



Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-2

Version PDF

Ottawa-Gatineau, le 9 janvier 2025

Dossier public : 1011-NOC2025-0002

Avis d'audience

12 mai 2025

Gatineau (Québec)

La voie à suivre – Travailler à l'établissement d'un système canadien de radiodiffusion durable

Date limite pour le dépôt des interventions : 24 février 2025

Date limite pour le dépôt des répliques : 11 mars 2025

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

Le Conseil tiendra une audience commençant le **12 mai 2025 à 9 h, au Centre de conférences, Phase IV, 140, promenade du Portage, Gatineau (Québec)**.

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

Sommaire

Dans le cadre de son plan réglementaire plus large visant à mettre en œuvre la *Loi sur la radiodiffusion (Loi)* modernisée, le Conseil lance une consultation en vue d'examiner les dynamiques du marché entre les petits, moyens et grands services de programmation, de distribution et en ligne, ainsi que les outils disponibles pour assurer la pérennité et la croissance du système canadien de radiodiffusion.

Le Conseil estime qu'un système canadien de radiodiffusion durable est un système qui est résilient, qui s'adapte efficacement au changement, qui soutient le contenu canadien et autochtone et facilite sa découvrabilité, et qui favorise la concurrence loyale, la diversité et l'innovation. Le Conseil examinera comment les dynamiques actuelles du marché influent sur la capacité de l'industrie à réaliser les objectifs de politique énoncés dans la *Loi*, tout en contribuant à faire en sorte que les Canadiens puissent choisir le contenu qu'ils souhaitent regarder ou écouter. Le Conseil a énoncé deux objectifs clés pour orienter la présente consultation :

- un modèle durable pour la fourniture et la découvrabilité d'un contenu canadien et autochtone varié;
- un marché équitable et concurrentiel.

Canada^{ca}

La présente consultation portera sur les services audiovisuels et audio traditionnels et en ligne. Elle s'appuie sur les consultations précédentes et vise à s'aligner sur les autres consultations publiques annoncées par le Conseil dans son plan réglementaire pour moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada, notamment celle sur le contenu canadien pour la télévision et les services de diffusion continue en ligne et la consultation à venir sur la politique audio. Elle vise également à établir le cadre stratégique des consultations qui aidera à orienter les exigences et les contributions individuelles finales des services traditionnels et en ligne au Canada.

Le Conseil acceptera les observations reçues au plus tard le **24 février 2025**. Seules les parties qui déposent des observations peuvent déposer une réplique à des questions soulevées pendant la période d'observations. Les répliques doivent porter uniquement sur les questions soulevées pendant la période d'observations. La date limite pour le dépôt des répliques est le **11 mars 2025**.

Le Conseil tiendra également une audience publique à Gatineau (Québec), qui débutera le **12 mai 2025**. À la suite de l'audience publique, les parties auront la possibilité de déposer de brèves observations finales, dans lesquelles elles pourront répondre aux interventions reçues ou aux observations soulevées au cours de l'instance et, le cas échéant, aux réponses aux engagements.

Introduction

1. L'industrie canadienne de la radiodiffusion est à la croisée des chemins, faisant face à de profonds changements entraînés par l'innovation technologique, les habitudes changeantes des consommateurs et la concurrence mondiale. Trouver un équilibre entre les intérêts commerciaux et la nécessité de promouvoir la diversité de l'expression culturelle et des valeurs sociales canadiennes est un défi continu, qui exigera une souplesse de la part de tous les acteurs de l'industrie et la participation de ces derniers, qu'ils soient publics ou privés. La viabilité et la pérennité de l'industrie canadienne de la radiodiffusion dépendront de la manière dont le secteur s'adaptera à l'ère numérique et continuera de répondre aux besoins d'un public diversifié et en constante évolution.
2. Le rôle du Conseil, défini dans la *Loi sur la radiodiffusion (Loi)*, est de réglementer et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion. Il doit le faire d'une manière souple, appliquer les principes d'équité réglementaire et élaborer un cadre réglementaire qui profite à l'ensemble du système.
3. De plus, le système de radiodiffusion devrait, entre autres :
 - être réceptif aux préférences et aux intérêts de publics variés;
 - favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation et, par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts de l'ensemble des Canadiens;

- veiller à ce que les entreprises de radiodiffusion canadiennes indépendantes continuent d’être en mesure d’y occuper un rôle essentiel;
 - assurer la découvrabilité équitable des services de programmation canadienne ainsi que du contenu canadien original, notamment les émissions de langue française.
4. Un système de radiodiffusion durable est un système qui répond efficacement aux objectifs de politique énoncés dans la *Loi*. C’est aussi un système qui aide à réaliser les aspirations culturelles, sociales et économiques des Canadiens. Il répond aux changements dans la technologie et la demande des consommateurs en s’adaptant à la façon dont les Canadiens découvrent et consomment du contenu et y accèdent, en particulier le contenu canadien et autochtone. Il est financièrement stable et capable de croître et d’évoluer. Il soutient la production et la distribution d’un contenu canadien (dans les deux langues officielles) et d’un contenu autochtone variés grâce aux contributions des différents acteurs privés et publics qui participent au système et en tirent profit.
 5. Le Conseil dispose de divers outils pour s’assurer que les objectifs de politique publique sont atteints. Par exemple, il a créé des règles relatives à la façon dont certaines entreprises de programmation doivent être mises à disposition et distribuées par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) et la façon dont certaines données recueillies par ces entreprises devraient être collectées et partagées. Il a également établi un cadre de règlement des différends pour faciliter les négociations commerciales et le règlement des différends, au besoin.
 6. Dans la présente instance¹, le Conseil examinera si ses outils actuels sont toujours efficaces et appropriés pour atteindre les objectifs de politique publique énoncés dans la *Loi*. Si ce n’est pas le cas, il examinera si ces outils devraient être modifiés ou remplacés par de nouveaux outils novateurs pouvant mieux s’adapter aux besoins de l’industrie dans l’environnement d’aujourd’hui.
 7. La présente instance couvrira les entreprises audiovisuelles et audio traditionnelles et en ligne. Toutefois, étant donné qu’un grand nombre des outils actuels liés à l’accès ont été élaborés pour régir la distribution des entreprises audiovisuelles, il se peut que les questions ne soient pas toutes pertinentes pour le secteur audio.
 8. Les deux objectifs clés suivants aideront à orienter la présente consultation :
 - a. **un modèle durable pour la fourniture et la découvrabilité d’un contenu canadien et autochtone varié** : Un système de radiodiffusion dans lequel les Canadiens peuvent accéder à un contenu audiovisuel et audio varié et découvrir un tel contenu;

¹ La présente instance s’appuie sur les instances précédentes, y compris les politiques réglementaires de radiodiffusion 2023-329, 2023-331 et 2024-121, finalisée par la politique réglementaire de radiodiffusion 2024-121-1 et l’ordonnance de radiodiffusion 2024-194.

- b. **un marché équitable et concurrentiel** : Un système de radiodiffusion dans lequel des règles d'engagement² équitables, transparentes et concurrentielles appuient les interactions entre les services de programmation³ et les distributeurs⁴, et qui fournit des mécanismes opportuns et efficaces pour régler les différends commerciaux.

Contexte

9. Le système canadien de radiodiffusion est composé de diverses entreprises traditionnelles et en ligne canadiennes et internationales, publiques et privées, apportant chacune des perspectives distinctes et des contributions uniques au système. Ces entreprises sont situées dans des marchés de langues française et anglaise distincts, présentant chacun leurs propres défis et occasions. Le paysage canadien de la radiodiffusion a considérablement changé au fil des ans, en particulier dans la façon dont le contenu est créé, acquis et fourni. L'essor des services de diffusion continue en ligne et la croissance des technologies numériques ont transformé presque tous les aspects du système.
10. Le secteur a vu de nouveaux joueurs entrer sur le marché, offrant aux Canadiens un large éventail d'options de contenu national et international. L'entrée de ces nouveaux joueurs a porté à un niveau sans précédent le volume et la diversité de la programmation accessible aux Canadiens.
11. Les nouvelles méthodes de distribution offrent aux entreprises de radiodiffusion des possibilités accrues de rejoindre les publics, y compris les publics internationaux. Elles obligent toutefois certaines entreprises de radiodiffusion à se transformer considérablement pour être concurrentielles. Par exemple, les radiodiffuseurs traditionnels ont connu une migration importante de leurs publics⁵ et de leurs revenus⁶ vers les médias numériques et les services de diffusion en continu. Cette migration a accru la pression sur les radiodiffuseurs traditionnels, tant publics que privés, qui doivent se réinventer pour conserver et faire croître leur public alors qu'ils

² Dans ce contexte, le terme « règles d'engagement » fait référence aux exigences, aux pratiques et aux principes.

³ Le terme « services de programmation » désigne ici à la fois les entreprises de programmation et les entreprises en ligne qui agissent comme des services de programmation.

⁴ Le terme « distributeurs » désigne ici à la fois les EDR et les entreprises en ligne qui agissent comme des EDR.

⁵ Entre 2015 et 2023, le temps passé par les Canadiens à écouter du contenu audio en ligne est passé de 4,6 heures par semaine à 9,4 heures par semaine, tandis que le temps passé à visionner du contenu audiovisuel en ligne est passé de 2,4 heures par semaine à 12,6 heures par semaine (Collecte de données du CRTC, Rapports sur le marché des communications – Données ouvertes).

⁶ En 2023, les services de diffusion continue en ligne ont enregistré une hausse de 14 % des revenus par rapport à l'année précédente. Au cours de la même période, les stations de radio commerciale, les services de télévision et les EDR ont enregistré une diminution de leurs revenus. En plus des baisses de revenus, les EDR continuent de signaler une baisse des tarifs d'abonnement (Collecte de données du CRTC, Rapports sur le marché des communications – Données ouvertes).

s'adaptent à un environnement de concurrence accrue et de changements technologiques.

