

## **Étude des crédits 2019-2020**

---

**MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS**  
**Demande de renseignements particuliers**  
**requis par l'opposition officielle**

- 5 - Liste et copie des interventions et des mémoires déposés par le Ministère devant des agences gouvernementales fédérales (exemple : CRTC ou comité fédéral chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications).

\*\*\*\*\*

**19 décembre 2018** : Mémoire du MCC et de l'Office de la protection du consommateur dans le cadre de l'instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les services Internet (Avis de télécom CRTC 2018-422).

**30 août 2018** : Mémoire du MCC et de l'Office de la protection du consommateur dans le cadre de l'instance examinant les pratiques de vente au détail des grandes entreprises de services de télécommunication canadiennes (Avis de consultation de télécom et de radiodiffusion CRTC 2018-246).

**10 mai 2018** : Lettre du ministère de la Culture et des Communications transmise au CRTC dans le cadre de la deuxième phase de l'instance visant à réexaminer les décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française (Avis de radiodiffusion CRTC 2017-428-1).



Québec, le 10 mai 2018

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

Monsieur le Secrétaire général,

1. En réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428-1 (Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française – Deuxième phase d'observations), le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) soumet ses commentaires sur les réponses des demandeurs aux questions posées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) le 26 mars 2018.
2. Les observations du MCC se limiteront à trois aspects : (I) l'imposition potentielle d'une exigence à l'effet que 75 % des dépenses en émissions canadiennes (DÉC) des groupes soient consacrées aux émissions originales produites en langue française; (II) l'imposition potentielle d'une exigence à savoir que chaque groupe consacre un pourcentage de ses dépenses à un fonds indépendant afin de soutenir la diffusion et la production de vidéoclips et d'émissions de musique; (III) les modifications potentielles aux exigences du groupe Bell Média advenant l'approbation de l'acquisition des chaînes Historia et Séries+.
1. **La nécessité d'imposer une exigence en matière d'émissions originales produites en langue française**
3. Le MCC a pris connaissance des réponses des demandeurs concernant l'imposition éventuelle d'une exigence voulant que 75 % des dépenses en DÉC des grands groupes de langue française soient consacrées aux émissions originales produites en langue française.

Le MCC constate que, pour l'essentiel, les quatre grands groupes de langue française ont maintenu leurs positions formulées précédemment sur ce sujet, notamment dans le cadre de leurs répliques.

4. Les groupes Bell Média et Corus répètent qu'ils sont prêts à accepter l'imposition d'une exigence de consacrer un seuil minimal de 50 % des DÉC aux émissions originales produites en langue française. Pour leur part, les groupes TVA et V considèrent toujours qu'il n'est pas nécessaire de leur imposer quelle qu'exigence qu'il soit en la matière.
5. Le MCC tient à réitérer que l'imposition d'une exigence est essentielle pour s'assurer que ces groupes contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions originales de langue française au cours de la prochaine période de licence, et ainsi répondre à la demande faite par le gouverneur en conseil au CRTC dans son décret C.P. 2017-1060 du 14 août 2017.
6. En effet, bien que la demande pour ce type de contenu soit très forte dans le marché de langue française, rien ne garantit que les grands groupes de langue française consacreront une part élevée de leurs DÉC à ce type de contenu au cours des prochaines années.
7. Les émissions originales canadiennes de langue française jouent un rôle primordial afin de promouvoir la diversité et toute la richesse du système de radiodiffusion, tant québécois que canadien. Elles sont également indispensables pour l'affirmation de l'identité nationale québécoise et de l'identité culturelle francophone au Canada et elles permettent aux téléspectateurs francophones de voir leurs intérêts reflétés à la télévision.
8. Dans son mémoire soumis le 23 janvier 2018 en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428, le MCC avait recommandé au CRTC, afin de s'assurer que les grands groupes de langue française contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions originales de langue française, de leur imposer une exigence visant à ce qu'au moins 70 % de leurs DÉC soient consacrées à ce type d'émissions. Ce seuil constitue, pour le MCC, un minimum à atteindre.

