivent respecter les critères relatifs aux projets admissibles énoncés aux paragraphes 117 à 132 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-332. Des exemples de projets admissibles et inadmissibles sont fournis sur la page Web du Conseil [Contributions au titre du développement du contenu canadien et projets admissibles](#).

2012-409¹⁴. Les entreprises en ligne ne sont actuellement soumises à aucune obligation en matière de contribution¹⁵.

56. En ce qui concerne les exigences de contribution pour le soutien de la programmation canadienne, le Conseil invite les parties à répondre aux questions et demandes suivantes :

Q6. En général, les stations de radio commerciale dont les revenus totaux dépassent 1 250 000 \$ sont tenues de verser des contributions de base au titre du DCC de 1 000 \$ plus 0,5 % des revenus dépassant 1 250 000 \$. Les plus grands groupes de télévision de langue anglaise verticalement intégrés ont des exigences au titre des DEC d'environ 30 % des revenus bruts de l'année de radiodiffusion précédente, tandis que les grands groupes de télévision de langue française verticalement intégrés ont des exigences au titre des DEC allant jusqu'à 45 % des revenus bruts de l'année de radiodiffusion précédente, en plus de l'obligation de produire des émissions de langue française originales. Les EDR autorisées sont généralement tenues de contribuer à la programmation canadienne 4,7 % de leurs revenus bruts de l'année de radiodiffusion précédente se rapportant aux activités de radiodiffusion, moins toute contribution admissible à l'expression locale. Dans cette optique, en vertu du nouveau cadre de contributions, l'engagement général en matière de contribution des entreprises en ligne devrait-il être comparable aux niveaux de contributions actuels des entreprises de radiodiffusion traditionnelles? Dans l'affirmative, quelles entreprises de radiodiffusion traditionnelles? Veuillez expliquer.

Q7. Un grand nombre des exigences de contribution actuelles du Conseil sont calculées en fonction des revenus annuels. En fonction de quoi le niveau de contribution de base initiale et l'engagement général en matière de contribution des entreprises en ligne devraient-ils être calculés? Si le Conseil devait utiliser les revenus annuels, veuillez faire part de vos observations sur le caractère approprié de la définition suivante¹⁶ :

Revenus annuels Revenus attribuables à la personne ou à ses filiales ou associés, le cas échéant, perçus du système canadien de radiodiffusion par l'ensemble de ses services au cours de l'année de radiodiffusion précédente (c'est-à-dire l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août de l'année qui précède l'année de radiodiffusion pour laquelle le calcul des revenus est déposé), que les services

¹⁴ Comme indiqué dans cette ordonnance d'exemption, une entreprise de radiodiffusion de médias numériques « [...] fournit des services de radiodiffusion, conformément à l'interprétation de l'expression "radiodiffusion" établie dans [l'avis public de radiodiffusion 1999-84/avis public de télécom 99-14], qui sont : a) distribués et accessibles par Internet; ou b) distribués au moyen de la technologie point à point et captés par des appareils mobiles. »

¹⁵ Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-140, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si l'OEMN demeure nécessaire pour satisfaire à toute fin réglementaire se rapportant aux entreprises en ligne ou si des modifications à cette ordonnance s'avèrent nécessaires (comme la modification, le remplacement ou l'abrogation de l'ordonnance).

¹⁶ Cette définition a été proposée aux fins d'observations dans les avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 et 2023-140.

consistent en des services offerts par des entreprises de radiodiffusion traditionnelles ou par des entreprises en ligne. Cela comprend les entreprises en ligne qui sont exploitées en tout ou en partie au Canada et celles qui perçoivent des revenus d'autres entreprises en ligne en offrant des services groupés sur la base d'un abonnement. Le Conseil acceptera les demandes de périodes de déclaration différentes et permettra aux répondants de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives.

Q8. Quel serait le niveau approprié de contribution de base initiale pour les entreprises en ligne? Cette contribution de base initiale devrait-elle être la même pour les entreprises en ligne exploitant des services audio par rapport à celles exploitant des services vidéo? Veuillez expliquer et préciser le niveau qui devrait être établi pour chaque type de service.

Q9. Dans le système actuel, divers fonds existent pour soutenir la création et la promotion du contenu canadien. Dans quelle mesure les fonds existants réussissent-ils à soutenir le contenu canadien en général, et dans quelle mesure pourraient-ils être améliorés? De même, les fonds actuels soutiennent-ils suffisamment les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, y compris ceux liés aux CLOSM, à la diversité, à l'inclusion et à l'accessibilité? Comment peuvent-ils être améliorés? Par exemple, le Conseil devrait-il envisager de modifier les critères des FPIC?

Q10. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle prévoit que « Le Conseil peut prendre des règlements concernant les dépenses à effectuer aux fins ci-après par les exploitants d'entreprises de radiodiffusion : [...] le soutien à la participation des personnes, des groupements ou des organisations qui représentent l'intérêt public dans le cadre d'une affaire dont il est saisi au titre de la présente loi ». Le Conseil devrait-il diriger une partie des contributions de base initiales vers le FPR ou d'autres fonds ayant des objectifs semblables?