12. L'afflux de nouveaux joueurs dans le système canadien de radiodiffusion, combiné à la consolidation et à l'intégration verticale au sein du secteur, a eu une incidence sur le paysage concurrentiel et les dynamiques du marché du système. De nombreux services ont été confrontés à ces changements et ont dû gérer l'impact qu'ils ont eu sur les revenus publicitaires et d'autres aspects de leurs activités.
13. Les changements dans l'environnement concurrentiel ont également perturbé les relations commerciales de longue date. Alors qu'auparavant, seules quelques parties négociaient pour les droits à l'égard du contenu et des services de programmation, les radiodiffuseurs canadiens doivent de plus en plus concurrencer directement des services nationaux et internationaux possédant divers degrés de pouvoir de marché pour acquérir ces droits.
14. Les pressions concurrentielles ont entraîné, à leur tour, une augmentation des différends commerciaux formels et informels entre les services de programmation et les EDR. Ces différends impliquent souvent le retrait, ou la menace de retrait, de services de programmation par les EDR. Ils comprennent aussi souvent des services indépendants qui offrent une diversité de propriété, de programmation et de perspectives – autant d'éléments essentiels pour refléter les intérêts de l'ensemble des Canadiens.
15. Cet environnement de radiodiffusion a présenté des défis liés à la création et à la disponibilité de contenu audio et audiovisuel canadien et autochtone. Ces défis peuvent être plus importants pour les artistes, les créateurs, les producteurs, les services de programmation et les EDR provenant de communautés issues de la diversité, y compris les communautés autochtones, les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), les communautés d'expression française et les groupes méritant l'équité.
16. Compte tenu des tendances décrites ci-dessus, le Conseil examine les dynamiques du marché entre les petites, moyennes et grandes entreprises de programmation, de distribution et en ligne. Cette analyse lui permettra de déterminer quelles mesures peuvent être nécessaires pour réaliser les objectifs de politique de la *Loi* et assurer la pérennité et la croissance du système canadien de radiodiffusion.

A. Un modèle durable pour la fourniture et la découvrabilité d'un contenu canadien et autochtone varié

17. Les dynamiques du marché au sein de l'industrie canadienne de la radiodiffusion sont devenues de plus en plus complexes en raison d'une combinaison de facteurs réglementaires, commerciaux et technologiques qui façonnent les interactions entre les radiodiffuseurs, les créateurs, les annonceurs et les Canadiens.

18. L'un des aspects les plus complexes des relations commerciales dans l'industrie canadienne de la radiodiffusion est la coexistence de radiodiffuseurs traditionnels et de services de diffusion continue en ligne. Cette complexité a été davantage accentuée par les différences importantes dans la façon dont les relations commerciales et les dynamiques du marché se déroulent dans les marchés de langues française et anglaise du Canada, y compris la façon dont les relations entre les radiodiffuseurs publics et privés ont évolué. L'essor des services internationaux de diffusion continue en ligne a radicalement changé les dynamiques du marché, créant des tensions entre les radiodiffuseurs traditionnels et ces nouveaux joueurs. Ce changement a créé à la fois une concurrence et une collaboration. Par exemple, les radiodiffuseurs canadiens concluent de plus en plus souvent des partenariats avec des services de diffusion continue en ligne pour la distribution ou la production conjointe de contenu, tout en essayant d'adapter leurs propres services pour capter une part du marché de la diffusion en continu.
19. Les radiodiffuseurs canadiens ont accru leur investissement dans le contenu en ligne, et certains d'entre eux ont lancé leurs propres services de diffusion continue en ligne pour être concurrentiels sur le marché. Cependant, le succès de ces initiatives a été mitigé, car les services canadiens de diffusion continue en ligne font face à des défis importants, notamment une concurrence acharnée de la part d'acteurs internationaux établis qui disposent de vastes bibliothèques de contenu et ont une grande portée internationale.
20. La pérennité du système canadien de radiodiffusion dépend à la fois de la capacité des services nouveaux et existants d'accéder au système et de la capacité des Canadiens de découvrir le contenu varié qu'il offre. Les changements apportés au système de radiodiffusion ont eu une incidence sur la chaîne actuelle de distribution du contenu, rendant parfois plus difficile pour les créateurs et les services canadiens indépendants, entre autres, d'atteindre leurs publics cibles. Le système de radiodiffusion doit refléter le tissu culturel riche et diversifié du Canada et veiller à ce que les Canadiens aient accès au contenu de leur choix, y compris le contenu d'importance nationale et culturelle, peu importe la façon dont ils accèdent à ce contenu.
21. En même temps, veiller à ce que les Canadiens aient accès au contenu et à ce que celui-ci soit découvrable ne signifie pas que le contenu connaîtra nécessairement du succès auprès du public. Un principe de politique de la présente instance et du cadre réglementaire qui en découlera est d'assurer le choix dans le contenu et la capacité de consommer le contenu choisi, et non d'orienter les Canadiens vers le contenu qu'ils doivent consommer ou comment ils doivent le faire.

Comprendre les dynamiques actuelles du marché ainsi que les défis et occasions qu'elles présentent

Accès au système de radiodiffusion

22. Comme les modèles d'affaires et les plateformes de distribution évoluent continuellement, le Conseil reconnaît que, pour certaines entreprises de radiodiffusion, le changement dans les dynamiques du marché présente des obstacles et des défis à leur viabilité. Toutefois, ce changement peut également être une occasion pour elles de rester pertinentes et de croître en trouvant des moyens novateurs de relier le contenu à ceux qui le consomment.
23. Des mesures sont en place pour soutenir l'accès des entreprises de radiodiffusion au système⁷. Cependant, ces mesures sont actuellement presque exclusivement axées sur le système de radiodiffusion traditionnel.
24. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q1. Quels sont les principaux défis à relever pour faire en sorte que les entreprises de radiodiffusion existantes et les nouveaux arrivants dans le système de radiodiffusion ne sont pas confrontés à des obstacles structurels, financiers, technologiques ou réglementaires injustifiés? Quels obstacles devraient être considérés comme injustifiés? Quels obstacles démontrent une défaillance du marché⁸? Ces défis varient-ils en fonction de la taille des entreprises traditionnelles et en ligne?

Q2. Y a-t-il des défis propres au marché de langue française et au marché de langue anglaise? Dans l'affirmative, veuillez expliquer ces défis.

Q3. Y a-t-il des défis particuliers à relever pour faire en sorte que les entreprises de radiodiffusion qui sont la propriété ou sous le contrôle, ou qui présentent des émissions, de créateurs et de producteurs appartenant à des communautés autochtones, à des CLOSM, à des groupes méritant l'équité et à d'autres groupes de Canadiens d'antécédents divers, y compris ceux issus de communautés ethniques et culturelles diverses, ont accès au système de radiodiffusion? Dans l'affirmative, quelles mesures ou quels incitatifs particuliers le Conseil pourrait-il mettre en œuvre pour relever ces défis?

Q4. Quelles occasions liées à l'accès ont émergé des nouvelles technologies et de l'évolution des dynamiques du marché? Par exemple, ces changements ont-ils entraîné une augmentation des partenariats ou l'élaboration de nouvelles approches pour atteindre les publics? Comment ces occasions peuvent-elles être utilisées pour assurer la croissance et promouvoir l'innovation dans le système de

⁷ Certaines de ces mesures d'accès sont énumérées au paragraphe 38 du présent avis.

⁸ Ces obstacles se distinguent ici des autres stratégies de marché ordinaires qui ne devraient pas attirer l'attention sur le plan réglementaire.

radiodiffusion? Y a-t-il des occasions propres au marché de langue française ou au marché de langue anglaise?

Q5. La présente instance vise à examiner l'évolution des dynamiques du marché entre les entreprises de programmation, de distribution et en ligne. Ces dynamiques peuvent avoir une incidence sur d'autres joueurs de l'industrie, y compris les producteurs, les créateurs, les artistes et les annonceurs. Veuillez formuler des observations sur les répercussions de ces dynamiques du marché en évolution sur les relations entre les entreprises de radiodiffusion et ces autres joueurs qui exercent des activités dans le système canadien de radiodiffusion.

Q6. Comment un cadre modernisé lié à l'accès peut-il appuyer la propriété au sein des communautés autochtones, des CLOSM, des groupes méritant l'équité et d'autres groupes de Canadiens d'antécédents divers, y compris ceux issus de communautés ethniques et culturelles diverses?

Q7. Le Conseil devrait-il envisager de recueillir et de publier des données sur la propriété et le contrôle des entreprises par des peuples autochtones, des membres de CLOSM, des membres de groupes méritant l'équité et d'autres Canadiens d'antécédents divers, y compris ceux issus de communautés ethniques et culturelles diverses? Dans l'affirmative, quels points de données précis seraient utiles et pour quelle raison? Quels sont les défis associés à la collecte de ce type de données et comment le Conseil pourrait-il relever ces défis?

Q8. De quelles façons les outils d'accès actuels encouragent-ils l'innovation ou y nuisent-ils?

Découvrabilité du contenu

25. Le choix des consommateurs peut stimuler la demande pour un éventail varié de contenu. Toutefois, à mesure que le choix des consommateurs évolue et que le volume de contenu disponible se multiplie, les services indépendants en particulier, qu'ils soient traditionnels ou en ligne, peuvent avoir plus de mal à rivaliser pour obtenir de la visibilité et atteindre efficacement leur public.
26. Le Conseil reconnaît que la découvrabilité et la mise en évidence⁹ des entreprises de radiodiffusion canadiennes privées et publiques et du contenu canadien qu'elles offrent sont nécessaires pour assurer la pérennité du système canadien de radiodiffusion. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86, le Conseil a identifié la découvrabilité du contenu canadien de langues française et anglaise comme un défi particulier, tant à l'échelle nationale¹⁰ qu'internationale, et comme un défi encore plus grand pour les radiodiffuseurs indépendants qui n'ont pas la portée

⁹ La mise en évidence est un aspect de la découvrabilité et un terme souvent utilisé en référence à la visibilité sur les services de diffusion continue en ligne.