9. Après avoir pris connaissance des questions posées par le CRTC le 26 mars 2018 aux demandeurs, le MCC tient à souligner que la proposition qu'il a faite précédemment d'un seuil de 70 % ne représentait qu'un minimum et qu'il verrait donc d'un bon œil une exigence à l'effet que 75% des DÉC des grands groupes de langue française soient consacrées aux émissions originales produites en langue française, comme l'avaient recommandé plusieurs associations du milieu québécois<sup>1</sup>.
  10. Le MCC réitère aussi son ouverture à ce que cette exigence soit mise en oeuvre de manière graduelle au cours de la prochaine période de licence, mais uniquement pour les groupes dont la proportion actuelle de DÉC consacrée à des émissions originales de langue française serait considérablement inférieure au seuil de 75 %.
- II. Soutien à la production et la diffusion de vidéoclips et d'émissions de musique**
11. Le MCC constate que tous les grands groupes de langue française s'opposent, dans leurs réponses aux questions du CRTC, à l'imposition d'une exigence de dépenses qui serait dirigée vers un fonds indépendant dans le but de soutenir la diffusion et la production de vidéoclips.
  12. Selon eux, une telle obligation irait l'encontre de l'esprit de la politique « Parlons télé » et serait incompatible avec le nouveau cadre stratégique pour la télévision, en particulier l'élimination de l'exclusivité des genres<sup>2</sup>.
  13. En dépit de ces affirmations, le MCC estime important de réitérer que la musique joue un rôle essentiel à la télévision. Plus généralement, la musique revêt une importance particulière sur le plan culturel. Elle représente en effet une expression de la diversité culturelle en plus d'être un véhicule privilégié pour le rayonnement de notre culture. Au Québec, la musique de langue française est un mode d'expression qui permet d'affirmer la culture et l'identité québécoise.
  14. De plus, les émissions de musique et les vidéoclips contribuent grandement à la diversité de la programmation canadienne conformément à l'article 3(1) i) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Le CRTC a d'ailleurs reconnu, dans sa décision de radiodiffusion CRTC 2017-146,

<sup>1</sup> Entre autres l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), l'Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son (AQTIS), l'Association des Réalisateur et Réalisatrices du Québec (ARRQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et l'Union des Artistes (UDA).

<sup>2</sup> Voir notamment la réponse de Québec Média, paragraphe 9 (DM#3100489 – 6 avril 2018) et la réponse de Bell Média, R2 p.4 (DM#3100514 – 6 avril 2018).

que la promotion de la musique canadienne était importante et nécessitait un soutien réglementaire<sup>3</sup>.

15. Par contre, le MCC est d'avis que la décision du CRTC d'avoir supprimé les contributions obligatoires au Fonds Remstar pour les chaînes MusiquePlus et MAX, sans avoir prévu une mesure de remplacement, affaiblit la capacité de produire et de faire connaître l'expression culturelle francophone du Canada. Elle réduit ainsi la qualité et la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion.
16. Pour rappel, l'objectif du Fonds Remstar était notamment d'encourager l'essor de la musique en soutenant la production de vidéoclips et d'autres émissions qui mettent en valeur le talent musical canadien.
17. En outre, s'il est vrai que les émissions de musique (catégorie 8) font partie des émissions d'intérêt national (ÉIN), rien n'oblige les grands groupes de langue française à puiser dans cette catégorie pour atteindre leur seuil d'ÉIN.
18. Dans ce contexte, le MCC considère qu'une nouvelle mesure doit être mise en place pour assurer un financement adéquat des émissions de musique et des vidéoclips.
19. À défaut que le CRTC trouve un autre mécanisme qui permettrait d'atteindre cet objectif, et étant donné que le décret C.P. 2017-1060 du gouverneur en conseil demande spécifiquement au CRTC d'étudier comment s'assurer que les grands groupes de propriété de langue française contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions de musique, le MCC réitère au CRTC sa recommandation de s'assurer que tous les groupes de propriété de langue française consacrent un montant minimal de leurs dépenses, par exemple en émissions d'intérêt national, afin d'appuyer la production et la diffusion de vidéoclips de langue française et d'émissions de musique.
20. Ce montant pourrait être alloué à un fonds indépendant qui appuierait le financement de vidéoclips et d'émissions de musique.
21. À ce titre, puisque la politique sur l'exclusivité des genres a été abolie par le CRTC, rappelons que toutes les chaînes incluses dans les grands groupes de langue française peuvent désormais diffuser ce type d'émissions.

