



Emboîter le pas au changement : l'avenir de la distribution de la programmation au Canada

Vraiment?

**Therrien
Couture**

Vos affaires. À cœur.

Date : 5 juin 2018

Par : Suzanne Lamarre, avocate, ing. P.Eng.

Modifié le 22 juin 2018

© Therrien Couture S.E.N.C.R.L., 2018

contenu

Contenu de la conférence

- Préambule : Vocabulaire et approche
- Partie 1 : La demande du gouverneur en conseil (GEC) – Le décret
- Partie 2 : État des livrables présentés par le CRTC
 - Inventaires et constats des modèles existants
 - Prévion pour les modèles futurs
 - Analyse de fond
 - Conclusions et recommandations
- Partie 3 : Lire entre les lignes
- Partie 4 : Lire au-delà des lignes
- Le mot de la fin : Un paradoxe du 21^e siècle

Préambule :

Vocabulaire et approche

Préambule



Partie 1 :

La demande du gouverneur en conseil
(GEC) – Le décret

Décortiquer le décret qui est le déclencheur

- Légalité de la demande
- Objectifs visés et solutions recherchées par le gouverneur en conseil (ci-après « **GEC** ») pour l'utilisation future du rapport
- Les moyens que le GEC veut que le CRTC considère dans son travail d'analyse pour élaborer le rapport demandé
- Les livrables
- L'échéancier

Décret du GEC

Établir la légalité de la demande qui est faite par le GEC au CRTC

C.P. 2017-1195

22 septembre 2017

« Attendu que le paragraphe 15(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la « Loi ») prévoit que, sur demande du gouverneur en conseil, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le « Conseil ») tient des audiences ou fait rapport sur toute question relevant de sa compétence au titre de cette loi;

Attendu que, en vertu du paragraphe 5(1) de la Loi, le Conseil réglemente et surveille tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1), en tenant compte des objectifs de la réglementation prévue au paragraphe 5(2); »

Réaffirmer les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion : la fin à atteindre

« Attendu que la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la Loi prévoit, entre autres, que le système canadien de radiodiffusion devrait :

- a) servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada;
- b) favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien;
- c) demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et techniques; »

Rappeler les objectifs que le Canada a soutenus et ratifiés à la face du monde et que le CRTC doit lui aussi viser dans l'accomplissement de sa tâche

« Attendu que le Canada a ratifié, en novembre 2005, la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture; »

Dévoiler les moyens que le Canada compte utiliser pour continuer à réaliser les engagements auxquels il s'est déjà lié

Les moyens énumérés ne sont pas nécessairement exhaustifs, mais ce sont ceux que le GEC demande au CRTC de considérer dans l'élaboration de son rapport.

« Attendu que le gouvernement du Canada a annoncé une **révision** de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*;

Attendu qu'une partie de plus en plus importante de la programmation est offerte par l'**entremise de plateformes en ligne et mobiles** et que les Canadiens **accèdent** de plus en plus à la programmation par l'intermédiaire de telles plateformes;

Attendu que les **entreprises de distribution** doivent **s'adapter** à un nouvel environnement concurrentiel à l'aide de solutions novatrices;

Attendu qu'un **marché intérieur robuste** est nécessaire dans un contexte mondial; »

(nos soulignements)

Rappeler un constat fait depuis longtemps

« Attendu que la programmation canadienne doit bénéficier d'un modèle de distribution robuste, puisque la technologie évolue; »

Rappeler la légitimité
du processus
enclenché ici

« Attendu que, conformément au paragraphe 15(2) de la Loi, la ministre du Patrimoine canadien a consulté le Conseil à l'égard de la présente demande,

À ces causes, sur recommandation de la ministre du Patrimoine canadien et en vertu de l'article 15 de la *Loi sur la radiodiffusion*, Son Excellence le Gouverneur général en conseil demande au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes de faire rapport dans les meilleurs délais, mais au plus tard le 1^{er} juin 2018, sur les questions suivantes : »

Livrables

- « a) le ou les modèles de distribution de programmation susceptibles d'exister à l'avenir; » - **INVENTAIRE du PRÉSENT pour ENVISAGER L'AVENIR**
- « b) la façon dont les Canadiens accéderont à cette programmation et l'intermédiaire par lequel ils pourront y accéder; »
- **CONSTATER LE PRÉSENT pour ENVISAGER L'AVENIR**
- « c) la mesure dans laquelle ces modèles pourront garantir un marché intérieur dynamique capable de soutenir en continu la création, la production et la distribution d'une programmation canadienne, dans les deux langues officielles, y compris une programmation originale dans les domaines du divertissement et de l'information. » - **ANALYSE DE FOND pour DÉTERMINER par quels MOYENS les OBJECTIFS pourront être atteints**

Résumé du décret

- Légalité de la demande
 - Art. 15 de la *Loi sur la radiodiffusion*
- Objectifs visés et solutions recherchées par le GEC pour l'utilisation future du rapport
 - Politique canadienne sur la radiodiffusion
 - Convention de l'UNESCO sur la diversité culturelle
- Les moyens que le GEC veut que le CRTC considère dans son travail d'analyse pour élaborer le rapport demandé
 - Modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* et à la *Loi sur les télécommunications*
 - Modèles économiques
 - Adaptabilité des entreprises de distribution
- Les livrables
 - Inventaire des modèles de distribution actuels
 - Inventaire des habitudes actuelles des auditoires
 - Prévision des modèles à venir
 - Prévision des habitudes à venir
 - Analyse de cause à effet entre les objectifs visés et les moyens mis en place
 - Recommandations?