¹⁰ Le Conseil a reconnu dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86 que la découvrabilité représentait davantage un défi au pays pour la programmation canadienne de langue anglaise que pour la programmation canadienne de langue française.

ou le profil des grandes entités verticalement intégrées. Plus récemment, dans la décision de radiodiffusion 2022-76, le Conseil a déclaré que les services indépendants avaient besoin de soutien pour assurer leur découvrabilité.

27. La découvrabilité est une préoccupation centrale pour le Conseil alors qu'il s'efforce de moderniser le cadre canadien de radiodiffusion. En plus des questions soulevées dans le présent avis, des questions liées à la découvrabilité et la mise en évidence du contenu canadien et autochtone sont également examinées dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2024-288, dans lequel le Conseil cherche à moderniser la définition de contenu canadien. Plus précisément, l'instance vise notamment à examiner comment la définition de contenu canadien et d'autres mesures réglementaires connexes peuvent faciliter la découvrabilité et l'exportabilité du contenu canadien, tant au Canada qu'à l'échelle internationale. De plus, la consultation à venir sur la politique audio évaluera la découvrabilité du contenu audio, recueillant notamment des points de vue sur la façon dont les acteurs du secteur audio peuvent contribuer à la diversité du système canadien de radiodiffusion.
28. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q9. Quels défis particuliers les entreprises de radiodiffusion, par opposition aux producteurs et créateurs individuels, doivent-elles relever pour faire promouvoir et découvrir leurs services et leur contenu? Le cadre réglementaire actuel du Conseil aide-t-il ou entrave-t-il la découvrabilité et la mise en évidence des entreprises de radiodiffusion? Le Conseil devrait-il soutenir les efforts de certaines catégories d'entreprises de radiodiffusion visant à conserver ou à augmenter efficacement leurs publics? Dans l'affirmative, comment? En quoi ces défis diffèrent-ils pour les services traditionnels et les services en ligne?

Q10. Comment les entreprises de radiodiffusion traditionnelles et en ligne favorisent-elles actuellement la découvrabilité et la mise en évidence d'un contenu audiovisuel et audio varié et inclusif? Quelles sont les initiatives les plus réussies dans ce domaine?

Q11. Comment le Conseil peut-il encourager la découvrabilité et la mise en évidence des services de programmation canadiens et autochtones, dans l'ensemble des EDR traditionnelles et des entreprises en ligne, dans les marchés de langue française et de langue anglaise, tant à l'échelle nationale qu'internationale?

Événements d'importance nationale et culturelle

29. Depuis toujours, les radiodiffuseurs en direct, tant publics que privés, diffusent des événements d'importance nationale et culturelle à un public national. Ces événements sont souvent liés au sport, mais comprennent également des célébrations nationales comme la fête du Canada et la Journée nationale des peuples autochtones. Cependant, comme le système de radiodiffusion est devenu plus fragmenté et que

moins de gens consomment les émissions en direct, il y a un risque croissant que les Canadiens perdent l'accès à ces événements importants.

30. À l'échelle internationale, des territoires de compétence ont désigné certaines compétitions sportives, comme les Jeux olympiques, comme étant des événements d'intérêt national et culturel et ont mis en place des lois « anti-siphonnage » pour s'assurer que le visionnement de ces événements reste gratuit¹¹.
31. Un autre obstacle potentiel à l'accès à la diffusion d'événements d'importance nationale et culturelle est la diffusion d'événements en direct par les services de diffusion continue en ligne. Les services de diffusion continue en ligne canadiens et internationaux, y compris ceux exclusivement dédiés aux sports, ont considérablement modifié le paysage de la fourniture de contenu. Si, à l'origine, ces services offraient du contenu de bibliothèque sur demande, ils diffusent également de plus en plus d'événements sportifs en direct.
32. À mesure que le coût de l'acquisition des droits sur les émissions continue d'augmenter, les entreprises de radiodiffusion canadiennes traditionnelles, y compris la Société Radio-Canada (SRC), peuvent avoir plus de difficultés à obtenir les droits de diffusion de certains événements en direct d'importance nationale et culturelle¹². Ces difficultés pourraient nuire à la capacité des services de programmation d'attirer des publics et d'assurer des revenus publicitaires constants. Cela pourrait aussi avoir une incidence sur la capacité des Canadiens d'accéder à des événements d'importance pour eux.
33. Compte tenu de ces facteurs, le Conseil examine si des mesures réglementaires sont justifiées pour aider à faire en sorte que les Canadiens continuent d'avoir accès à des événements jugés d'importance nationale et culturelle.
34. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q12. Le système de radiodiffusion devrait-il assurer un accès continu aux événements d'importance nationale et culturelle? Dans l'affirmative, comment cet accès pourrait-il être assuré? Veuillez expliquer votre réponse. Quels types d'émissions et d'événements devraient être considérés comme des émissions d'importance nationale et culturelle? Quels critères le Conseil devrait-il prendre en considération pour déterminer si des émissions correspondent à ces désignations?

Q13. Faut-il mettre en place des mesures ou des incitatifs pour s'assurer que les émissions d'importance nationale et culturelle sont accessibles au public? Le

¹¹ Par exemple, en Australie, l'article 115 et l'alinéa 10(1)(e) de l'annexe 2 de la *Broadcasting Services Act 1992* et, au Royaume-Uni, le « Code on Sports and Other Listed and Designated Events » (Ofcom).

¹² Cette catégorie pourrait inclure, par exemple, les Jeux olympiques, les événements patrimoniaux ou les festivals culturels.

Conseil devrait-il envisager d'adopter des mesures réglementaires semblables à celles en place dans d'autres territoires de compétence, par exemple des mesures liées à l'anti-siphonnage? Dans l'affirmative, veuillez expliquer pourquoi et indiquer quelles mesures pourraient être mises en œuvre. Y a-t-il des différences entre la façon dont ces mesures pourraient être mises en œuvre dans les marchés de langues française et anglaise ou pour les communautés autochtones, les CLOSM et d'autres groupes méritant l'équité?

Appareils connectés

35. Les Canadiens sont plus nombreux que jamais à posséder des appareils connectés¹³. Les appareils connectés dotés de logiciels intégrés et d'interfaces servant à naviguer sur les services, comme les téléviseurs connectés¹⁴, ont eu une incidence considérable sur les modèles d'affaires traditionnels de distribution de contenu et ont changé la façon dont les Canadiens peuvent accéder au contenu. Les EDR sont désormais confrontées à la concurrence d'un large éventail de points d'accès à la diffusion de contenu, y compris les services de diffusion continue en ligne et les chaînes de télévision en continu avec publicité gratuites (FAST)¹⁵ disponibles directement sur les téléviseurs et autres appareils connectés. Ces appareils connectés ont également contribué à rendre les services audio disponibles par différents modes de diffusion.
36. Étant donné l'utilisation croissante d'appareils connectés, comme les téléviseurs intelligents, les téléphones mobiles et les dispositifs de diffusion en continu, pour accéder aux entreprises de programmation canadiennes, l'incidence de ces appareils sur la découvrabilité du contenu canadien et autochtone et sur la pérennité du système canadien de radiodiffusion augmentera probablement.
37. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q14. Quels impacts les appareils connectés ont-ils eus sur l'accès au système canadien de radiodiffusion? Ces impacts diffèrent-ils selon le marché linguistique ou pour les communautés autochtones, les CLOSM, les groupes méritant l'équité et les Canadiens d'autres antécédents divers?

Q15. Les entreprises de radiodiffusion exploitées au Canada ont-elles de la difficulté à obtenir l'accès (y compris un placement préférentiel ou une priorisation équitables) aux interfaces et aux plateformes sur les appareils connectés? Veuillez fournir des exemples précis.

¹³ 76 % des adultes canadiens déclarent posséder un téléviseur connecté, selon l'Observateur des technologies médias, printemps 2024.

¹⁴ L'utilisation de téléviseurs connectés a doublé au cours des dix dernières années, selon l'Observateur des technologies médias, automne 2023.

¹⁵ Les services FAST offrent généralement une programmation télévisuelle linéaire traditionnelle en ligne sans abonnement payant, financée principalement ou entièrement par la publicité.

Q16. Des exigences ou des incitatifs sont-ils nécessaires concernant l'accès sur les appareils connectés pour des services de programmation ou distributeurs en particulier?

Q17. Y a-t-il des formes nouvelles et émergentes de technologie que le Conseil devrait surveiller comme étant des perturbateurs potentiels du statu quo pour la mobilisation du public et la distribution du contenu?

Examiner l'efficacité des outils réglementaires existants compte tenu de l'évolution des dynamiques du marché

38. Le Conseil a actuellement plusieurs outils réglementaires en place pour veiller à ce que les Canadiens aient accès au contenu qu'ils souhaitent consommer, y compris les nouvelles. Toutefois, ces mesures s'appliquent uniquement au système traditionnel. Compte tenu de l'évolution des dynamiques du marché, et en particulier de la prévalence croissante des services de diffusion continue en ligne, l'efficacité des outils réglementaires doit être réévaluée. Ces outils comprennent, sans s'y limiter, les suivants :

- Diffusion en direct
 - La radiodiffusion et la télédiffusion en direct privées et publiques offrent aux Canadiens un accès gratuit à un large éventail d'émissions, y compris des nouvelles, du divertissement et la couverture d'événements importants. Les EDR sont tenues d'inclure des stations locales en direct dans chaque zone de desserte dans le cadre de leur service de base, assurant ainsi un accès plus large à ce contenu essentiel.
 - Afin d'assurer l'accès à la programmation dans les deux langues officielles, les EDR sont également tenues d'inclure dans leur service de base au moins une station de télévision en direct de langue française et une station de télévision en direct de la langue anglaise qui sont exploitées par la SRC ou qui lui sont affiliées.
- Distribution obligatoire en vertu de l'alinéa 9.1(1)h)¹⁶ de la *Loi*
 - Pour que les Canadiens aient accès à un vaste éventail d'émissions, y compris aux services de nouvelles essentiels¹⁷, le Conseil peut exiger que les EDR offrent une programmation précise selon les modalités qu'il juge appropriées. Lorsqu'il envisage la distribution obligatoire, le Conseil évalue les critères énoncés dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-629 et prend des ordonnances de distribution

¹⁶ En vertu de l'alinéa 9.1(1)h), le Conseil peut exiger des EDR qu'elles offrent, selon les modalités qu'il précise, certains services de programmation fournis par une entreprise de radiodiffusion, qu'il détermine.