---

<sup>3</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, paragraphe 64.

22. Par ailleurs, le MCC note que dans ses questions adressées aux demandeurs le 26 mars 2018, le CRTC semble évoquer l'imposition d'une exigence de dépenses qui serait dirigée vers un fonds indépendant dans le but de soutenir uniquement la diffusion et la production de vidéoclips. Or, le MCC est d'avis que l'exigence du CRTC doit viser à soutenir non seulement les vidéoclips, mais également les autres émissions de musique pouvant être incluses dans la catégorie 8.
23. Le MCC fait d'ailleurs remarquer que le décret du gouverneur en conseil demande au CRTC d'étudier « comment s'assurer que ces groupes contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions originales de langue française et d'émissions de musique » (notre souligné).
24. Enfin, le MCC rappelle qu'il estime important que le CRTC surveille et publie des données spécifiques à propos de l'évolution des dépenses et la présence des émissions de musique (catégories 8 a, b et c) à la télévision francophone au cours de la prochaine période de licence.

### **III. L'intégration potentielle des chaînes Historia et Séries+ au groupe Bell Média**

25. Le MCC a pris note des questions adressées le 26 mars 2018 par le CRTC au groupe Bell Média sur la possibilité d'intégrer les chaînes Historia et Séries+ à son groupe actuel ou encore sur la possibilité de maintenir ces chaînes dans un groupe distinct avec leurs propres conditions de licence. Le CRTC s'interrogeait aussi, dans l'une ou l'autre de ces éventualités, sur les niveaux appropriés de DÉC et d'ÉIN qui devraient être imposés au groupe Bell Média.
26. Dans l'éventualité où l'acquisition de ces deux chaînes par Bell Média serait autorisée, le MCC souhaite indiquer que, peu importe la décision qui sera prise par le CRTC, l'important sera que chaque grand groupe de langue française se voit imposer un seuil minimum de dépenses en émissions originales de langue française ainsi que pour appuyer la production et la diffusion de vidéoclips et d'émissions de musique.

27. En ce qui concerne les niveaux de DÉC et d'ÉIN qui devraient être imposés au groupe Bell Média advenant son acquisition d'Historia et de Séries+, le MCC s'en remet au CRTC pour s'assurer que les seuils qui seront établis correspondront au niveau de dépenses historiques des dernières années et qu'ils ne constitueront pas des baisses à cet égard.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, mes salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des Communications,



Marie-Claude Champoux

c. c. M. Serge Bellerose, Bellerose média-conseil inc. (Groupe V Média inc.)  
M. Kevin Goldstein, Bell Média  
M<sup>me</sup> Karen Phillips, Corus Entertainment inc.  
M<sup>me</sup> Peggy Tabet, Québecor Média inc.

N/Réf. : 32508

Québec, le 30 août 2018

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

Monsieur le Secrétaire général,

En réponse à l'Avis de consultation de télécom et de radiodiffusion CRTC 2018-246 (Rapport sur les pratiques de vente au détail des grandes entreprises de services de télécommunication canadiennes) et conformément à l'article 26 des Règles de procédure, le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications et l'Office de la protection du consommateur, souhaite être considéré comme intervenant dans cette instance réglementaire et soumet les commentaires joints à la présente lettre.

Nous vous informons également que le gouvernement du Québec ne souhaite pas comparaître à l'audience publique débutant le 22 octobre 2018.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, nos salutations distinguées.