Q11. Les contributions de base devraient-elles être versées uniquement aux fonds existants ou peuvent-elles être dirigées vers des fonds indépendants nouvellement créés? Les entités en ligne devraient-elles être autorisées à créer leurs propres fonds de production indépendants, auxquels leurs contributions seraient versées? Dans l'affirmative, quels critères devraient-elles être tenues de remplir? Quelle que soit la proposition, veuillez décrire le projet, y compris le niveau de financement requis pour le soutenir.

Q12. Comment les fonds de production peuvent-ils mieux soutenir la diversité, l'inclusion et l'accessibilité au Canada lorsqu'elles se rapportent à la représentation dans la programmation, aux créateurs ou à une combinaison des deux? Les contributions ou une partie des contributions devraient-elles être dirigées vers les fonds spécifiquement destinés à soutenir la diversité, l'inclusion et l'accessibilité dans le système de radiodiffusion? Dans l'affirmative, quelles organisations et quels fonds? De nouveaux fonds devraient-ils être créés? De plus, veuillez formuler des observations sur le processus de sélection, les critères d'admissibilité et les exigences

en matière de production de rapports qui seraient nécessaires pour soutenir cet objectif.

Q13. Formulez des observations sur la possibilité qu'un certain pourcentage ou une enveloppe des fonds de production soit consacré aux productions vidéo et aux projets audio autochtones. Quel serait le pourcentage approprié et quelles entités seraient tenues de contribuer à un tel fonds? Comment une telle exigence pourrait-elle ou devrait-elle être mise en œuvre et qui devrait administrer un tel fonds et en avoir la responsabilité? Quels autres éléments à prendre en compte sont pertinents pour la création et la gestion d'un tel fonds?

Q14. De nouveaux fonds devraient-ils être créés? Dans l'affirmative, quelles entités devraient être tenues de contribuer à un tel fonds? Qui devrait administrer le fonds et en avoir la responsabilité?

Q15. Le Conseil devrait-il exiger qu'un certain pourcentage ou une certaine proportion de la contribution de base d'une entreprise ou d'un groupe de propriété soit dirigée vers un fonds ou un type de fonds en particulier?

Enjeux et questions de l'étape 2

57. Dans les sections qui suivent, le Conseil expose les enjeux particuliers pour lesquels il sollicite des observations qui ont trait au nouveau projet de cadre de contributions. Chaque section comprend une liste de questions auxquelles les intervenants sont invités à répondre au moyen d'interventions écrites uniquement. Ces enjeux ne feront pas l'objet de discussions lors de l'audience amorcée par le présent avis de consultation, mais contribueront à informer le processus public de l'étape 2, qui comprendra également une audience publique distincte. Ces enjeux sont les suivants :

- les objectifs généraux du projet de nouveau cadre de contributions;
- des éléments particuliers du cadre de contributions concernant la création d'émissions canadiennes, la radiodiffusion autochtone, la diversité et l'inclusion, l'accessibilité ainsi que la promotion et la découvrabilité.

Objectifs généraux du projet de cadre de contributions

58. Le Conseil a l'intention de concevoir un nouveau cadre de contributions qui est souple et qui met l'accent sur des objectifs réglementaires clairement définis et mesurables sans indiquer précisément comment ces objectifs doivent être atteints. Cela devrait permettre aux entreprises applicables de déterminer la meilleure façon d'atteindre les résultats établis (c'est-à-dire une approche axée sur les résultats). Cela devrait également permettre d'éviter tout fardeau réglementaire inutile, encourager l'innovation et permettre aux entreprises réglementées de mieux contrôler la manière dont elles s'acquitteront de leurs obligations réglementaires. Toutefois, cela exigerait également que le Conseil détermine des mesures appropriées de succès et un plan de suivi du rendement afin d'assurer la transparence et la responsabilité envers le

Conseil et les Canadiens. À ce titre, le Conseil exigera l'accès aux données, y compris les résultats financiers et opérationnels, la classification du contenu (par exemple, par langue ou par genre), la consommation du contenu par le public sur les différentes plateformes et les observations des Canadiens.

59. Les objectifs généraux du Conseil en ce qui concerne les contributions à la programmation et aux créateurs canadiens sont les suivants :

- la production de programmation canadienne audio et vidéo originale de haute qualité;
- la production de nouvelles et de contenu qui reflète les réalités locales;
- un soutien accru à l'égard de la programmation de langue française, de la programmation créée par les Autochtones et d'une programmation qui reflète les communautés issues de la diversité du Canada et qui leur est pertinente;
- la prépondérance et la découvrabilité de la programmation canadienne en anglais, en français et dans les langues autochtones;
- la mise en place d'un financement durable à long terme pour le contenu;
- l'accroissement de l'innovation dans la production de contenu grâce à l'élaboration d'un cadre de contributions plus souple, fondé sur des mesures incitatives;
- le fait d'assurer un accès équitable des Canadiens à du contenu audio et vidéo exhaustif;
- la possibilité pour les Canadiens de faire des choix éclairés concernant leurs services audio et vidéo.

60. Tout nouveau cadre de contributions doit également être envisagé dans le contexte plus large de l'écosystème de la radiodiffusion. De même, le nouveau cadre de contributions doit refléter les différentes réalités des marchés de langue française et de langue anglaise. En outre, il doit reconnaître que l'élaboration de mesures réglementaires doit être entreprise dans le cadre de discussions et d'activités de mobilisations avec les communautés concernées, notamment les peuples autochtones, les CLOSM, les personnes en situation de handicap, les groupes racisés et ethnoculturels et d'autres communautés méritant l'équité.

61. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions et demandes suivantes :

Q16. Une approche axée sur les résultats et un cadre de contributions personnalisé garantirait-ils que le système de radiodiffusion dans son ensemble (y compris les entreprises en ligne) contribue à la réalisation des objectifs susmentionnés du Conseil? Quels autres résultats ou objectifs, autres que ceux énoncés dans la liste ci-

dessus, pourraient être nécessaires pour s'assurer que le système de radiodiffusion du Canada puisse prospérer maintenant et à l'avenir? La liste d'objectifs ci-dessus est-elle complète, précise, équitable et représentative des objectifs fixés dans la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle?

Q17. Le projet de nouveau cadre de contributions permettrait-il d'atteindre les résultats de la politique souhaitables pour le système canadien de radiodiffusion audio et vidéo? Pourquoi?

Q18. Les approches réglementaires des entreprises de radiodiffusion traditionnelles et des entreprises en ligne (audio ou vidéo) devraient-elles être distinctes et différentes, ou le Conseil devrait-il établir une nouvelle approche qui prend en considération le système de radiodiffusion dans son ensemble?

Q19. Une approche fondée sur les résultats et un cadre de contributions personnalisé, une fois finalisés, assureraient-ils une symétrie réglementaire entre les entreprises de radiodiffusion traditionnelles et les entreprises en ligne?

Q20. Le nouveau cadre de contributions pourrait-il ou devrait-il être appliqué aux entreprises de radiodiffusion ou aux groupes de propriété de radiodiffusion¹⁷? Si le cadre est appliqué au niveau des groupes de propriété, y a-t-il des obstacles à sa mise en œuvre au moyen d'ordonnances prises en vertu du paragraphe 11.1(2) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle¹⁸?

Q21. Dans quelle mesure le projet de nouveau cadre de contributions est-il adaptable aux besoins et aux capacités des petits acteurs indépendants?

Q22. Quelles sont, le cas échéant, les considérations particulières à accorder aux marchés de langue française et de langue anglaise?

Éléments particuliers du projet de cadre de contributions concernant le soutien aux émissions canadiennes, à la radiodiffusion autochtone, à la diversité et l'inclusion, ainsi qu'à la promotion et la découvrabilité

62. La conception d'un nouveau cadre de contributions permet au Conseil d'envisager d'autres approches, axées sur des mesures incitatives, afin de mieux soutenir un certain nombre d'objectifs de politique en permettant aux entreprises de concevoir leurs contributions d'une manière qui reflète au mieux leurs modèles d'entreprise, et

¹⁷ Le Conseil procède actuellement à une consultation sur la définition d'un « groupe de propriété de radiodiffusion » dans le cadre d'un appel aux observations concernant un projet d'ordonnance d'exemption pour les entreprises en ligne qui doivent s'enregistrer auprès du Conseil conformément au projet de *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* (voir l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139). La définition proposée dans cet avis de consultation est la suivante : « personne qui contrôle un ou plusieurs exploitants d'une ou de plusieurs entreprises de radiodiffusion affiliées auxquelles la *Loi sur la radiodiffusion* s'applique, y compris tous les exploitants de ces entreprises de radiodiffusion ».

¹⁸ Le paragraphe 11.1(2) se lit comme suit : « Le Conseil peut prendre une ordonnance concernant les dépenses à effectuer par un exploitant d'entreprise de radiodiffusion en particulier, à toutes fins visées aux alinéas (1)a) à d). »

en leur donnant une souplesse accrue quant à la manière dont elles contribuent au système canadien de radiodiffusion et à l'endroit où elles dirigent ces contributions.

63. Comme indiqué ci-dessus, le Conseil a l'intention d'élaborer et de mettre en œuvre des mesures incitatives particulières au cours des étapes 2 et 3. Toutefois, dans le cadre de l'étape 1, le Conseil sollicite des observations préliminaires concernant un certain nombre de mesures incitatives potentielles afin de mieux informer le contenu et la portée des avis de consultation qui seront publiés pour les étapes suivantes. En particulier, le Conseil souhaite obtenir des observations préliminaires concernant les mesures incitatives et les autres outils de réglementation en vue de soutenir la création, la promotion et la découvrabilité de programmation canadienne et d'assurer la diversité et l'inclusion dans le système canadien de radiodiffusion. Le Conseil reconnaît que les critères actuellement utilisés pour déterminer si un contenu audio et vidéo est canadien doivent être revus et possiblement mis à jour. Cela fera partie d'une instance future.

Soutien aux émissions canadiennes

64. Comme mentionné précédemment, les principales mesures de soutien actuelles au contenu canadien découlent des exigences en matière de dépenses et de présentation; celles-ci sont associées à des mesures incitatives telles que des crédits de temps et des crédits de dépenses. Le Conseil reconnaît que les exigences et les crédits en matière de présentation sont moins pertinents dans le contexte en ligne ou sur demande. Le soutien du contenu canadien à l'avenir nécessitera donc un ensemble différent d'outils.

65. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q23. Certaines entreprises en ligne proposent uniquement ou principalement du contenu créé au Canada. Leurs exigences de contribution devraient-elles être ajustées pour refléter cette réalité? Dans l'affirmative, de quelle manière? Quel type de renseignements le Conseil devrait-il utiliser pour le déterminer?

Q24. Le Conseil devrait-il reconnaître d'autres formes de contribution au système canadien de radiodiffusion, comme le paiement de droits, les engagements en matière de prépondérance et de distribution (par exemple, les services 9.1(1)h ou 9.1(1)i¹⁹), la promotion et la découvrabilité, la formation, les stages ou les dépenses en capital? Dans l'affirmative, comment ces contributions doivent-elles être reconnues, mesurées et surveillées?

¹⁹ L'alinéa 9.1(1)i) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle prévoit que le Conseil peut imposer des conditions de service qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre des objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* concernant l'obligation, sans modalité, pour les exploitants d'entreprises en ligne qui fournissent des services de programmation provenant d'autres entreprises de radiodiffusion, de manière analogue à une entreprise de distribution, d'offrir certains services de programmation fournis par une entreprise de radiodiffusion, qu'il détermine.

Q25. Comment le Conseil peut-il inciter les entreprises en ligne à s’approvisionner en contenu canadien et autochtone? Comment le Conseil peut-il aider les créateurs à accéder à du soutien et leur permettre de rendre leur contenu disponible aux publics canadiens et non canadiens? Comment le Conseil peut-il mieux encourager les partenariats entre les entreprises en ligne étrangères et les créateurs canadiens et autochtones?

Q26. Par quels autres moyens le Conseil peut-il encourager le soutien au contenu audio et vidéo canadien et autochtone? Quels types de projets ou d’entreprises seraient les plus touchés? Quelles initiatives de soutien au contenu canadien ou autochtone est-ce que vous explorez/envisagez/entreprenez actuellement?

Q27. Comment le Conseil devrait-il soutenir la programmation de créations orales canadienne et autochtone dans un contexte numérique?

Radiodiffusion autochtone

66. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle marque une reconnaissance majeure de l’importance des peuples autochtones et des langues autochtones dans le système canadien de radiodiffusion.
67. Les mesures de soutien actuelles à l’égard du contenu autochtone consistent principalement en des crédits d’impôt fédéraux et provinciaux, ainsi qu’en divers types de financement provenant de sources telles que la FACTOR et Musicaction, le Fonds de la musique du Canada, Téléfilm Canada, le Conseil des arts du Canada, le Fonds des médias du Canada et le Bureau de l’écran autochtone. Il existe également un financement limité pour les diffuseurs radio et les petits télédiffuseurs autochtones, ainsi que pour les sociétés de production autochtones, au moyen du fonds pour la Radiodiffusion autochtone dans le Nord du ministère du Patrimoine canadien.
68. À l’heure actuelle, aucune exigence n’est imposée aux radiodiffuseurs privés conventionnels à l’égard de la diffusion de contenu autochtone. Pour la radio, ce contenu est principalement diffusé par les stations de radio autochtone; pour la télévision, c’est par le réseau de télévision des peuples autochtones APTN (dont le titulaire de licence est Aboriginal Peoples Television Network Incorporated) (qui bénéficie d’une distribution obligatoire sur le service de base numérique), ainsi qu’au moyen de quelques nouveaux services facultatifs.
69. Dans la décision de radiodiffusion 2022-165, le Conseil a renouvelé les licences de radiodiffusion des services de radio et de télévision de la Société Radio-Canada (SRC). Dans cette décision, le Conseil a établi des exigences en matière de dépenses pour les productions vidéo réalisées par des producteurs autochtones et a imposé des exigences de présentation pour la diffusion de pièces musicales autochtones sur toutes les stations de radio de langue française et de langue anglaise de la SRC. En outre, le Conseil a exigé que la SRC procède à des consultations avec les peuples autochtones tous les deux ans pour s’assurer que la programmation du radiodiffuseur public répond à leurs besoins.

70. Le Conseil reconnaît l'importance de mobiliser et de consulter les peuples autochtones, y compris les diffuseurs et les créateurs, dans l'élaboration de nouvelles définitions et de mesures de soutien du contenu autochtone, car ils sont les mieux placés pour déterminer ce qui est nécessaire pour répondre aux besoins et aux intérêts des créateurs et des publics autochtones. Le Conseil a donc l'intention, dans le cadre d'une instance future, de tenir un processus de consultation publique qui portera notamment sur les définitions et les mesures de soutien du contenu autochtone.

71. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q28. Comment peut-on soutenir au mieux les créateurs et les conteurs autochtones pour s'assurer que les histoires autochtones sont racontées et accessibles sur de multiples plateformes, y compris les services en ligne?

Q29. Toutes les entreprises de radiodiffusion (en ligne et traditionnelles) devraient-elles être tenues de rendre disponibles ou de diffuser certaines quantités de contenu audio ou vidéo autochtone sur leurs services, y compris dans les langues autochtones? Les exigences en matière de dépenses sont-elles un moyen plus approprié de soutenir la création, la promotion et la découvrabilité du contenu autochtone? Les approches doivent-elles être différentes pour le contenu audio et le contenu vidéo? D'autres mesures incitatives ou mesures de soutien pourraient-elles être utilisées pour atteindre les objectifs du Conseil?