¹⁷ Les EDR doivent distribuer les services qui se qualifient en tant que services facultatifs de nouvelles nationaux (CBC News Network, ICI RDI, CTV News Channel, Le Canal Nouvelles, et The News Forum).

en conséquence. Traditionnellement, la distribution obligatoire a été utilisée pour assurer l'accès et le soutien à la programmation d'une importance exceptionnelle, y compris les services de nouvelles.

- Règle 1:1
 - Une EDR doit distribuer au moins un service facultatif d'une entreprise de programmation indépendante pour chaque service facultatif d'une entreprise de programmation liée¹⁸ qu'elle distribue¹⁹.
- Exigences relatives aux blocs²⁰
 - Pour assurer un accès abordable à la programmation canadienne essentielle, les EDR autorisées doivent offrir un service de base pour un maximum de 25 \$ par mois.
 - Afin d'accroître l'accessibilité et l'abordabilité des services facultatifs pour les Canadiens, les EDR autorisées doivent offrir tous ces services, y compris une programmation à caractère ethnique, autochtone et en langue tierce, sur une base à la carte et dans de petits blocs abordables.
- Prépondérance²¹
 - Afin de favoriser un plus grand choix et une plus grande souplesse tout en encourageant l'épanouissement de l'expression canadienne, les EDR doivent offrir une prépondérance de services canadiens à leurs abonnés.

39. Il est important que le Conseil évalue si les outils réglementaires existants, comme ceux énumérés ci-dessus, sont toujours appropriés et efficaces dans l'environnement de radiodiffusion d'aujourd'hui, en tenant compte des marchés de langues française et anglaise, et si l'un ou l'autre de ces outils devrait s'appliquer aux entreprises en ligne.

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

¹⁸ Une entreprise de programmation liée s'entend d'une entreprise de programmation qui est contrôlée par une EDR.

¹⁹ L'alinéa 19(3)a) du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* porte sur la distribution de services facultatifs indépendants de langue anglaise, tandis que l'alinéa 19(3)b) porte sur la distribution de services facultatifs indépendants de langue française.

²⁰ Voir l'article 23 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.

²¹ Voir le paragraphe 6(1) du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.

Q18. Les outils réglementaires actuels sont-ils appropriés et efficaces pour faire en sorte que les entreprises de radiodiffusion ont accès au système de radiodiffusion, surtout lorsqu'on considère la différence entre les marchés de langues française et anglaise? Dans la négative, veuillez expliquer pourquoi.

Q19. Ces outils pourraient-ils être modifiés pour permettre au système de radiodiffusion de mieux atteindre les objectifs de politique de la *Loi*? Dans l'affirmative, comment pourraient-ils être modifiés? Le Conseil devrait-il envisager de nouveaux outils? Dans l'affirmative, lesquels?

Q20. Serait-il approprié d'adapter ces outils d'accès aux entreprises en ligne, compte tenu du pouvoir conféré au Conseil par la *Loi*? Dans l'affirmative, comment pourraient-ils être adaptés pour maximiser leur efficacité?

Q21. Le soutien aux services d'une importance exceptionnelle, comme la distribution obligatoire en vertu de l'alinéa 9.1(1)h) de la *Loi*, devrait-il être semblable dans le système traditionnel et dans l'environnement en ligne, ou le Conseil devrait-il adopter une approche différente dans chaque cas? Quels principes ou lignes directrices devraient s'appliquer à l'exercice par le Conseil de son pouvoir énoncé à l'alinéa 9.1(1)i) de la *Loi*²²? Veuillez expliquer votre raisonnement.

Q22. De nouveaux outils réglementaires ou incitatifs sont-ils nécessaires pour accroître l'accès au système de radiodiffusion pour les services de programmation indépendants canadiens? Dans l'affirmative, quel type de mesures réglementaires faudrait-il envisager?

Q23. Quels outils supplémentaires ou révisés pourraient être mis en place pour appuyer l'accès aux entreprises indépendantes traditionnelles canadiennes qui transitionnent vers une offre de services en ligne?

B. Un marché équitable et concurrentiel

41. Les relations commerciales entre les services de programmation et les distributeurs constituent une composante importante du système de radiodiffusion. Compte tenu de la diversité des services traditionnels et en ligne qui participent à l'industrie et de la multiplicité des plateformes et des modèles d'affaires, il existe des déséquilibres de pouvoir dans le système de radiodiffusion qui peuvent être exploités par certaines entités. Ces déséquilibres ont mis à rude épreuve les relations commerciales et entravé la capacité de divers services à participer au système de manière équitable et significative.

²² L'alinéa 9.1(1)i) de la *Loi* 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* 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.

42. En ce qui concerne l'équité et la concurrence, le Conseil a pour objectif d'assurer une concurrence loyale et des relations équitables pour les entreprises de radiodiffusion dans le système canadien de radiodiffusion. Dans la présente instance, le Conseil vise donc à :

- établir des règles d'engagement équitables, transparentes et concurrentielles pour les interactions entre les services de programmation et les distributeurs;
- déterminer à quel moment il est dans l'intérêt public que le Conseil participe au processus de négociation;
- veiller à ce que des mécanismes efficaces et opportuns soient en place pour régler les différends commerciaux.

43. Pour favoriser des relations équitables et transparentes au sein d'un secteur de la radiodiffusion comprenant maintenant à la fois des entreprises traditionnelles et des entreprises en ligne, il faut notamment mettre en place un ensemble clair de règles ou de lignes directrices efficaces et transparentes pour orienter les négociations.

44. Le Conseil reconnaît qu'il doit revoir son cadre de règlement des différends pour contribuer à assurer un règlement efficace et opportun des règlements commerciaux et faire en sorte que le cadre a la souplesse requise pour répondre aux besoins en évolution rapide de l'industrie de la radiodiffusion. À mesure que le secteur devient plus dynamique et plus complexe, le cadre doit être mis à jour pour gérer plus efficacement les différends et promouvoir un système de radiodiffusion équitable, équilibré et durable. En outre, le Conseil sollicite des commentaires sur l'élaboration d'un cadre de réglementation de la préférence induite pour inclure les entreprises en ligne et pour lutter contre les pratiques anticoncurrentielles.

45. Le Conseil est d'avis que l'harmonisation des règles d'engagement et des mécanismes de règlement extrajudiciaire des différends (RED) du Conseil sera importante pour favoriser des relations commerciales équitables et transparentes.

Comprendre les dynamiques actuelles du marché ainsi que les défis et occasions qu'elles présentent

46. Le Conseil se fie actuellement au Code sur la vente en gros²³ pour assurer des négociations équitables et transparentes entre les EDR, les entreprises de programmation et les entreprises en ligne, ainsi qu'à des outils comme une politique

²³ Les renvois au Code sur la vente en gros comprennent toute référence à la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438 (Code sur la vente en gros) ou au bulletin d'information de radiodiffusion 2015-440 (interprétation du Code sur la vente en gros) qui l'accompagne.

sur la propriété mixte de médias²⁴ pour promouvoir une diversité de voix éditoriales dans le contenu de programmation, y compris les nouvelles.

47. Compte tenu de la diversité des entreprises de radiodiffusion qui participent au système canadien de radiodiffusion et des déséquilibres de pouvoir qui existent dans ce système, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q24. Quels sont les principaux défis auxquels sont confrontées les entreprises de radiodiffusion dans les négociations commerciales liées aux activités de radiodiffusion? Veuillez expliquer pourquoi et comment le Conseil devrait aider à relever ces défis.

Q25. À quel moment est-il dans l'intérêt public que le Conseil intervienne dans le processus de conclusion ou de renouvellement d'une entente de distribution ou d'affiliation? Cet intérêt public découle-t-il de défaillances du marché? Dans l'affirmative, quelles sont ces défaillances? Donnez un exemple de situation dans laquelle il serait dans l'intérêt public que le Conseil intervienne.

Q26. Quels sont les avantages et les inconvénients de l'intervention du Conseil dans de telles négociations?

Q27. Y a-t-il des différences notables entre les marchés de langue française et de langue anglaise ou des défis particuliers pour les communautés autochtones, les CLOSM et d'autres groupes issus de la diversité, y compris des groupes méritant l'équité, en ce qui concerne les négociations pour la fourniture et la distribution de programmation ou d'entreprises de radiodiffusion qui devraient bénéficier de l'intervention du Conseil? Veuillez expliquer votre raisonnement.

Examiner l'efficacité des outils réglementaires existants

48. À l'heure actuelle, le Code sur la vente en gros énonce les dispositions générales qui régissent les ententes commerciales entre les entreprises de programmation et les EDR. Applicable à la plupart des EDR autorisées par condition de service et à toutes les autres parties à titre de ligne directrice, le Code sur la vente en gros établit les règles et les paramètres sur les questions que les parties doivent examiner dans le cadre du processus de négociation.
49. Bien que le Code sur la vente en gros ait été principalement un outil pour le secteur de la radiodiffusion audiovisuelle, certains des principes peuvent s'appliquer au secteur de la radiodiffusion audio, compte tenu de l'évolution des technologies et des modèles d'affaires. Les cadres réglementaires pour la radio traditionnelle ont largement évolué afin de soutenir les services limités à un emplacement géographique fixe, tandis que certains services audio en ligne peuvent être davantage

²⁴ L'avis public de radiodiffusion 2008-4 stipule que, de façon générale, le Conseil n'approuvera pas les demandes de changement de contrôle effectif d'entreprises de radiodiffusion qui feront en sorte qu'une seule et même personne détiendra ou contrôlera une station de radio locale, une station de télévision locale et un journal local desservant le même marché.

exploités comme les EDR traditionnelles, auxquelles le Code sur la vente en gros s'applique.