Partie 2 :
État des livrables présentés
par le CRTC

État des livrables présentés par le CRTC

Inventaires et
constats
des modèles
existants

- Internet
- Auditoire
- Finances
- Concurrence (au niveau de la distribution)
- Contenu

Internet

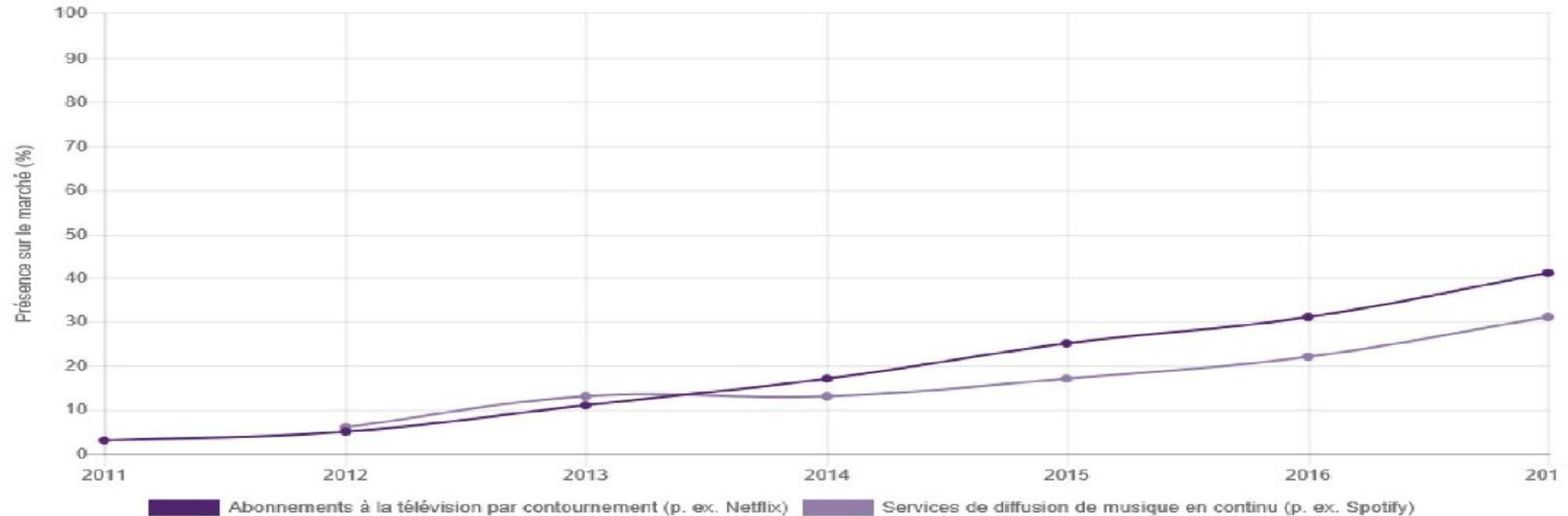
Figure 1 : Les Canadiens se tournent vers des services vidéo et audio en ligne

Total

Marché de langue française

Marché de langue anglaise

Présence sur le marché de services de télévision par contournement (TPC) et de services de diffusion de musique en continu (marché de langue française)



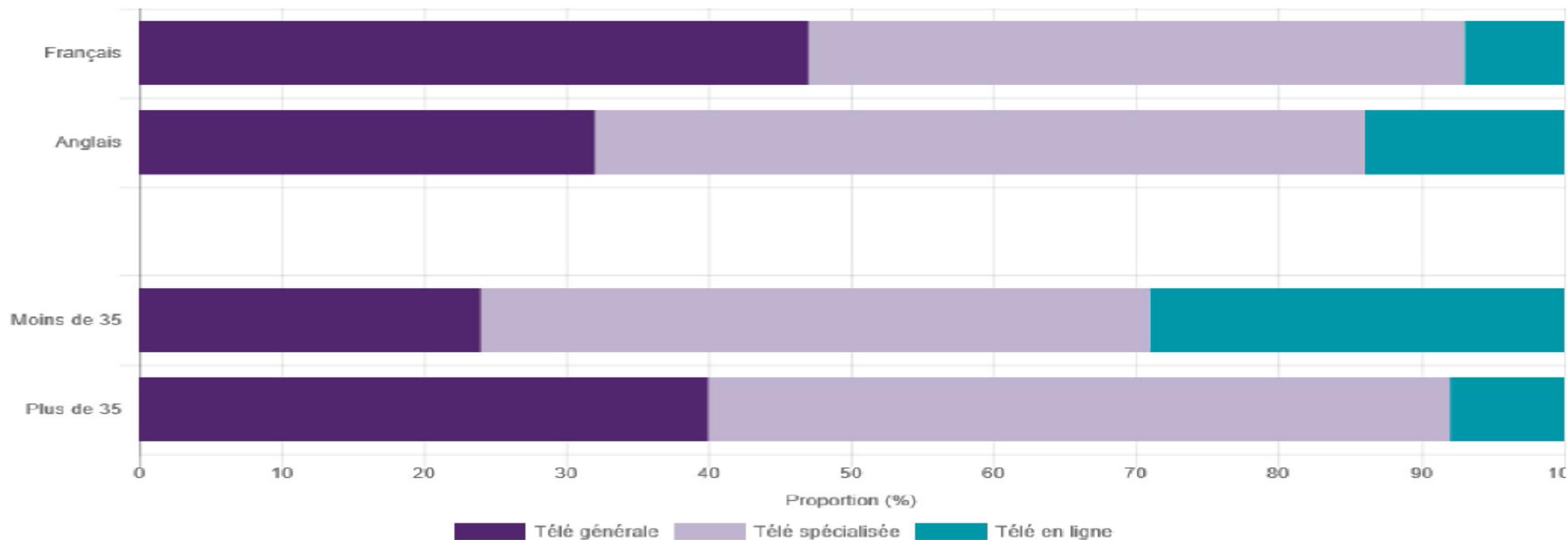
Source : OTM

Nota : Parmi les exemples de TPC, on retrouve Netflix, Crave et Club Illico. Au nombre des services de diffusion de musique en continu, on retrouve Spotify et Apple Music.