Q30. Quelles mesures incitatives ou autres mesures de soutien pourraient être mises en place pour augmenter le nombre de créateurs et de conteurs autochtones qui occupent des postes clés en matière de création dans la production de la programmation canadienne?

Q31. Quelles mesures incitatives ou autres mesures de soutien pourraient être mises en place pour accroître le nombre d'artistes autochtones?

Diversité et inclusion

72. La *Loi sur la radiodiffusion* actuelle souligne que le système canadien de radiodiffusion doit répondre aux besoins et aux intérêts de l'ensemble des Canadiens, notamment des Canadiens qui sont issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées ou qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leur statut socio-économique, leurs capacités et handicaps, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre et leur âge. Le Conseil examinera donc des options afin de mieux soutenir et encourager la création et la distribution de contenu canadien par des communautés qui sont actuellement sous-représentées dans le système de radiodiffusion, tout en s'assurant que ce contenu reflète ces communautés et leur est pertinent.

73. Le Conseil a employé plusieurs stratégies afin de promouvoir et d'encourager la production et la distribution de contenu créé par des communautés reflétant la diversité du Canada dans le système canadien de radiodiffusion, par exemple :

- l'attribution de licences pour les services de radio et de télévision à caractère ethnique et de langues tierces;
- des exigences en matière de dépenses pour la programmation vidéo diffusée par les services de langue française et de langue anglaise de la SRC et produite par des producteurs issus des CLOSM, des producteurs racisés, des producteurs en situation de handicap et des producteurs qui s'auto-identifient comme des personnes 2ELGBTQI+;
- l'obligation pour la SRC de consulter tous les deux ans les Canadiens issus des CLOSM, les Canadiens racisés, les Canadiens en situation de handicap et les Canadiens qui s'auto-identifient comme des personnes 2ELGBTQI+ pour s'assurer que la programmation du diffuseur public répond à leurs besoins;
- un statut d'offre obligatoire pour OUTtv (service avec une programmation axée sur la communauté 2ELGBTQI+) dans les marchés de langue anglaise;
- la distribution obligatoire d'OMNI Regional (service facultatif multilingue et multiethnique), de TVA (service de langue française), d'UNIS TV (service visant principalement à refléter la diversité de la francophonie canadienne, y compris les CLOSM) et d'AMI-tv, d'AMI-télé, d'AMI-audio et de Canal M (services offrant une programmation variée avec vidéodescription et sous-titrage codé) sur le service de base numérique; d'ICI RDI (canal de nouvelles de langue française de la SRC) dans les marchés de langue anglaise; et de CBC News Network (canal de nouvelles de langue anglaise de la SRC) dans les marchés de langue française;
- le [Groupe de discussion sur les langues officielles et les communautés minoritaires](#) du Conseil;
- les rapports annuels au sujet de la diversité culturelle;
- l'imposition d'exigences en matière de sous-titrage codé et de vidéodescription;
- l'initiative sur les [femmes dans la production](#).

74. Le Conseil reconnaît toutefois qu'il existe toujours une demande pour que davantage de contenu soit offert et pour que celui-ci reflète mieux les membres de ces communautés au sein du système canadien de radiodiffusion. D'autres initiatives seront probablement nécessaires afin de parvenir à une plus grande diversité et à une plus grande inclusion au sein du système canadien de radiodiffusion.

75. La mesure de la diversité du contenu reste également difficile, car les métadonnées permettant de la définir ne sont pas toujours disponibles ou accessibles. En outre, la manière dont ce contenu est catégorisé et les méthodes de mesure ne sont pas cohérentes.

76. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q32. Comment les entreprises en ligne soutiennent-elles actuellement la production et la découvrabilité de contenu audio et vidéo diversifié et inclusif? Quelles sont les initiatives les plus réussies? Devraient-elles être adaptées afin de promouvoir plus particulièrement du contenu canadien diversifié et inclusif? Dans l'affirmative, comment pourraient-elles l'être?

Q33. Le Conseil devrait-il envisager des exigences, des mesures incitatives ou une combinaison des deux qui permettraient le mieux de s'assurer que le contenu audio et vidéo est créé par des groupes diversifiés et inclusifs actuellement sous-représentés dans le système canadien de radiodiffusion? Les considérations sont-elles différentes pour les entreprises traditionnelles par rapport aux entreprises en ligne? Les considérations sont-elles différentes pour le contenu ou les services audio par rapport au contenu ou aux services vidéo?

Q34. Les exigences en matière de production de rapports, que ce soit à l'égard du contenu ou des postes clés en matière de création, pourraient-elles être considérées comme un outil efficace pour encourager une diversité et une inclusion accrues dans la programmation? Dans l'affirmative, comment cela pourrait-il s'appliquer au contenu ou aux services audio et vidéo? Dans l'affirmative, comment cela pourrait-il s'appliquer aux nouvelles et aux émissions sportives?

Q35. Comment le Conseil peut-il assurer au mieux la création et la découvrabilité du contenu provenant des CLOSM et des régions situées à l'extérieur des grands centres métropolitains sur de multiples plateformes?