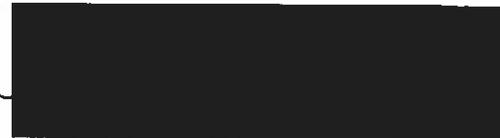
La sous-ministre de la Culture et des  
Communications,



Marie-Claude Champoux

p.j.

La vice-présidente de l'Office de  
la protection du consommateur,



Marjorie Thérberge

**AVIS DE CONSULTATION DE TÉLÉCOM ET DE RADIODIFFUSION CRT C  
2018-246**

**(RAPPORT SUR LES PRATIQUES DE VENTE AU DÉTAIL DES GRANDES  
ENTREPRISES DE SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATION CANADIENNES)**

**MÉMOIRE**

---

---

**DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (MCC)**

**ET**

**DE L'OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR (OPC)**

**AU NOM DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC,**

**AU**

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET  
DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**30 AOÛT 2018**





## **INTRODUCTION**

1. Par la présente instance, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) souhaite notamment recueillir de l'information sur les « mesures de protection des consommateurs relatives aux pratiques de vente au détail et aux contrats pour les services de télécommunication actuellement mises en place afin, d'une part, de permettre aux consommateurs de prendre des décisions éclairées quant à leurs services de télécommunication et, d'autre part, de favoriser le traitement équitable des consommateurs dans leurs relations avec les entreprises de services de télécommunication »<sup>1</sup>.
2. Le gouvernement du Québec intervient dans la présente instance afin d'exposer sommairement un portrait de son régime de protection dont bénéficient les consommateurs qui concluent des contrats avec des fournisseurs de services de télécommunication et de télévision et pour rappeler que ce régime découle de l'exercice par le Québec de la compétence qui est la sienne en matière de protection du consommateur.

## **ENSEMBLE DE PROTECTIONS**

3. La protection du consommateur est une préoccupation de première importance pour le gouvernement du Québec. En 2009, il a introduit à sa Loi sur la protection du consommateur (LPC) un régime de protection qui régit les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services fournis à distance. Ce régime s'applique notamment aux fournisseurs de services de télécommunication et de télévision.
4. Les mesures prévues à ce régime se trouvent aux articles 214.1 à 214.11 de la LPC. Elles encadrent le contenu du contrat, son renouvellement et sa résiliation par le consommateur. Elles s'intéressent aussi au dépôt de garantie et au paiement des services pendant que l'équipement nécessaire à leur utilisation est en réparation.
5. L'intégration de ces mesures à la LPC s'est faite en considérant les autres dispositions avec lesquelles elles auraient à cohabiter ainsi que les solutions déjà offertes par cette loi et le Code civil du Québec.
6. Les protections applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance ne sont, en effet, qu'une composante d'un ensemble de protections prévues dans la LPC dont peut se prévaloir le consommateur québécois qui a conclu un contrat avec un fournisseur de services de télécommunication et de télévision.

---

<sup>1</sup> Annexe 2 de l'Avis de consultation de télécom et de radiodiffusion CRTC 2018-246.

7. Sur le contenu de la LPC et des objectifs qu'elle poursuit, rappelons que la Cour suprême du Canada enseigne ce qui suit :

*La Loi sur la protection du consommateur applicable aujourd'hui institue un régime juridique beaucoup plus élaboré que celui établi par sa version précédente. Son adoption témoigne de la volonté du législateur québécois d'étendre la protection de la L.p.c. à un ensemble plus vaste de contrats et de régir explicitement certaines pratiques de commerce jugées dolosives pour le consommateur. Concrètement, la loi est divisée en sept titres qui reflètent les grandes orientations du droit québécois de la consommation. Le titre I, intitulé « Contrats relatifs aux biens et aux services », contient des dispositions qui visent principalement à rétablir l'équilibre contractuel entre le commerçant et le consommateur. Le titre II, intitulé « Pratiques de commerce », assimile à des pratiques interdites certains comportements commerciaux afin d'assurer la véracité de l'information transmise au consommateur par la publicité ou autrement.<sup>2</sup>*

[...]