Auditoire

Figure 14 : Les personnes plus âgées et les francophones sont moins enclins à visionner la télévision en ligne

Part de l'auditoire par plateforme au Canada, 2017 (estimation)



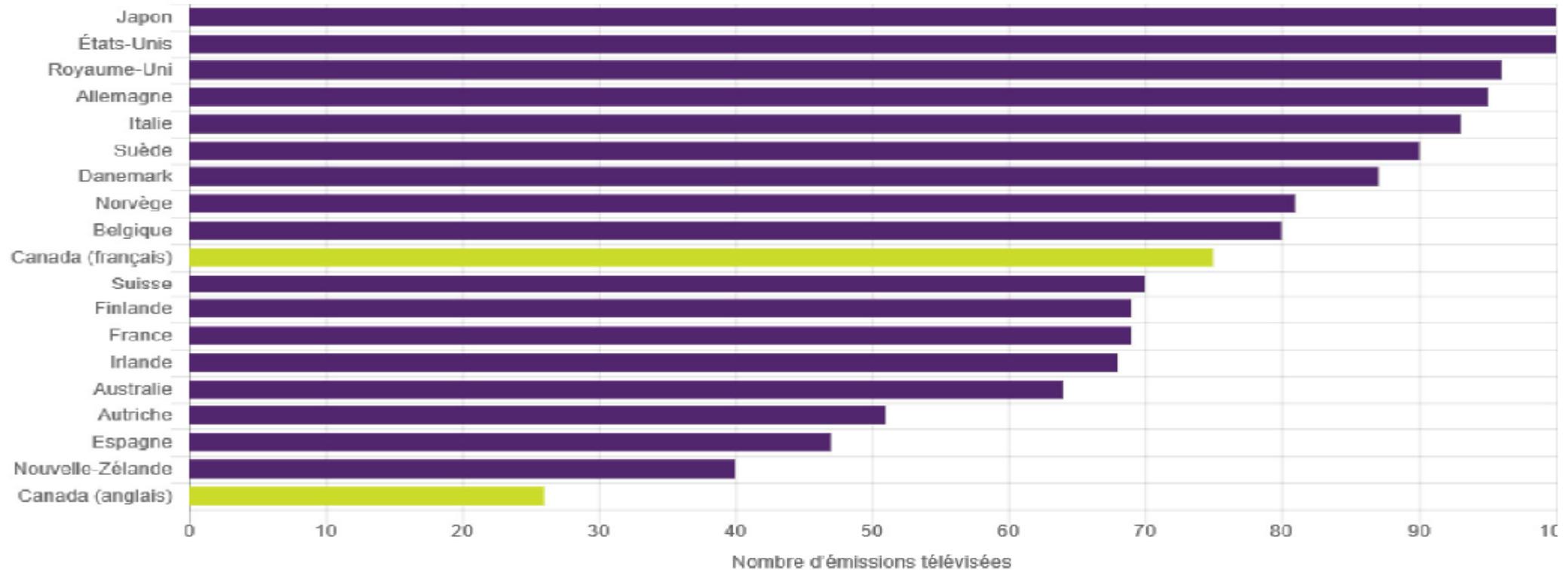
Source : Estimations du CRTC ([Numeris](#), [OTM](#))

Nota : L'estimation de 2017 est pour les adultes âgés de 18 ans et +.

Auditoire

Figure 17 : Les Canadiens anglophones sont friands de divertissements étrangers, une tendance unique au monde

Nombre d'émissions locales télévisées figurant dans les 100 émissions les plus regardées, par pays