Promotion et découvrabilité

77. Outre l'objectif de créer du contenu canadien et autochtone, la promotion, la découvrabilité et la distribution de contenu audio et vidéo canadien et autochtone, tant à l'échelle nationale qu'internationale, sont essentielles au succès continu du secteur canadien de la radiodiffusion.

78. Les exigences en matière de présentation ont été l'un des principaux mécanismes permettant d'assurer la disponibilité de la programmation canadienne. Par exemple, les stations de radio privées sont généralement tenues de consacrer un certain pourcentage de leur diffusion musicale hebdomadaire à du contenu canadien, notamment au moins 35 % de la musique populaire (catégorie de teneur 2) qu'elles

diffusent chaque semaine²⁰. Les services facultatifs qui ne fournissent pas de programmation en langues tierces sont généralement tenus de consacrer au moins 35 % des émissions diffusées au cours de chaque année de radiodiffusion à la diffusion d'émissions canadiennes.

79. En outre, le Conseil a mis en place des mesures incitatives pour encourager la promotion des émissions canadiennes. Les services de programmation indépendants peuvent comptabiliser les dépenses relatives à la promotion d'émissions canadiennes par des tiers dans une proportion maximale de 10 % de leurs DEC. De plus, 75 % des disponibilités locales²¹ doivent être mises à la disposition des EDR autorisées pour chaque journée de radiodiffusion afin de promouvoir des émissions canadiennes originales en première diffusion.
80. Le Conseil reconnaît que ces types d'exigences sont moins efficaces dans un contexte sur demande ou en ligne où le nombre d'émissions disponibles est illimité. En outre, avec des approches et des modèles commerciaux variés, il est probable que les entreprises en ligne pourront contribuer de différentes manières et disposeront de nouveaux outils afin de tirer le meilleur parti de la découvrabilité du contenu. Le Conseil reconnaît également qu'il sera difficile de mesurer la valeur des engagements proposés en matière de promotion et de découvrabilité, ainsi que de suivre leur succès.
81. Comme indiqué ci-dessus, le Conseil a l'intention d'appliquer une approche qui se concentre sur les normes de rendement et les mesures du succès souhaitées sans pour autant préciser les moyens ou la méthode en vue de les atteindre. À cet égard, le Conseil n'a pas l'intention, à l'heure actuelle, de prescrire l'utilisation par une entreprise d'une certaine méthode ou d'un certain outil afin d'obtenir les résultats souhaités en matière de promotion ou de découvrabilité ni d'imposer une telle exigence. Par exemple, le Conseil n'exigerait pas d'une entreprise qu'elle modifie ses stratégies de marketing ou qu'elle prescrive des fonctions particulières pour les pages d'accueil ou les moteurs de recherche. En outre, la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle interdit au Conseil de prendre des ordonnances en vertu de l'alinéa 9.1(1)e)²² qui exigeraient l'utilisation d'un algorithme ou d'un code source particulier. Il appartiendrait aux entreprises de décider des outils les mieux adaptés en vue d'atteindre les résultats ciblés en matière de promotion et de découvrabilité.

²⁰ Voir la section 2.2 du *Règlement de 1986 sur la radio*. En ce qui a trait aux catégories et sous-catégories de teneur pour la radio, voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-333.

²¹ L'expression « disponibilités locales » s'entend des périodes dans la programmation de services non canadiens pour lesquelles les EDR ont passé des contrats avec ces services non canadiens pour obtenir le droit d'insérer des annonces ou des promotions.

²² L'alinéa 9.1(1)e) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle prévoit que le Conseil peut imposer des conditions de service qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre des objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* concernant la présentation des émissions et des services de programmation que peut sélectionner le public, y compris la mise en valeur et la découvrabilité des émissions canadiennes et des services de programmation canadiens, notamment les émissions de langue originale française.

Cependant, le Conseil devra comprendre comment ces outils sont utilisés et mesurés afin d'évaluer si les résultats ciblés sont atteints.

82. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q36. Comment le Conseil peut-il s'assurer que les entreprises en ligne rendent la programmation audio et vidéo canadienne et autochtone disponible au Canada et à l'étranger? Quels types d'exigences ou de mesures incitatives optimiseraient le mieux la distribution du contenu canadien et autochtone, tant au niveau international que national?

Q37. Comment le Conseil peut-il s'assurer que le contenu canadien et autochtone est découvrable et promu sur les plateformes en ligne? Quelles mesures incitatives peuvent être appliquées?

Q38. Quel est le rôle des conservateurs et des agrégateurs de contenu, ainsi que des listes de lecture dans l'aide à la promotion et à la découvrabilité?

Q39. Le Conseil devrait-il envisager des exigences, des mesures incitatives ou une combinaison des deux qui permettraient le mieux d'assurer la distribution, la promotion et la découvrabilité du contenu audio et vidéo créé par des groupes méritant l'équité? Les considérations sont-elles différentes pour les entreprises traditionnelles par rapport aux entreprises en ligne?