*Le premier objectif de la L.p.c. est le rétablissement d'un équilibre dans les relations contractuelles entre les commerçants et le consommateur. La nécessité de ce rééquilibrage découle de la faiblesse du pouvoir de négociation du consommateur face aux commerçants, autant lors de la conclusion d'un contrat qu'au moment du règlement de problèmes survenant au cours de leurs relations contractuelles. Elle découle également du risque de vulnérabilité informationnelle auquel est exposé le consommateur à toutes les étapes de ses rapports avec des commerçants. En somme, les obligations imposées aux commerçants et le formalisme des contrats régis par la loi visent à établir un équilibre contractuel entre les commerçants et le consommateur.<sup>3</sup>*

*La L.p.c. possède comme second objectif l'élimination des pratiques déloyales et trompeuses susceptibles de fausser l'information dont dispose le consommateur et de l'empêcher de faire des choix éclairés. Les mesures imposées par le législateur pour atteindre cet objectif se retrouvent, pour la*

---

<sup>2</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 41.

<sup>3</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 160, références omises.

*majorité, au titre II de la L.p.c., dont nous avons discuté plus haut.<sup>4</sup>*

*Par la réalisation de ces deux objectifs, le législateur cherche à sauvegarder l'existence d'un marché efficient où le consommateur peut intervenir avec confiance.<sup>5</sup>*

8. La LPC contient en effet plusieurs mesures qui s'intéressent à la qualité du consentement donné par le consommateur de façon à ce que la décision de conclure un contrat avec une entreprise soit le résultat d'une décision éclairée et réfléchie.
9. Ces différentes mesures visent notamment à favoriser la prise de connaissance par le consommateur des modalités qui régiront le contrat, à permettre au consommateur de résoudre le contrat qu'il a conclu dans certaines circonstances, à limiter la capacité du commerçant à modifier unilatéralement les modalités contractuelles auxquelles le consommateur a initialement adhéré et à rendre responsables les commerçants du contenu de leurs représentations.
10. **Contenu et formation du contrat.** La LPC exige que certains contrats contiennent obligatoirement certains renseignements. C'est le cas du contrat à exécution successive de service fourni à distance qui doit contenir de l'information qui concerne, entre autres, les parties, les services, les tarifs, l'obligation totale du consommateur, l'équipement, les rabais consentis, la durée du contrat, la modification du contrat et sa résiliation par le consommateur. Afin de faciliter la prise de connaissance de ces informations importantes, le Règlement d'application de la LPC prévoit qu'elles doivent être présentées au début du contrat et être rédigées clairement et lisiblement.
11. La LPC assujettit également la formation de certains contrats à des règles de formalisme. Le contrat à exécution successive de service fourni à distance compte au nombre de ces contrats. Les règles de formation du contrat, prévues aux articles 23 à 33 de la LPC, exigent que le contrat qui est proposé au consommateur soit constaté sur un support papier. L'entreprise doit d'abord signer, à la dernière page, le contrat et un double de ce dernier. L'entreprise doit ensuite remettre au consommateur le contrat et lui permettre de prendre connaissance de ses termes et de sa portée. Le consommateur qui accepte de conclure le contrat proposé doit apposer sa signature à la dernière page de ce contrat et de son double.
12. Le contrat n'est formé que lorsque l'entreprise et le consommateur l'ont signé. L'entreprise doit remettre le double du contrat au consommateur après la

---

<sup>4</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 161, référence omise.

<sup>5</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 162.

signature. Le consommateur n'est tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession de ce double du contrat.