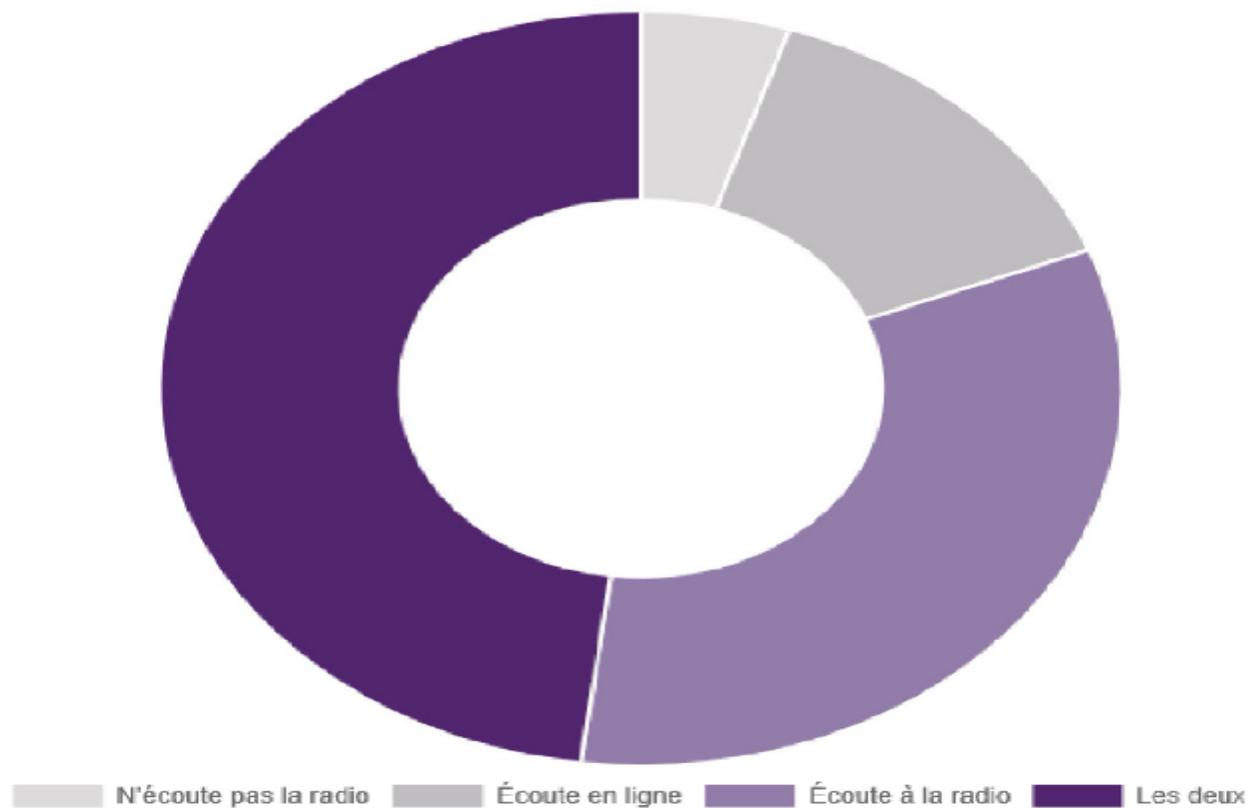


Source : [CBC/Radio-Canada \(Eurodata, 2015\)](#), page 19

Nota : Programmes au haut de la liste, exception faite des nouvelles et des sports.

Auditoire

Figure 20 : La plupart des Canadiens écoutent de la musique à la radio et en ligne
Écoute musicale autodéclarée, par plateforme, Canadiens âgés de 18 ans et +



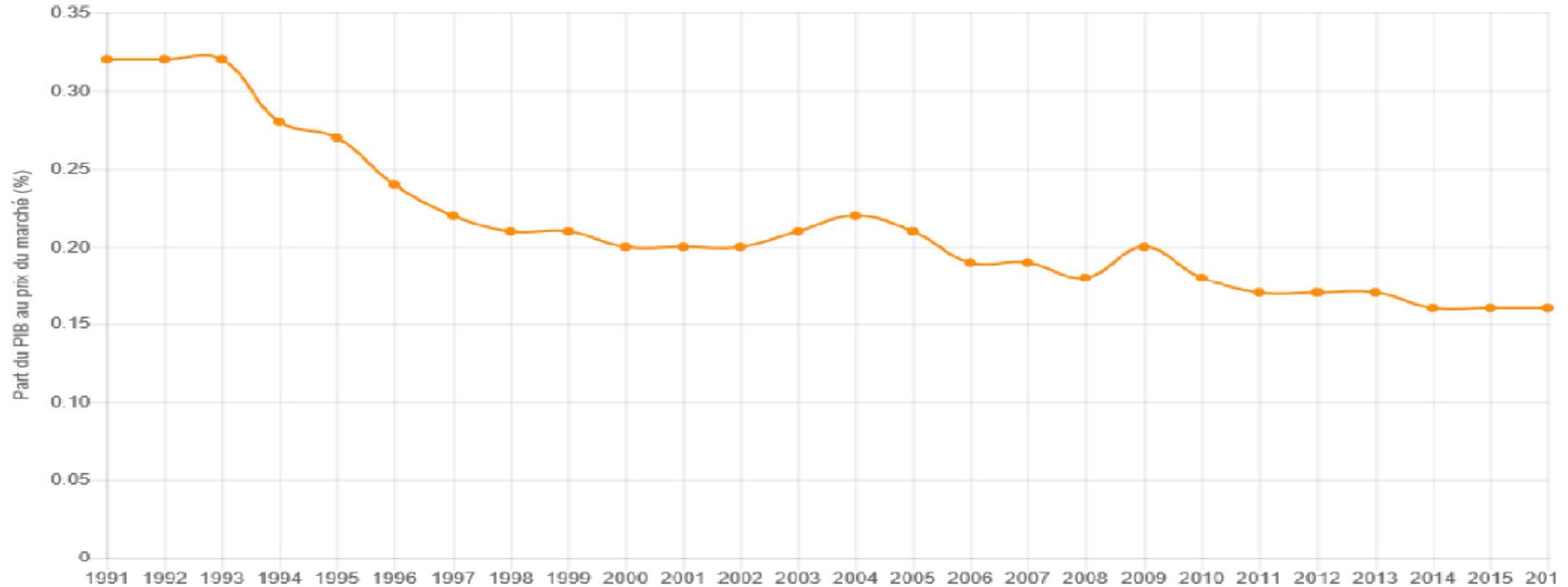
Source : EKOS (2018)

Nota : Ces données ont trait à la radio AM/FM et à la radio par satellite.