Procédure

83. Les *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (Règles de procédure)* s'appliquent à la présente instance. Les *Règles de procédure* établissent, entre autres choses, les règles concernant le contenu, le format, le dépôt et la signification des interventions, des répliques et des réponses des intimés et des demandes de renseignements; la procédure de dépôt d'information confidentielle et des demandes de divulgation; et le déroulement des audiences publiques. Par conséquent, la procédure établie ci-dessous doit être lue en parallèle avec les *Règles de procédure* et les documents afférents, qui sont disponibles sur le site Web du Conseil sous la rubrique « [Lois et règlements](#) ». Les lignes directrices énoncées dans le bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2010-959 offrent des renseignements pour aider les intéressés et les parties à bien comprendre les *Règles de procédure* afin qu'elles puissent participer plus efficacement aux instances du Conseil.

84. Le Conseil tiendra une audience publique à compter du **20 novembre 2023** à **Gatineau (Québec)** afin d'aborder les questions énoncées dans le présent avis.

85. Le Conseil sollicite des observations à l'égard des enjeux et questions énoncés ci-dessus. Le Conseil acceptera les observations reçues au plus tard le **27 juin 2023**. Seules les parties ayant déposé des observations peuvent déposer une réplique à des

questions soulevées au cours de la période d'observations. La date limite pour le dépôt des répliques est le **12 juillet 2023**.

86. Aujourd'hui, le Conseil a également lancé une instance à l'égard du projet de *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* et d'un projet d'ordonnance d'exemption connexe (avis de consultation de radiodiffusion 2023-139). Il a également lancé une instance visant à examiner certaines ordonnances d'exemption actuelles ainsi que la transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne (avis de consultation de radiodiffusion 2023-140). Les intéressés doivent noter que chacun de ces avis de consultation amorce une instance distincte et qu'ils doivent déposer des observations au dossier de chaque instance à laquelle ils souhaitent participer. Certains éléments étant communs aux diverses instances, les intéressés devraient suivre l'évolution de chacune des instances.
87. Le Conseil demande aux parties de fournir, dans la mesure du possible, les preuves nécessaires pour étayer leurs observations ou propositions. Les questions énoncées dans le présent avis sont numérotées, et le Conseil demande aux parties d'indiquer le numéro des questions auxquelles elles répondent. De plus, le Conseil peut demander aux parties de répondre à d'autres questions. Ces questions et les réponses seront déposées au dossier public. Les groupes de consommateurs et les organismes de défense de l'intérêt public qui ont besoin d'une assistance financière pour participer à la présente instance peuvent présenter une demande à cet égard au FPR. Des renseignements sur ce fonds se trouvent sur le [site Web du FPR](#).
88. L'intervention doit comprendre l'un des énoncés suivants dans le premier ou le dernier paragraphe :
1. Je demande à comparaître à l'audience publique.
 2. Je ne désire pas comparaître à l'audience publique.
89. Les intéressés qui demandent à comparaître à l'audience publique doivent indiquer s'ils préfèrent participer :
- virtuellement depuis leur domicile ou leur bureau;
 - à l'endroit principal de l'audience publique à Gatineau.
90. À la suite de l'audience publique, les parties pourront soumettre de courtes observations finales.
91. Les parties qui souhaitent comparaître à l'audience publique doivent expliquer pourquoi leur intervention écrite ne suffit pas et pourquoi une comparution est nécessaire. De plus, les parties qui requièrent des auxiliaires de communication doivent en faire la demande à la première page de leur intervention. Le Conseil

n'invitera à comparaître à l'audience publique que les parties dont il a accepté la demande de comparution.

92. Les intéressés sont autorisés à recueillir, organiser et déposer, en un mémoire unique, des interventions au nom d'autres intéressés qui partagent leur opinion, mais qui ne désirent pas comparaître à l'audience. Des renseignements sur la manière de déposer ce type de mémoire, qu'on appelle une intervention favorable conjointe, ainsi qu'un modèle de la lettre d'accompagnement qui doit être déposée par les parties sont présentés dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2010-28-1.
93. Le Conseil encourage les intéressés et les parties à examiner le contenu du dossier public de la présente instance sur le site Web du Conseil pour tout renseignement additionnel qu'ils pourraient juger utile à la préparation de leurs mémoires.
94. Les mémoires de plus de cinq pages devraient inclure un résumé. Chaque paragraphe des mémoires devrait être numéroté. La mention *****Fin du document***** devrait également être ajoutée après le dernier paragraphe du mémoire. Cela permettra au Conseil de s'assurer que le document n'a pas été endommagé lors de la transmission par voie électronique.
95. En vertu du bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2015-242, le Conseil s'attend à ce que les entités constituées et les associations déposent leurs mémoires dans le cadre des instances du Conseil dans des formats accessibles (p. ex. des formats de fichier texte dont le texte peut être agrandi ou modifié, ou lu par un lecteur d'écran), et il encourage tous les Canadiens à faire de même. Pour leur faciliter la tâche, le Conseil a affiché sur son site Web des [lignes directrices](#) pour la préparation des documents en formats accessibles.
96. Les mémoires doivent être déposés auprès du Secrétaire général du Conseil selon **une seule** des façons suivantes :

en remplissant le

[\[Formulaire d'intervention/d'observation/de réponse\]](#)

ou

par la poste à l'adresse

CRTC, Ottawa (Ontario) K1A 0N2

ou

par télécopieur au numéro

819-994-0218

97. Les parties qui envoient des documents par voie électronique doivent s'assurer de pouvoir prouver au Conseil, sur demande, le dépôt ou la signification d'un document en particulier. Par conséquent, elles doivent conserver la preuve de l'envoi et de la réception d'un document pour une période de 180 jours à compter de la date du dépôt

ou de la signification du document. Le Conseil recommande aux parties qui déposent un document et en signifient copie par voie électronique de se montrer prudentes lors de la signification de documents par courriel, car la preuve de la signification peut être difficile à faire.