13. Ce processus, qui encadre la formation de certains contrats de consommation, donne l'occasion au consommateur, avant qu'il n'accepte de les conclure, de prendre connaissance de l'ensemble des modalités qui y sont prévues et qui sont susceptibles d'avoir des conséquences importantes pour lui. Dans le cas des contrats de services de télécommunication et de télévision, ces modalités peuvent impliquer des sommes importantes et contiennent les règles qui régiront une relation contractuelle pouvant s'échelonner sur de nombreuses années.
14. Puisque selon les règles applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance, le fournisseur de services de télécommunication et de télévision doit indiquer, au tout début du contrat, certaines informations importantes relatives au contrat de service, ce processus facilite également la comparaison des représentations faites par les vendeurs avec le contenu du contrat, et ce, avant que le consommateur n'y appose sa signature et que celui-ci ne soit formé.
15. Il importe de noter que le processus prévu aux articles 23 à 33 de la LPC ne s'applique pas lorsque le contrat est conclu au téléphone ou par Internet, ce mode de conclusion du contrat étant plutôt régi par les articles 54.1 à 54.16 de la LPC. Ces règles, qui s'appliquent au contrat de consommation conclu à distance, y compris celui conclu avec un fournisseur de services de télécommunication et de télévision, exigent de l'entreprise qu'elle porte expressément à la connaissance du consommateur un certain nombre de renseignements avant la conclusion du contrat (description du service, tarif, conditions d'annulation et de résiliation du contrat, etc.) et qu'un exemplaire du contrat, reprenant ces informations, soit transmis au consommateur dans les quinze jours de sa conclusion.
16. **Faculté de résoudre le contrat.** Certains modes de conclusion du contrat peuvent être moins propices à une prise de décision éclairée de la part du consommateur. C'est le cas du contrat conclu avec un commerçant au domicile du consommateur ou du contrat conclu à distance, par exemple par Internet ou par téléphone. Pour ces deux modes de conclusion du contrat, la LPC prévoit que le consommateur peut résoudre, à certaines conditions, le contrat conclu.
17. Si le contrat de consommation, y compris celui conclu avec un fournisseur de service de télécommunication et de télévision, est conclu au domicile du consommateur, celui-ci peut résoudre le contrat, sans frais, à sa seule discrétion, dans les dix jours qui suivent celui où chacune des parties est en possession d'un double du contrat. Le contrat doit contenir un certain nombre d'informations, dont celle relative à cette faculté de résolution. Le

consommateur peut également résoudre le contrat dans un délai d'un an à compter de la date de formation du contrat dans certaines circonstances, notamment dans le cas où le commerçant itinérant n'est pas titulaire du permis requis par la LPC. L'entreprise doit également annexer au double du contrat, qu'elle doit remettre au consommateur, un Énoncé des droits de résolution du consommateur et un formulaire de résolution.

18. Si le contrat de consommation est conclu à distance, le consommateur peut résoudre le contrat si l'entreprise n'a pas porté expressément à sa connaissance les renseignements obligatoires; si, s'agissant d'une offre écrite, elle n'a pas présenté ces renseignements de façon à ce que le consommateur puisse aisément les conserver; si, avant la conclusion du contrat, elle n'a pas donné expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser la proposition et d'en corriger les erreurs; si elle n'a pas transmis au consommateur un exemplaire du contrat dans le délai exigé ou si le contrat transmis est incomplet ou contient de l'information qui diffère de celle donnée avant la conclusion du contrat; ou si elle n'a pas fourni le bien ou le service à l'intérieur d'un certain délai. Le consommateur peut alors résoudre sans frais le contrat en transmettant un avis à cet effet (verbal ou écrit) à l'entreprise à l'intérieur des délais prévus à la LPC. À titre d'exemple quant aux délais applicables, le consommateur peut résoudre le contrat dans les sept jours suivant la réception de son état de compte si c'est à ce moment qu'il constate que le commerçant n'a pas divulgué, avant la conclusion du contrat, tous les renseignements obligatoires ou qu'il ne les a pas divulgués conformément à ce qu'exige la LPC.
19. **Modification du contenu contractuel.** La LPC prévoit également des règles qui limitent la capacité d'un commerçant à modifier unilatéralement les conditions du contrat qui ont été initialement acceptées par le consommateur.
20. L'article 11.2 énonce les conditions auxquelles une entreprise peut prévoir à son contrat une clause par laquelle elle s'octroie la faculté d'en modifier unilatéralement le contenu. Ces conditions s'appliquent à tous les contrats de consommation (contrat de vente, contrat de location, contrat de service, etc.).
21. Selon l'article 11.2 de la LPC, une entreprise ne peut prévoir dans un contrat de consommation une clause qui lui permet d'en modifier les éléments essentiels.
22. Afin qu'une entreprise qui ne s'est pas engagée pour une période déterminée ne soit pas tenue de fournir son service au même prix pendant de nombreuses années, l'article 11.2 de la LPC énonce également que l'entreprise qui a conclu un contrat de service à durée indéterminée peut prévoir une clause qui lui permet d'en modifier les éléments essentiels, dont le prix.