Finances

Figure 31 : Les dépenses engagées par le gouvernement fédéral en matière de culture et de radiodiffusion en tant que part de l'économie sont la moitié de ce qu'elles étaient il y a une génération de cela

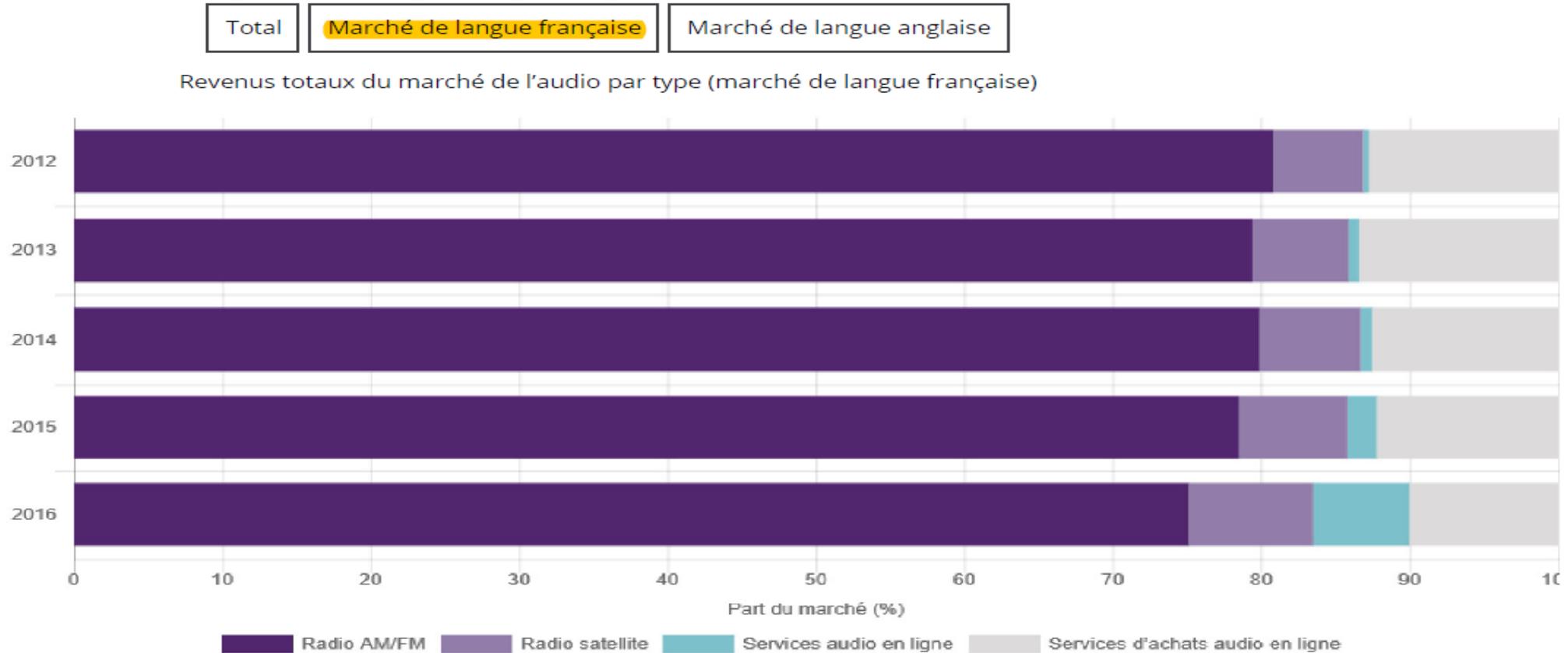
Dépenses engagées par le gouvernement fédéral en matière de culture et de radiodiffusion en tant que part de l'économie



Source : [Estimations de Nordicity](#) (Comptes publics du Canada, Statistique Canada)

Concurrence - Audio

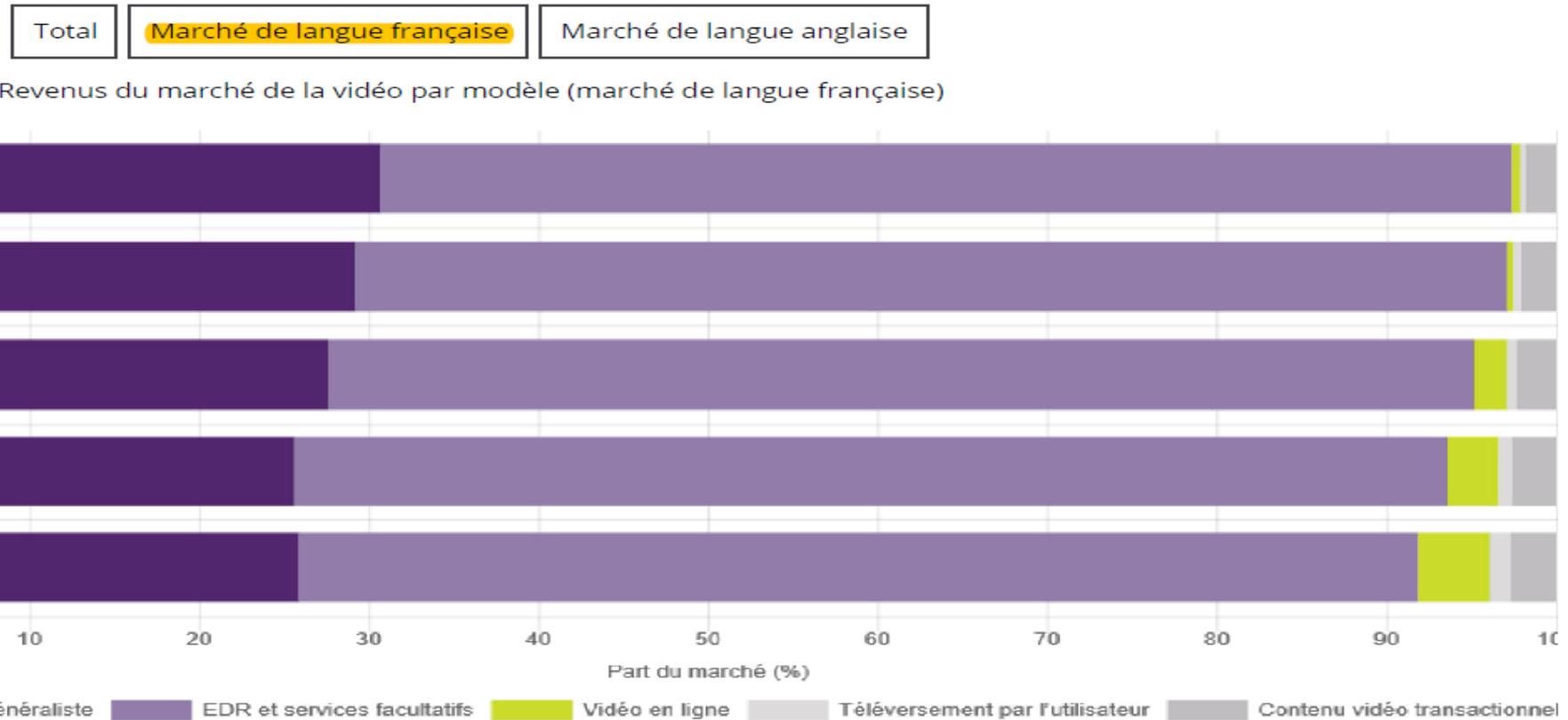
Figure 33 : Les revenus des services audio en ligne vont croissants, mais ne représentent qu'une petite partie du marché de l'audio