98. Conformément aux *Règles de procédure*, un document doit être déposé auprès du Conseil et des parties concernées au plus tard à 17 h, heure de Vancouver (20 h, heure d'Ottawa) à la date d'échéance. Les parties sont tenues de veiller à ce que leur mémoire soit déposé en temps opportun et ne seront pas informées si leur mémoire est reçu après la date limite. Les mémoires déposés en retard, y compris en cas de retard causé par la poste, ne seront pas pris en compte par le Conseil et ne seront pas versés au dossier public.
99. Le Conseil n'accusera pas officiellement réception des mémoires. Il en tiendra toutefois pleinement compte et les versera au dossier public de l'instance, pourvu que la procédure de dépôt énoncée ci-dessus ait été suivie.
100. Les personnes qui requièrent des auxiliaires de communication comme les dispositifs techniques pour malentendants et l'interprétation gestuelle voudront bien en aviser le Conseil au moins 45 jours avant le début de l'audience afin de lui permettre de prendre les dispositions nécessaires.

Avis important

101. Tous les renseignements fournis par les parties dans le cadre de ce processus public, sauf ceux désignés confidentiels, qu'ils soient envoyés par la poste, par télécopieur, par courriel ou au moyen du site Web du Conseil à l'adresse www.crtc.gc.ca, seront versés à un dossier public et affichés sur le site Web du Conseil. Ces renseignements comprennent les renseignements personnels, tels le nom complet, l'adresse électronique, l'adresse postale et les numéros de téléphone et de télécopieur.
102. Les renseignements personnels fournis par les parties peuvent être divulgués et seront utilisés aux fins auxquelles ils ont été recueillis ou compilés par le Conseil, ou pour un usage qui est compatible avec ces fins.
103. Les documents reçus en version électronique ou autrement sont affichés intégralement sur le site Web du Conseil, tels qu'ils ont été reçus, y compris tous les renseignements personnels qu'ils contiennent, dans la langue officielle et le format dans lesquels ils sont reçus. Les documents qui ne sont pas reçus en version électronique sont affichés en version PDF.
104. Les renseignements fournis au Conseil par les parties dans le cadre de ce processus public sont déposés dans une base de données impropre à la recherche et réservée exclusivement à ce processus public. Cette base de données ne peut être consultée qu'à partir de la page Web de ce processus public. Par conséquent, une recherche généralisée du site Web du Conseil, à l'aide de son moteur de recherche ou de tout

autre moteur de recherche, ne permettra pas d'accéder directement aux renseignements fournis dans le cadre de ce processus public.

Disponibilité des documents

105. On peut accéder aux interventions et aux répliques déposées pour cette instance, ainsi qu'à d'autres documents dont il est question dans le présent avis, en cliquant sur les liens dans la page [Consultations et audiences : donnez votre avis](#) du Conseil.
106. Les documents sont disponibles sur demande, pendant les heures normales de bureau. Veuillez contacter :

Centre de documentation
Examinationroom@crtc.gc.ca
Tél. : 819-997-4389
Télec. : 819-994-0218

Service à la clientèle
Téléphone sans frais : 1-877-249-2782
ATS sans frais : 1-877-909-2782

Secrétaire général

Documents connexes

- *Appel aux observations – Projet de règlement sur l'enregistrement des services de diffusion continue en ligne et projet d'ordonnance d'exemption relatif à ce règlement*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-139, 12 mai 2023
- *Appel aux observations – Examen des ordonnances d'exemption et transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-140, 12 mai 2023
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-333, 7 décembre 2022
- *Politique révisée sur la radio commerciale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332, 7 décembre 2022
- *Société Radio-Canada – Divers services audio et audiovisuels – Renouvellement de licences*, Décision de radiodiffusion CRTC 2022-165 et Ordonnances de radiodiffusion CRTC 2022-166 et 2022-167, 22 juin 2022
- *Exigences normalisées pour les services sur demande*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2017-138, 10 mai 2017

- *Cadre politique relatif aux fonds de production indépendants certifiés*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-343, 25 août 2016
- *Dépôt de mémoires en formats accessibles pour les instances du Conseil*, Bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2015-242, 8 juin 2015
- *Approche simplifiée concernant les avantages tangibles et la façon de déterminer la valeur de la transaction*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-459, 5 septembre 2014
- *Modifications à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques)*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, 26 juillet 2012
- *Lignes directrices à l'égard des Règles de pratique et de procédure du CRTC*, Bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2010-959, 23 décembre 2010
- *Modifications à certaines pratiques de dépôt d'interventions – application des pratiques de dépôt aux observations favorables conjointes lors d'une instance de politique de radiodiffusion*, Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2010-28-1, 10 décembre 2010
- *Nouveaux médias*, Avis public radiodiffusion CRTC 1999-84/Avis public Télécom CRTC 99-14, 17 mai 1999