50. Compte tenu de l'évolution des relations commerciales découlant de l'ensemble diversifié de joueurs traditionnels et en ligne qui participent à l'industrie de la radiodiffusion, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q28. Y a-t-il des éléments précis du Code sur la vente en gros qui devraient être révisés ou remplacés? Dans l'affirmative, de quelle manière devraient-ils être révisés ou remplacés? Y a-t-il de nouveaux outils qui pourraient être utilisés pour compléter le Code sur la vente en gros?

Q29. Dans quelle mesure le Code sur la vente en gros ou un code mis à jour devrait-il s'appliquer aux entreprises en ligne, tant audiovisuelles qu'audio?

51. Pour promouvoir la diversité de la programmation offerte aux Canadiens, le Conseil recueille et publie des données sur la propriété des titulaires de licences de radiodiffusion canadiens (c'est-à-dire les tableaux de la diversité des voix)²⁵. De plus, par la politique sur la propriété mixte de médias, il réglemente le nombre de types de médias (télévision, radio, journaux) qui peuvent être détenus ou contrôlés par une seule personne ou entité (sauf en ligne). Bien que les mesures exactes varient entre les secteurs audiovisuel et audio, le Conseil n'approuvera généralement pas de changement de contrôle qui créerait une position dominante dans un marché donné²⁶.

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

Q30. Les outils visant à promouvoir la diversité de la programmation et des voix éditoriales disponibles pour les Canadiens, comme la politique sur la propriété mixte de médias, devraient-ils être révisés ou remplacés? Dans l'affirmative, comment devraient-ils être révisés ou remplacés? Y a-t-il de nouveaux outils qui devraient être utilisés?

Q31. Les données publiées par le Conseil pour certaines entreprises de radiodiffusion autorisées, y compris les tableaux de la diversité des voix, sont-elles utiles? Dans l'affirmative, veuillez préciser quels types de points de données seraient utiles et expliquer pourquoi.

Explorer les domaines nouveaux et émergents qui pourraient nécessiter un soutien réglementaire

53. Alors qu'il examine son approche réglementaire visant à établir des règles d'engagement équitables et transparentes, le Conseil tiendra compte des domaines

²⁵ Voir [Marchés de radiodiffusion locaux – Diversité des voix](#).

²⁶ Voir l'avis public de radiodiffusion 2008-4.

nouveaux et émergents dans lesquels les entreprises de radiodiffusion pourraient bénéficier d'un soutien réglementaire.

Définir le concept de « bonne foi »

54. Le concept de négociation de « bonne foi » a été introduit au paragraphe 9.1(9) de la *Loi* modifiée. Il exige que les entreprises en ligne (lorsqu'elles sont tenues de fournir certains services de programmation d'une entreprise de radiodiffusion en vertu d'une ordonnance prise aux termes de l'alinéa 9.1(1)i) de la *Loi*) et l'entreprise de radiodiffusion en question négocient de « bonne foi » les conditions de la fourniture des services.
55. Compte tenu de l'absence d'une définition de négociation de « bonne foi » dans la *Loi*, le Conseil examine si des directives sont nécessaires pour clarifier ce terme et la façon dont il devrait être appliqué²⁷.
56. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q32. Au moment de définir ou d'examiner l'applicabilité des négociations de « bonne foi » aux termes du paragraphe 9.1(9) de la *Loi*, qui porte sur les ordonnances de distribution pour les entreprises en ligne, y a-t-il des concepts existants que le Conseil devrait prendre en compte, comme ceux élaborés en vertu du Code civil du Québec ou dans le cadre des relations de travail? Faut-il tenir compte de comportements, d'actions ou de paramètres? Il pourrait s'agir, par exemple, de la transparence, de la rapidité des réponses ou de l'équité. Dans l'affirmative, veuillez proposer une définition ou une approche, en précisant lesquels de ces aspects devraient être pris en compte et pourquoi.

Q33. Quels comportements ou pratiques indiqueraient la non-conformité à l'égard de l'obligation, énoncée au paragraphe 9.1(9) de la *Loi*, de négocier de bonne foi les conditions de la fourniture d'un service? À quel moment le Conseil devrait-il envisager d'agir en cas de non-conformité et quels outils devrait-il envisager d'utiliser?

Collecte et partage de données

57. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2024-288, le Conseil a exprimé l'avis préliminaire que la collecte de données relatives aux revenus et aux dépenses de programmation des entreprises de radiodiffusion devrait être rendue publique. La justification de ce point de vue était que l'application de cette pratique aux entreprises de radiodiffusion canadiennes et étrangères qui sont exploitées sur des plateformes traditionnelles et en ligne contribuerait à traiter de façon égale toutes les entreprises de radiodiffusion qui sont exploitées au Canada. Le Conseil a également

²⁷ Les normes et approches de négociation de bonne foi ont également été examinées dans l'avis de consultation de nouvelles en ligne 2024-236.

indiqué que les données que lui fournissent ces entreprises de radiodiffusion devraient être publiées sur le site Web du Conseil.

58. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil examine s'il existe des obstacles à l'accès aux données pertinentes liées aux services audiovisuels et audio, y compris les données par voie de retour²⁸ et les données des guides de programmation²⁹. Un manque de données peut rendre difficile l'évaluation du rendement, créer un désavantage lors des négociations commerciales entre les entreprises de radiodiffusion et limiter la mise au point et la disponibilité d'outils et de renseignements visant à aider les Canadiens, comme les guides de programmation et d'autres services.
59. Le Conseil souhaite faire des progrès importants dans l'adoption d'un cadre de partage de données qui conviendra à toutes les entreprises de radiodiffusion audiovisuelles et audio et qui n'empiétera pas sur la compétitivité d'une organisation. Le Conseil examinera si ce cadre doit inclure des mesures de protection des droits et de la vie privée des Canadiens.
60. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q34. Indiquez les différences entre les données généralement mises à la disposition des entreprises de programmation, des EDR et des producteurs traditionnels ainsi que des entreprises en ligne. Comment ces différences influent-elles sur les relations commerciales et les négociations entre les entreprises de radiodiffusion, et quelle influence ont-elles sur leurs modèles d'affaires? Comment peut-on concilier ces différences ?

Q35. En ce qui concerne les données par voie de retour et les données des guides de programmation, respectivement, le Conseil devrait-il établir des règles ou des lignes directrices concernant la façon dont ces données devraient être communiquées au public ou mises à sa disposition? Des règles, des lignes directrices ou des incitatifs devraient-ils être mis en place pour que d'autres renseignements pertinents soient partagés entre les entreprises de radiodiffusion, de façon individuelle ou agrégée? Dans l'affirmative, quelles mesures devraient être créées et que devraient viser les activités de collecte de données? Ces règles et activités devraient-elles différer dans le marché de langue française et dans le marché de langue anglaise ou pour les communautés autochtones, les CLOSM et

²⁸ Les données par voie de retour font référence aux données de visionnement et d'écoute des émissions, qu'elles proviennent d'entreprises traditionnelles ou en ligne.

²⁹ Les données des guides de programmation font référence aux données sur les émissions mises à la disposition du public. Dans le cas des entreprises traditionnelles, cela comprend la programmation des émissions en cours et à venir. Dans le cas des entreprises en ligne, les données des guides de programmation aident les Canadiens à déterminer quels services de diffusion continue en ligne offrent la programmation pertinente à laquelle ils veulent s'abonner.

d'autres groupes de Canadiens issus de la diversité, y compris ceux issus de groupes méritant l'équité?

Q36. Y a-t-il des points de données clés (par exemple, financiers, liés au public ou autres) recueillis par les entreprises audiovisuelles ou audio en ligne pouvant être pertinents au cours des négociations qui devraient être partagés entre les parties ou qui serviraient l'intérêt public si elles étaient accessibles au public, de façon individuelle ou agrégée? Dans l'affirmative, à quelle fréquence devraient-elles être mises à disposition (c'est-à-dire à intervalles réguliers ou de façon ponctuelle) et à quel niveau d'agrégation? Des exemples audio pour les points de données clés pourraient être des listes des chansons, des émissions et des services les plus écoutés ou la source de diffusion en continu (c'est-à-dire comment les auditeurs interagissent avec les points de données).

Q37. Quelles mesures de protection et normes de l'industrie, le cas échéant, devraient être mises en place dans le marché de langue française et dans le marché de langue anglaise pour s'assurer que les droits et la vie privée des Canadiens seront protégés, même dans le contexte du partage de données? Par exemple, serait-il approprié d'exiger l'autorisation de l'utilisateur final pour certaines formes de collecte, d'utilisation et de conservation de données? Quelles obligations en matière de gouvernance et de transparence des données, ou lignes directrices complétant les obligations juridiques générales actuelles, devraient être mises en place à l'égard de la collecte, du stockage et de l'utilisation de renseignements sur le public?

Moderniser le règlement des différends

61. Dans un contexte de concurrence croissante, en particulier de la part des grandes entreprises en ligne et des acteurs verticalement intégrés, il semble que le Conseil soit de plus en plus souvent appelé à régler des différends commerciaux entre des programmeurs et des distributeurs. Le volume de ces différends a augmenté avec l'établissement du Code sur la vente en gros et la mise en œuvre de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, qui augmente le choix et la souplesse pour les abonnés. Ensemble, ces mesures soulignent l'engagement du Conseil à favoriser un système de radiodiffusion résilient, adaptable et durable qui répond aux besoins des publics canadiens et des parties prenantes de l'industrie.

Comprendre les dynamiques actuelles du marché ainsi que les défis et occasions qu'elles présentent

62. En réponse aux défis auxquels le système de radiodiffusion est confronté, comme décrit ci-dessus, le Conseil a observé une augmentation sensible des différends formels et informels. Le nombre de différends formels a considérablement augmenté en 2024, se situant à des niveaux de deux à trois fois plus élevés que ceux de 2023 et de 2022. Cette tendance indique une incertitude et des conflits croissants dans le paysage de la radiodiffusion, soulignant la nécessité d'un cadre de RED plus efficace et adaptable. Le Conseil craint que les mécanismes actuels de [RED](#), les dispositions

relatives à la préférence indue et la règle du statu quo soient utilisés comme tactiques pour retarder les négociations ou obtenir des droits de distribution de facto.