Source : Estimations du CRTC (données recueillies par le CRTC; états financiers de [Sirius XM](#) mis à la disposition du public (disponible en anglais seulement); [Ovum](#); données sur les consommateurs de l'[OTM](#))

Concurrence - Vidéo

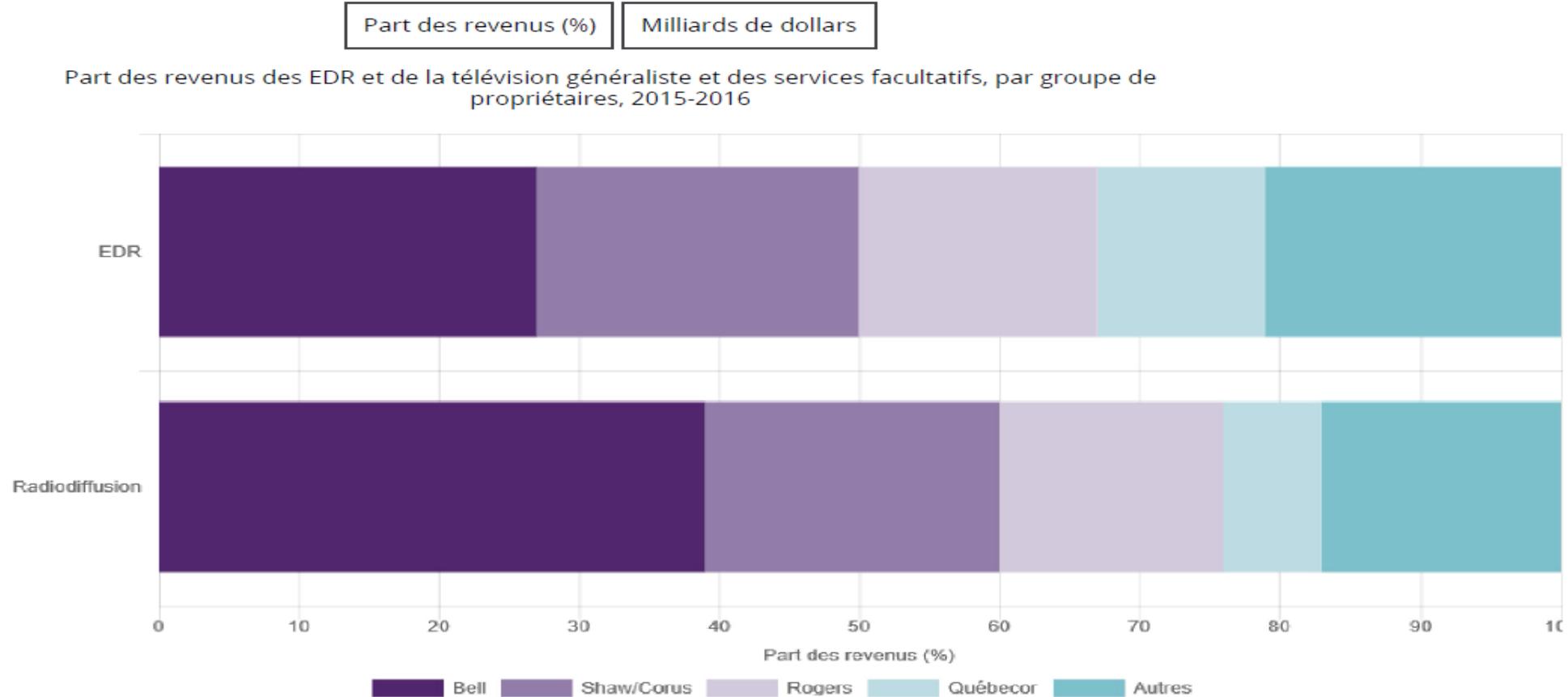
Figure 34 : Les revenus des services vidéo en ligne sont en hausse, mais ne représentent qu'une petite partie du marché de la vidéo



Source : Estimations du CRTC (données recueillies par le CRTC; [Ovum](#); données sur les consommateurs de l'[OTM](#))

Concurrence – Diffusion et distribution

Figure 39 : Le paysage télévisuel canadien est dominé par quelques joueurs

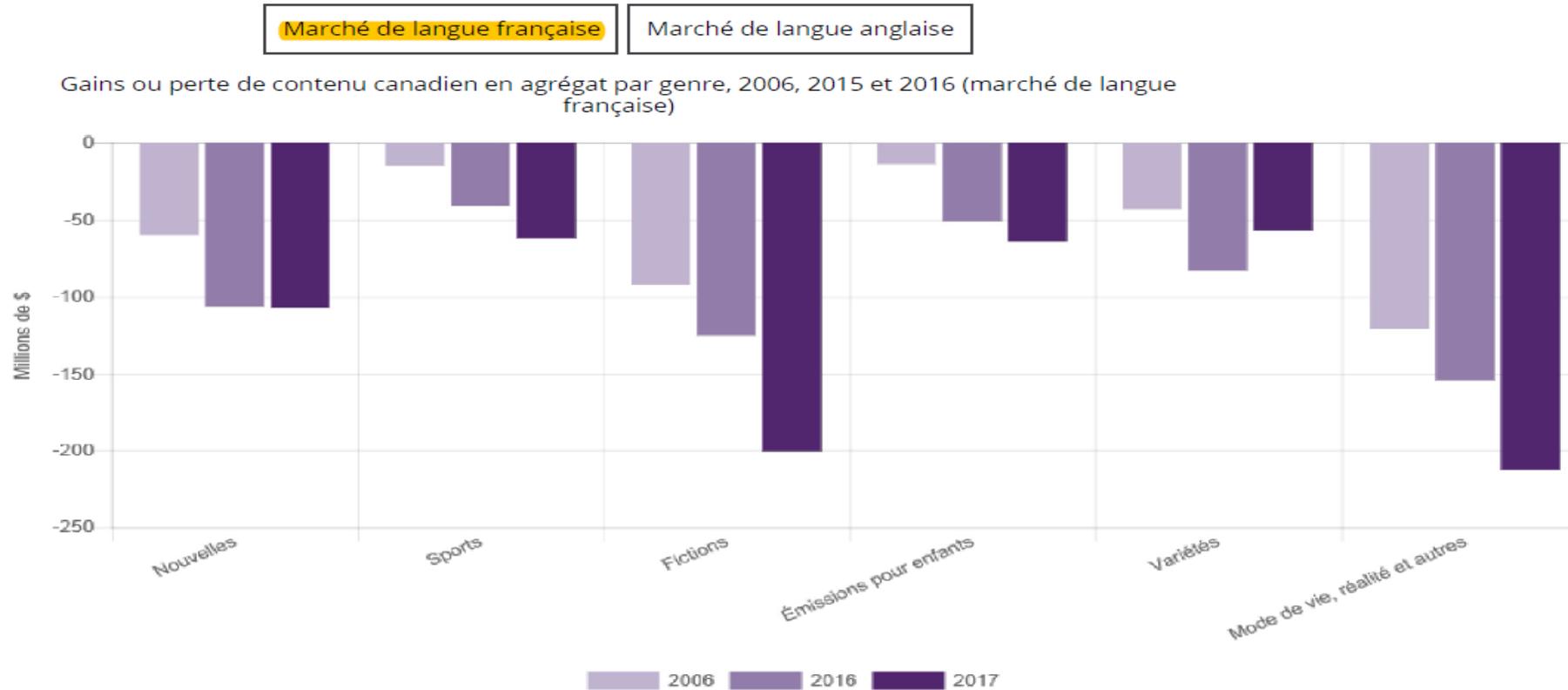


Source : Données recueillies par le CRTC

Nota : Les revenus des services facultatifs comprennent les revenus des services à la carte.

Contenu

Figure 44 : Les niveaux actuels de contenu canadien ne seraient pas viables sans appui du public