63. La présente consultation évaluera l'efficacité des outils et processus de règlement des différends existants compte tenu de l'évolution des dynamiques du marché, examinera le rôle des négociations de bonne foi avant le recours aux mécanismes de RED du Conseil, et examinera le cadre de réglementation de la préférence indue.
64. Le Conseil examinera s'il est nécessaire de mieux soutenir les entreprises de radiodiffusion appartenant à des peuples autochtones et sous-représentés, et de veiller à ce que les outils et mécanismes de RED disponibles répondent à leurs besoins.
65. Des mécanismes de règlement des différends adaptables, souples et opportuns sont essentiels pour traiter la variété de différends commerciaux à l'appui des objectifs de politique publique de la *Loi* et pour les joueurs traditionnels et en ligne. Des mécanismes efficaces de règlement des différends sont également essentiels pour relever les défis actuels en matière de radiodiffusion, promouvoir la diversité et favoriser un environnement de radiodiffusion durable.
66. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre à la question suivante :

Q38. Les mécanismes, procédures et méthodes de RED existants du Conseil sont-ils toujours appropriés dans l'environnement actuel de la radiodiffusion? Veuillez expliquer votre raisonnement et fournir des exemples précis.

Examiner l'efficacité des mécanismes actuels de règlement extrajudiciaire des différends compte tenu de l'évolution des dynamiques du marché

67. Le Conseil souhaite examiner comment les mécanismes actuels de RED peuvent être revus et modernisés pour traiter efficacement les différends dans le nouvel environnement de radiodiffusion. De plus, le Conseil souhaite examiner comment de tels mécanismes modernisés peuvent répondre aux besoins de tous les joueurs, y compris les entreprises en ligne, les entreprises de radiodiffusion indépendantes et les entreprises de radiodiffusion desservant les peuples autochtones, les membres de CLOSM et les membres de communautés ethnoculturelles et méritant l'équité.
68. Dans le bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2019-184, le Conseil a énoncé diverses pratiques et étapes procédurales de RED, applicables à la radiodiffusion et aux télécommunications, ainsi que les délais qui s'appliquent à chaque mécanisme de règlement des différends.
69. La politique réglementaire de radiodiffusion 2023-331 a introduit une condition de service temporaire relative à la préférence indue pour les entreprises en ligne, qui sera en place pendant l'élaboration d'un règlement officiel. Dans cette politique, le Conseil a examiné la règle du lancement « en primeur », ce qui a mené au retrait de la disposition 7 de l'ordonnance d'exemption relative aux médias numériques (OEMN) pour les services de diffusion continue en ligne, et a abrogé l'ordonnance

d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques³⁰. Il a également recueilli des commentaires sur les mécanismes existants de règlement des différends.

70. Le Conseil propose divers mécanismes de RED pour les différends en matière de radiodiffusion et examine la nécessité de mettre à jour ces mécanismes pour les rendre plus clairs, plus opportuns et plus efficaces. Dans le cadre d'instances précédentes, certaines parties étaient favorables à ce que le Conseil conserve sous une certaine forme son cadre de règlement des différends³¹, tandis que d'autres ont fait remarquer que les mécanismes actuels ne sont pas adaptés pour résoudre les problèmes impliquant des radiodiffuseurs indépendants ou des communautés issues de la diversité.
71. L'approche graduelle du Conseil en matière de RED donne la priorité au règlement informel des différends grâce à une aide rapide du personnel. Si les discussions informelles échouent, la médiation assistée par le personnel (MAP) est la prochaine étape. Ce processus confidentiel et volontaire permet au personnel du Conseil d'aider les parties à parvenir à une résolution non contraignante et mutuellement acceptable. Bien que l'entente informelle conclue par l'intermédiaire de la MAP ne soit pas exécutoire, toute entente d'affiliation qui en résulte signée par les deux parties est juridiquement contraignante. En cas d'échec de la MAP, les parties peuvent soumettre des demandes formelles d'arbitrage de l'offre finale (AOF). En vertu du cadre actuel, les deux parties doivent accepter de procéder à l'AOF.
72. Les dispositions actuelles du Conseil relatives au règlement des différends ne s'appliquent pas aux entreprises en ligne. Le pouvoir du Conseil d'étendre ces dispositions aux entreprises en ligne pourrait être limité, puisque la *Loi* n'a pas élargi le pouvoir du Conseil d'établir des mécanismes plus complets pour régler les différends dans ce domaine. Bien que le Conseil ait le pouvoir de prendre des règlements pour le RED entre les entreprises de programmation et les EDR traditionnelles³², son pouvoir en matière de règlement des différends pour les entreprises en ligne se limite à prendre des règlements concernant la préférence induite, à faciliter les négociations sur demande et en vertu du paragraphe 9.1(10), et à faire respecter l'obligation de négocier de bonne foi.
73. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

³⁰ Le paragraphe 133 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-331 précise que « [d]e l'avis du Conseil, le modèle commercial des services en ligne exige la distribution la plus large possible sur Internet afin d'atteindre les objectifs commerciaux de ces services. Il sera possible de répondre aux préoccupations concernant les lancements « en primeur » en appliquant la disposition relative à la préférence et au désavantage induit, comme il est indiqué ci-dessus. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il n'est ni nécessaire ni approprié de maintenir la disposition 7 de l'OEMN en tant que condition de service pour les entreprises en ligne ».

³¹ Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-331.

³² Voir l'alinéa 10(1)h) de la *Loi*.

Q39. Étant donné la capacité limitée du Conseil de participer au RED mettant en cause des entreprises en ligne et compte tenu du manque de symétrie entre l'applicabilité des mécanismes de RED pour les entreprises traditionnelles et en ligne, y a-t-il un intérêt à ce que le Conseil continue de participer au RED pour les entreprises de radiodiffusion traditionnelles? Dans l'affirmative, comment le Conseil devrait-il rester impliqué? Veuillez expliquer votre raisonnement.

Q40. Étant donné le pouvoir limité que la *Loi* confère au Conseil d'aider dans les différends mettant en cause des entreprises en ligne, existe-t-il des mécanismes de RED que le Conseil pourrait offrir aux parties à ces différends et qui pourraient être utilisés sur une base volontaire?

Q41. Quel rôle le Conseil devrait-il jouer si on lui demande de faciliter les négociations, conformément au paragraphe 9.1(10) de la *Loi*? Un processus devrait-il être mis en place pour de telles négociations ou est-il préférable de les traiter au cas par cas?

74. À l'heure actuelle, dans les différends mettant en cause des entreprises de programmation et des EDR traditionnelles, le Conseil utilise des mécanismes comme la MAP, la règle du statu quo et l'AOF.

75. La *Loi* vise à régler le système de radiodiffusion de manière souple et adaptable. De même, le [Décret donnant des instructions au CRTC \(cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion\)](#) ordonne au Conseil de prendre des mesures pour appuyer un cadre réglementaire flexible et adaptable, notamment en réduisant au minimum le fardeau réglementaire du système canadien de radiodiffusion. Ces objectifs devraient être atteints au moyen des divers outils et mécanismes proposés par le Conseil.

76. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre à la question suivante :

Q42. Existe-t-il des outils, des procédures ou des méthodes de RED que le Conseil n'utilise pas actuellement et qui pourraient profiter aux entreprises de radiodiffusion canadiennes en favorisant la concurrence, la diversité et l'innovation sans alourdir le fardeau réglementaire? Dans l'affirmative, veuillez indiquer comment le Conseil pourrait adopter ou mettre en œuvre ces outils, procédures ou méthodes et préciser leurs avantages et leurs inconvénients.

77. Les demandes visant à obtenir des décisions du Conseil sur des questions de règlement des différends et sur des demandes en vertu de la Partie 1 alléguant une préférence indue peuvent amener le Conseil à recourir au pouvoir que lui confère la *Loi* pour imposer des mesures correctives. Le Conseil a l'autorité d'élaborer des mesures correctives et de faire appliquer ses décisions, ainsi que d'imposer des sanctions administratives pécuniaires dans certaines circonstances.

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

Q43. Les mesures correctives imposées par le Conseil dans les cas de règlement de différends ou de préférence indue ont-elles généralement suffi à répondre aux préoccupations de la partie qui demande réparation? Dans la négative, donnez des exemples précis où la réparation n'a pas été adéquate et expliquez pourquoi elle n'a pas permis de régler le problème.

Q44. Quelles autres mesures correctives le Conseil devrait-il envisager, en utilisant l'autorité que lui confère la *Loi*, qui pourraient offrir une meilleure réparation que l'approche actuelle du Conseil? Veuillez fournir des exemples précis.

Médiation assistée par le personnel

79. La MAP est un processus volontaire par lequel le personnel du Conseil aide les parties à trouver une solution mutuellement acceptable à leur différend. Les parties peuvent demander la médiation par écrit ou verbalement, et celle-ci peut comprendre des appels téléphoniques, des conférences téléphoniques ou des rencontres en personne. Le personnel du Conseil facilite la communication pour aider les parties à parvenir à une résolution consensuelle.

80. Le Conseil impose un mur éthique entre le personnel qui mène la médiation des parties et le personnel qui analyse les demandes relatives à la préférence indue ou les demandes officielles d'AOF. Bien que ce mur éthique soit appliqué dans le but de réduire les partis pris et d'assurer des discussions franches et ouvertes exemptes de préjudice, ce n'est pas la norme de l'industrie. De nombreux organismes de réglementation internationaux³³ et agences et organisations canadiennes de RED³⁴ utilisent méd-arb, un processus par lequel un arbitre suit les parties du début à la fin, arbitrant à la fois les procédures de médiation et les procédures d'arbitrage.

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

Q45. Dans leur forme actuelle, les services de MAP du Conseil sont-ils efficaces pour le règlement informel des différends en radiodiffusion? Dans la négative, quels changements proposeriez-vous à ces services? Comment le Conseil pourrait-il améliorer ses services de MAP afin de mieux soutenir les négociations de bonne foi?