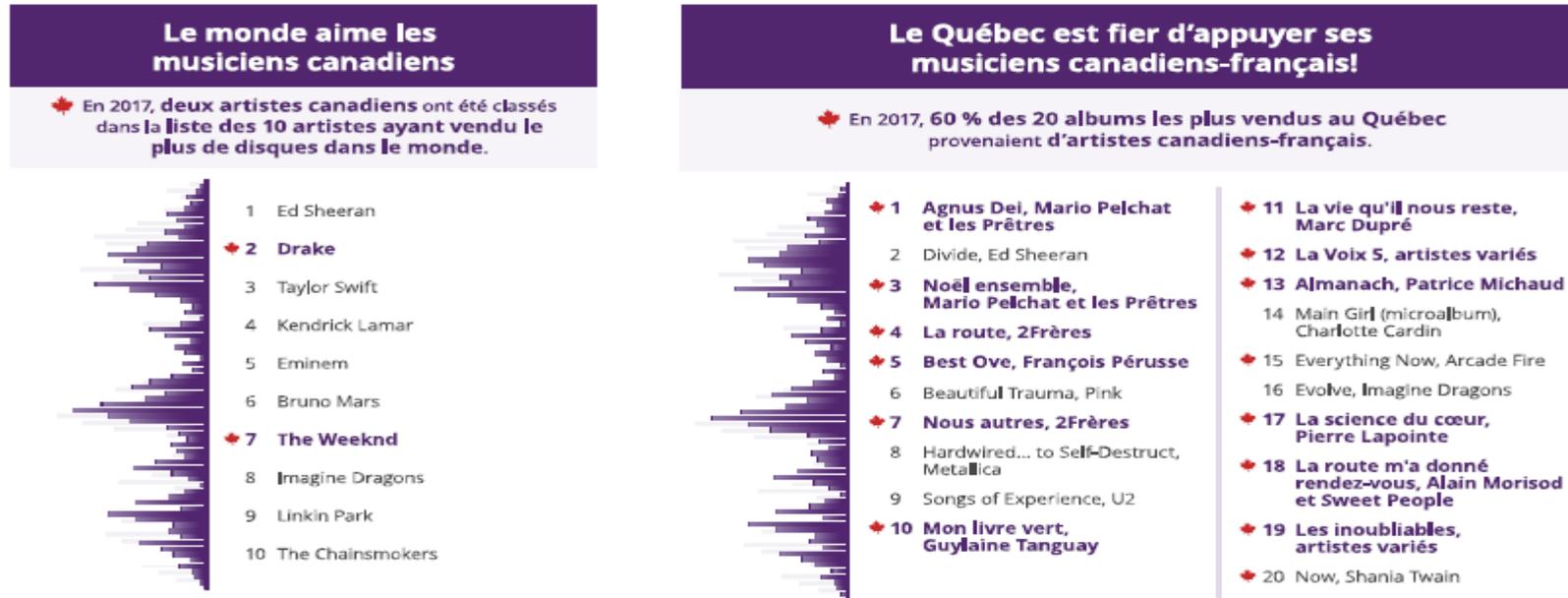


Source : Estimations de [Nordicity](#) (CRTC, FMC, [BCPAC](#), [Numeris](#))

Nota : Cette analyse comprend l'ensemble des revenus des radiodiffuseurs canadiens (p. ex. publicité, abonnements, crédits parlementaires) et les dépenses sur le contenu, ainsi que toutes les sources de revenus de production et le financement public (p. ex. FMC, crédits d'impôts pour la production) pour les productions canadiennes.

Contenu

Figure 45 : Les musiciens canadiens sont reconnus mondialement



Source : [IFPI \(disponible en anglais seulement\)](#), Nielsen SoundScan

État des livrables présentés par le CRTC

Prévision pour les
modèles futurs

- *SI LA TENDANCE SE MAINTIENT...*

Services audio

Service audio en
ligne (écoute)

Radio satellite

Radio AM/FM

Service d'achats
audio en ligne

Services audio

- Service audio en ligne (écoute) ➔ CROISSANCE
- Radio satellite ➔ MATURITÉ
- Radio AM/FM ➔ MATURITÉ
- Service d'achats audio en ligne ➔ DÉCLIN

Services vidéo

Vidéo en ligne

Vidéo téléversée par
l'utilisateur

Télévision
généraliste

Service par câble,
satellite ou fibre
optique

Vidéo transactionnelle
en ligne

Services vidéo

- Vidéo en ligne ➡ CROISSANCE
- Vidéo téléversée par l'utilisateur ➡ CROISSANCE
- Service par câble, satellite ou fibre optique ➡ MATURITÉ
- Vidéo transactionnelle en ligne ➡ MATURITÉ
- Télévision généraliste ➡ DÉCLIN

QUELLE VISION POUR DE
NOUVEAUX MODÈLES...?



Analyse de fond

Opportunités et risques

Opportunités	Risques
Accès à un contenu qui se mondialise : <i>opportunité pour qui au juste?</i>	Perte de contenu canadien : <i>plus ça change plus c'est pareil...</i>
Démocratiser la production du contenu : <i>oui, mais...</i>	Diminution des recettes publicitaires : <i>ou plutôt déplacement de ces recettes?</i>
Présence de plus d'acheteurs pour le contenu : <i>vraiment? – et la Figure 39?</i>	Baisse d'appui (<i>lire – de financement public</i>) à la production de contenu vidéo canadien
	Perte de la radio comme outil promotionnel : <i>on attend d'en parler en audience publique depuis 2015</i>
	Nouvelles attentes : <i>pourquoi ne pas en faire une opportunité?</i>
	Disparition du marché des droits canadiens distincts : <i>risque probable ou pire cauchemar?</i>
Données des auditeurs : <i>pour les créateurs</i>	Données des auditeurs : <i>pour les auditeurs</i>

Conclusions et recommandations

- Innover
- Mobiliser tous les « acteurs »
- S'adapter au changement
- Remplacer les licences par des accords contraignants
- Restructurer le financement
- Stratégies nationales

Conclusions et recommandations

Les considérer dans un meilleur ordre et entre catégories affiliées.

- Stratégies nationales
- Mobiliser tous les « acteurs » et restructurer le financement
- Remplacer les licences par des accords contraignants
- S'adapter au changement et innover

Partie 3 :

Lire entre les lignes

Lire entre les lignes : les influences retenues par le CRTC dans son analyse

Un grand
souci de
réserve

Sa connaissance
d'office de
l'industrie et ses
rapports de
surveillance

L'observateur des
technologies médias

Le document de
référence
commandé par le
Conseil

Les débats sur
l'équité fiscale

Partie 4 :

Lire au-delà des lignes

Lire au-delà des lignes



Les oubliés

Les négligés

Les
distractions



Les non-dits

Lire au-delà des lignes : les oubliés

- Les objectifs directeurs identifiés par le GEC pour guider l'analyse
- Les marchés bilingues
- Notre réalité minoritaire... d'un océan à l'autre

Lire au-delà des lignes : les négligés

- Les dispositions actuelles de la *Loi sur la radiodiffusion*
- Autres dispositions législatives
- Les justifications pour les conclusions et recommandations

Lire au-delà des lignes : les distractions

- La teneur du marché d'exportation du contenu canadien
- Les procédures d'attribution des fonds / les mécanismes de financement

Lire au-delà des lignes : les non-dits

- L'attente d'une direction de la part du Parlement
- Les limites actuelles des ressources réglementaires

Le mot de la fin :
Un paradoxe du 21^e siècle

Un paradoxe du 21^e siècle : le développement durable face aux visionnements individuels



Pour plus de détails,
contactez :

Suzanne
Lamarre

Avocate, Ing. P.Eng.

suzanne.lamarre@therriencouture.com

t. 1 855 633.6326 (sans frais)

Vos affaires. À cœur.