Q46. Les services de MAP devraient-ils être offerts exclusivement pour les différends mettant en cause des entreprises de radiodiffusion ayant des ressources limitées, étant donné que les acteurs plus importants peuvent généralement recourir à la médiation externe, à l'arbitrage ou à d'autres mécanismes de règlement des différends?

³³ Par exemple, l'Office of Communications ([Ofcom](#)) du Royaume-Uni et l'Australian Communications Media Authority ([ACMA](#)).

³⁴ Par exemple, ADR Chambers et l'Institut d'arbitrage et de médiation du Canada (IAMC).

Règle du statu quo

82. La règle du statu quo³⁵ est un outil conçu pour maintenir l'équité dans les négociations dans le cadre du processus de RED³⁶. La règle du statu quo vise, entre autres, à faire en sorte que les Canadiens continuent à avoir accès à leurs services de programmation préférés quand des EDR et des entreprises de programmation ne s'entendent pas sur les modalités et les conditions de la fourniture de ces services. La règle n'a pas pour but de protéger ou de défendre les intérêts de l'une ou l'autre des parties. Le Conseil interviendra s'il soupçonne que les parties invoquent la règle du statu quo pour empêcher les négociations de bonne foi ou pour isoler un service donné des répercussions des choix des consommateurs.
83. Le Conseil reconnaît l'importance d'assurer une concurrence loyale, ce qui est une condition préalable à un système de radiodiffusion durable. Toutefois, on craint que la règle du statu quo et peut-être d'autres mécanismes de RED soient utilisés comme moyens de maintenir le statu quo dans les ententes de distribution et comme stratégies pour obtenir des droits d'accès de facto, en particulier dans les cas où les EDR risquent d'abandonner des services.
84. Pour soutenir l'objectif de concurrence loyale, le Conseil examinera s'il convient d'adapter certains mécanismes de RED pour répondre aux besoins particuliers des entreprises de radiodiffusion indépendantes. Une approche adaptée viserait à donner à ces entreprises une occasion équitable de se livrer concurrence et d'interagir efficacement dans le marché.
85. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q47. Veuillez formuler des observations sur l'efficacité de la règle du statu quo offerte aux entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Faut-il actualiser la règle du statu quo actuelle et le critère³⁷ traditionnellement utilisé par le Conseil pour lever un statu quo? Dans l'affirmative, veuillez expliquer pourquoi et comment. Dans la négative, veuillez expliquer pourquoi.

³⁵ L'article 15.01 du [Règlement sur la distribution de radiodiffusion](#) et l'article 15 du [Règlement sur les services facultatifs](#) exigent que, en cas de différend entre une EDR et une entreprise de programmation concernant la fourniture ou les modalités de fourniture d'un service de programmation, l'EDR doit continuer à distribuer le service et l'entreprise de programmation doit continuer à offrir le service aux mêmes tarifs et selon les modalités qui s'appliquaient aux parties avant le différend. Cela se poursuivra jusqu'à ce que les parties parviennent à un accord réglant le différend ou, à défaut, jusqu'à ce que le Conseil rende une décision concernant toute question non résolue.

³⁶ Le paragraphe 15.01(2) du [Règlement sur la distribution de radiodiffusion](#) stipule qu'il existe un différend lorsqu'un avis écrit en faisant état est déposé auprès du Conseil et signifié à l'autre entreprise en cause.

³⁷ Dans l'analyse de tout litige concernant la règle du statu quo, le Conseil examine si la partie a démontré un motif commercial valable pour cesser la distribution des services, si les parties ont eu une chance équitable de négocier et si l'autre partie a démontré que l'intervention continue du Conseil pour faire respecter la règle du statu quo est justifiée.

Q48. Le statu quo devrait-il expirer après une période définie (par exemple, 90 jours), exigeant la présentation d'une nouvelle demande?

Arbitrage de l'offre finale

86. Cette option est réservée aux différends bilatéraux strictement liés à des questions pécuniaires. Chaque partie soumet une offre finale, puis le Conseil choisit une offre dans son intégralité. Cette sélection devient une décision exécutoire. Dans de rares cas, le Conseil peut rejeter les deux offres si aucune ne sert l'intérêt public. Il peut alors suggérer aux parties de revenir à l'étape de la médiation.
87. Le paragraphe 6 du Code sur la vente en gros³⁸ énonce les facteurs qui sont appliqués pour déterminer la « juste valeur marchande » dans l'AOF.
88. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q49. Veuillez formuler des observations sur l'efficacité de l'AOF en tant que mécanisme de règlement des différends. Faut-il actualiser l'approche ou le processus d'AOF du Conseil? Dans l'affirmative, veuillez expliquer pourquoi.

Q50. Les facteurs actuels utilisés pour déterminer la juste valeur marchande sont-ils toujours appropriés?

Q51. L'accès à l'AOF devrait-il être limité aux entreprises de radiodiffusion ayant des ressources limitées, ou devrait-il continuer d'être accessible à toutes les entités, quelle que soit leur taille?

Q52. Le Conseil devrait-il envisager de rendre l'AOF obligatoire lorsque les entreprises de programmation et les EDR ne parviennent pas à s'entendre dans un délai déterminé?

Examiner les domaines nouveaux et émergents qui pourraient nécessiter un soutien en matière de règlement extrajudiciaire des différends compte tenu de l'évolution des dynamiques du marché

89. Les annonceurs se tournent de plus en plus vers les plateformes numériques, qui occupent une plus grande part du marché. Ce changement nécessite des outils de RED modernisés et adaptés pour traiter les différends dans le nouveau paysage de la radiodiffusion tout en respectant le pouvoir de RED du Conseil énoncé dans la *Loi*. Remédier au déséquilibre des pouvoirs dans le système de radiodiffusion au moyen d'outils améliorés de RED peut aider à protéger les intérêts des Canadiens, à promouvoir l'équilibre, à promouvoir la diversité et à soutenir un système de radiodiffusion durable.

³⁸ Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438.

90. Le Conseil cherche à améliorer les mécanismes de RED afin de mieux soutenir les entreprises de radiodiffusion appartenant à des peuples autochtones, à des membres de CLOSM et à des membres de communautés ethnoculturelles et méritant l'équité en remédiant aux inégalités systémiques et en adaptant les mécanismes de RED aux besoins uniques de ces entreprises.

Entreprises de radiodiffusion détenues ou contrôlées par des peuples autochtones, des membres de CLOSM, et des communautés ethnoculturelles et méritant l'équité

91. Le Conseil reconnaît l'importance d'appuyer les processus de règlement des différends pour toutes les entreprises de radiodiffusion, y compris celles qui sont détenues ou contrôlées par des peuples autochtones, des membres de CLOSM et des membres de communautés ethnoculturelles et méritant l'équité.

92. Le Conseil s'est engagé à donner aux radiodiffuseurs autochtones les moyens de participer plus pleinement au système de radiodiffusion, en contribuant à faire en sorte que leurs voix soient non seulement entendues, mais aussi intégrées dans le système élargi. Le Conseil examine s'il existe de nouveaux mécanismes de RED qui pourraient offrir aux radiodiffuseurs autochtones des moyens plus appropriés sur le plan culturel de régler les différends commerciaux.

93. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre à la question suivante :

Q53. Les entreprises de radiodiffusion détenues ou contrôlées par des peuples autochtones ont-elles des besoins en matière de règlement des différends qui ne sont pas satisfaits par le cadre de RED actuel du Conseil? Dans l'affirmative, comment les outils et mécanismes de RED existants pourraient-ils être adaptés pour répondre efficacement aux besoins de ces entreprises de radiodiffusion?

94. Le Conseil examine s'il est nécessaire d'adapter le cadre de RED pour les entreprises de radiodiffusion détenues ou contrôlées par des membres de CLOSM et des personnes issues de communautés ethnoculturelles et méritant l'équité, y compris les personnes noires et d'autres personnes racisées.

95. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre à la question suivante :

Q54. Les entreprises de radiodiffusion détenues ou contrôlées par des personnes issues de CLOSM ou de communautés ethnoculturelles et méritant l'équité, y compris les communautés noires et d'autres communautés racisées, ont-elles des besoins en matière de règlement des différends qui ne sont pas comblés par le système actuel? Dans l'affirmative, comment les outils et mécanismes de RED existants pourraient-ils être adaptés pour répondre efficacement aux besoins de ces entreprises de radiodiffusion?

Services audio

96. Les mécanismes traditionnels de règlement des différends dans le secteur de la radio impliquant des stations de radio hertziennes ne relèvent pas actuellement du cadre de RED. Les différends sont déclenchés sur la base d'une plainte. Si la plainte ne peut être réglée par voie de négociation, elle sera traitée comme une demande en vertu de la Partie 1 ou dans le cadre d'une audience publique.
97. Le Conseil examine si ses mécanismes actuels de règlement des différends audio, élaborés dans le contexte du règlement des différends pour les entreprises de radio hertziennes traditionnelles, sont toujours pertinents, ou si un nouveau cadre est nécessaire en prévision de tout différend à venir mettant en cause des entreprises de radiodiffusion audio en ligne.
98. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre aux questions suivantes :

Q55. Les mécanismes actuels de règlement des différends relatifs aux services audio sont-ils toujours appropriés, ou des mises à jour sont-elles nécessaires? Si des mises à jour sont nécessaires, veuillez expliquer comment.

Q56. Le Conseil devrait-il élaborer des mécanismes de RED adaptés spécifiquement aux besoins uniques des services audio et, en particulier, à la facilitation du règlement des différends mettant en cause des entreprises de radiodiffusion audio en ligne?

Cadre exhaustif de réglementation de la préférence indue

99. Le Conseil reconnaît le besoin d'un cadre exhaustif qui permet de traiter efficacement les préférences et les désavantages indus, en particulier compte tenu des pressions exercées sur les acteurs indépendants du marché. Le Conseil entend revoir son cadre de réglementation de la préférence indue pour les radiodiffuseurs traditionnels et examiner sa pertinence pour les entreprises en ligne, tant audiovisuelles qu'audio. Compte tenu des modifications apportées à la *Loi*, le Conseil est maintenant expressément autorisé, en vertu de l'alinéa 10(1)h.1), à prendre des règlements relatifs à la préférence et au désavantage indu pour toutes les entreprises de radiodiffusion, y compris les entreprises en ligne. Des règlements existent déjà pour les EDR et les services facultatifs. Le Conseil estime qu'un cadre exhaustif relatif à cette autorité serait bénéfique.
100. Pour préserver la concurrence, le Conseil a imposé une condition de service temporaire aux entreprises en ligne dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-331. Cette condition s'applique à ces entreprises qui, seules ou en tant que membres d'un groupe de propriété de radiodiffusion, ont des revenus de radiodiffusion annuels de 10 millions de dollars ou plus au Canada. Elle interdit à de telles entreprises d'accorder une préférence indue à quiconque, y compris elle-même, ou de causer à quiconque un désavantage indu. Cette condition garantit le maintien

de l'équité du marché pendant que le Conseil termine son examen du cadre réglementaire applicable aux entreprises en ligne³⁹.

101. L'interdiction relative à la préférence induite favorise l'équité et la concurrence et, en fin de compte, profite aux Canadiens et à l'industrie. Elle permet de remédier au traitement inégal d'entités qui sont autrement comparables⁴⁰. Pour déterminer si la préférence ou le désavantage était induit, le Conseil examine généralement si la préférence ou le désavantage a eu, ou est susceptible d'avoir, une incidence négative importante sur le plaignant ou sur toute autre personne, ainsi que l'incidence que la préférence ou le désavantage a eu, ou est susceptible d'avoir, sur la réalisation des objectifs énoncés dans la *Loi*.
102. En examinant le cadre de réglementation de la préférence induite, le Conseil tiendra également compte des comportements anticoncurrentiels tels que la règle du lancement « en primeur »⁴¹ et l'exclusivité⁴², y compris leur application potentielle aux entreprises en ligne. Les conclusions de cet examen éclaireront l'élaboration d'une réglementation exhaustive sur la préférence induite pour les entreprises traditionnelles et en ligne.
103. Par exemple, dans le contexte de la décision de radiodiffusion 2022-76, le Conseil a déclaré que les comportements suivants pourraient constituer une préférence induite :
 - fixer les conditions qui empêchent un service de programmation indépendant de se lancer en ligne;
 - obliger un service à se mettre en ligne plutôt que d'offrir des services linéaires;
 - favoriser indûment ses propres services ou des services non canadiens sur sa ou ses plateformes numériques.

³⁹ Dans toute instance devant le Conseil, le fardeau d'établir qu'une préférence ou un désavantage n'est pas induit incombe à la partie qui accorde la préférence à la personne ou lui cause le désavantage. Les plaintes relatives à la préférence induite sont résolues au moyen de demandes en vertu de la Partie 1 et non par les processus de RED.

⁴⁰ Pour qu'une préférence induite soit établie, les entreprises de radiodiffusion en cause doivent être semblables. Voir la décision de radiodiffusion 2021-341, paragraphe 58. Toutefois, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438, le Conseil a indiqué que des expressions comme « comparable », « semblable » et « pertinent » ne peuvent être définies de manière stricte, car leur interprétation varie selon le contexte.

⁴¹ Le terme « lancement en primeur » fait référence aux situations où un service de programmation est lancé sur la plateforme de distribution d'une EDR donnée avant que le service ait été mis à la disposition d'autres EDR pour distribution à des conditions commercialement raisonnables.

⁴² Le Conseil a toujours exigé que les services de programmation soient offerts à toutes les EDR et ne soient pas exclusifs à une seule en particulier. De cette façon, la plupart des Canadiens ont accès à des émissions acquises sur une base exclusive.

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

Q57. Le cadre de réglementation de la préférence indue devrait-il être mis à jour pour refléter les situations actuelles de préférence indue en radiodiffusion, y compris celles liées aux entreprises en ligne, tant audiovisuelles qu'audio? Dans l'affirmative, quelles mises à jour du cadre sont nécessaires? Est-il nécessaire de redéfinir l'expression « préférence indue »?

Q58. Le Conseil devrait-il fournir des lignes directrices sur les types de comportements anticoncurrentiels, et les comportements qui devraient autrement attirer l'attention du Conseil pour des raisons de politique, qui pourraient être considérés comme une préférence ou un désavantage indu (par exemple, la règle du lancement « en primeur » ou l'interdiction relative à l'exclusivité)? Quels types de comportements devraient être inclus dans les lignes directrices? Quelle forme devrait prendre cette directive?

Q59. Les plaintes de préférence indue mettant en cause des entreprises en ligne devraient-elles être traitées au moyen des mêmes procédures que celles utilisées pour traiter les plaintes impliquant des entreprises traditionnelles? Pour les entreprises traditionnelles et en ligne, les demandes en vertu de la Partie 1 sont-elles le moyen le plus efficace de traiter de telles plaintes?

105. Le règlement actuel du Conseil stipule que, lorsqu'une plainte relative à une préférence indue est déposée, il incombe au titulaire qui a accordé une préférence ou fait subir un désavantage d'établir que la préférence ou le désavantage n'est pas indu. Par conséquent, l'entreprise à l'égard de laquelle la plainte est signifiée doit prouver que ses actions n'étaient pas indues. Le Conseil a adopté cette approche parce que l'entreprise à l'égard de laquelle la plainte est signifiée est souvent la seule partie qui possède les renseignements nécessaires pour établir si une préférence ou un désavantage est indu.

106. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil invite les intéressés à répondre à la question suivante :

Q60. Est-ce qu'il devrait incomber à l'entreprise à l'égard de laquelle la plainte est signifiée d'établir que la préférence accordée ou le désavantage causé n'est pas indu? Veuillez expliquer votre réponse. Cela devrait-il varier selon qu'il s'agit d'une entreprise traditionnelle ou d'une entreprise en ligne? Veuillez fournir des exemples précis.

Procédure

107. 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'ils puissent participer plus efficacement aux instances du Conseil.

108. Le Conseil tiendra une audience publique commençant le **12 mai 2025** à **Gatineau (Québec)** pour aborder les questions posées dans le présent avis.
109. 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 **24 février 2025**. Seules les parties qui déposent 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 **11 mars 2025**.
110. Les intéressés qui ont besoin d'aide pour déposer leurs observations peuvent communiquer avec le groupe des audiences et instances publiques du Conseil à audience@crtc.gc.ca.
111. Après l'audience publique, les parties auront la possibilité de déposer de brèves observations finales et, le cas échéant, des réponses aux engagements. Les détails concernant le dépôt des observations finales seront fournis à une date ultérieure.
112. En outre, le Conseil n'a pas l'intention d'accorder de prolongation de délai pour la présentation des observations, sauf dans des circonstances vraiment exceptionnelles, lorsque les demandes sont étayées par des éléments de preuve suffisants.
113. Le Conseil indiquera également avant l'audience les questions incluses dans le présent avis qui seront abordées au cours de l'audience. Certains éléments peuvent être abordés uniquement dans le cadre des interventions écrites et des observations finales.
114. Le Conseil demande aux parties de fournir, dans la mesure du possible, les éléments de preuve à l'appui de leurs observations ou de leurs propositions. Les questions du présent avis sont numérotées, et le Conseil demande aux parties d'indiquer le numéro de chacune des questions auxquelles elles répondent.
115. Le Conseil peut demander aux parties de répondre à des questions supplémentaires. Ces questions et les réponses seront versées au dossier public. Les groupes de défense de l'intérêt public et les groupes de consommateurs qui ont besoin d'une aide

financière pour participer à la présente instance peuvent présenter une demande à cet égard au Fonds de Participation à la Radiodiffusion (FPR). Des renseignements sur ce fonds se trouvent sur le [site Web du FPR](#).

116. 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.
117. 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.
118. 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.
119. Le Conseil n'invitera à comparaître à l'audience publique que les parties dont il a accepté la demande de comparution.
120. 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.
121. 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.
122. 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.
123. 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.

124. 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-Gatineau (Ontario) K1A 0N2

ou

par télécopieur au numéro

819-994-0218

125. 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.
126. 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.
127. 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.
128. 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

129. 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.
130. 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.
131. 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.
132. 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

133. On peut accéder aux interventions déposées pour la présente 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.
134. 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
Télééc. : 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

- *La voie à suivre – Définir « émission canadienne » et soutenir la création et la distribution d'une programmation canadienne dans le secteur audiovisuel*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2024-288, 15 novembre 2024
- *Appel aux observations – Projet de règlement – Code de conduite concernant les négociations relatives au contenu de nouvelles en ligne*, Avis de consultation de nouvelles en ligne CRTC 2024-236, 8 octobre 2024
- *La voie à suivre – Soutenir le contenu canadien et autochtone au moyen de contributions de base*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121, 4 juin 2024, finalisée par *La voie à suivre – Soutenir le contenu canadien et autochtone au moyen de contributions de base – Finalisation des conditions de service*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121-1 et ordonnance de radiodiffusion CRTC 2024-194, 29 août 2024
- *Examen des ordonnances d'exemption et transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332, 29 septembre 2023
- *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne et ordonnance d'exemption relative à ce règlement*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-329 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-330, 29 septembre 2023
- *Shaw Communications Inc. – Modification à la propriété et au contrôle effectif*, Décision de radiodiffusion CRTC 2022-76, 24 mars 2022
- *Plainte déposée par la CCSA contre Bell Média alléguant une préférence et un désavantage induit*, Décision de radiodiffusion CRTC 2021-341, 15 octobre 2021
- *Pratiques et procédures de règlement des différends*, Bulletin d'information de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2019-184, 29 mai 2019
- *Interprétation du Code sur la vente en gros*, Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2015-440, 24 septembre 2015
- *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015
- *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

- *Parlons télé – Un monde de choix - Une feuille de route pour maximiser les choix des téléspectateurs et favoriser un marché télévisuel sain et dynamique*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-96, 19 mars 2015
- *Parlons télé – Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, 12 mars 2015
- *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
- *Critères d'évaluation des demandes de distribution obligatoire au service numérique de base*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-629, 27 août 2010
- *Politique réglementaire – Diversité des voix*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-4, 15 janvier 2008