23. Cet article permet aussi qu'un contrat de consommation contienne une clause qui permet à l'entreprise d'en modifier unilatéralement les éléments non essentiels.
24. Dans les cas où une clause de modification unilatérale peut être prévue dans le contrat de consommation, cette clause doit contenir obligatoirement certaines informations. Ces informations concernent les éléments du contrat pouvant faire l'objet d'une modification unilatérale, l'avis qui doit être transmis au consommateur et les droits du consommateur en cas de refus de la modification.
25. **Représentations faites au consommateur.** Plusieurs dispositions de la LPC s'intéressent aux représentations qui sont faites par les commerçants aux consommateurs. À titre d'exemple, la LPC prévoit aux articles 41 et 42 que :

*41. Un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant ou le fabricant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant ou ce fabricant.*

*42. Une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant ou d'un fabricant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant ou ce fabricant.*

26. Certains commerçants tentent de se soustraire aux obligations qui découlent des représentations faites par leur représentant en introduisant dans le contrat de consommation des clauses qui prévoient le contraire de ce qu'énoncent ces articles, pourtant d'ordre public. Le Règlement d'application de la LPC interdit l'insertion au contrat de consommation de plusieurs clauses qui ont pour effet de désinformer le consommateur sur les droits dont il dispose réellement en vertu de la LPC. À titre d'exemple, l'article 25.5 prévoit que :

*25.5. Est interdite la stipulation qui vise à exclure ou limiter l'obligation du commerçant ou du fabricant d'être lié par la déclaration écrite ou verbale à propos d'un bien ou d'un service faite par son représentant.*

27. Le titre II de la LPC s'intéresse quant à lui à la véracité de l'information transmise au consommateur en interdisant plusieurs pratiques de commerce. À l'instar de toutes entreprises, les fournisseurs de services de télécommunication et de télévision doivent respecter les règles qui y sont prévues.
28. Comme le souligne la Cour suprême du Canada, *un des objectifs principaux du titre II de la L.p.c. est la protection du consommateur contre les*

*représentations fausses ou trompeuses. Un nombre important de pratiques qu'il interdit sont reliées à la véracité de l'information transmise au consommateur. L'article 219 L.p.c. exprime de façon particulièrement nette cet objectif. En effet, il interdit de façon générale à tout commerçant, fabricant ou publicitaire, de faire par quelque moyen que ce soit, une représentation fausse ou trompeuse à un consommateur. En effet, la notion de « représentation » est définie à l'art. 216 L.p.c. comme comprenant une affirmation, un comportement ou une omission. Des interdictions relatives à certaines représentations spécifiques (art. 220 à 251 L.p.c.) complètent l'art. 219 L.p.c.<sup>6</sup>*

29. Parmi les nombreuses pratiques de commerce qui sont interdites par le titre II de la LPC, notons les suivantes :

*219. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, faire une représentation fausse ou trompeuse à un consommateur.*

*220. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit :*  
*a) attribuer à un bien ou à un service un avantage particulier;*  
*[...]*

*222. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit :*  
*a) invoquer une circonstance déterminée pour offrir un bien ou un service;*  
*b) déprécier un bien ou un service offert par un autre;*  
*[...]*

*224. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit :*  
*a) accorder, dans un message publicitaire, moins d'importance au prix d'un ensemble de biens ou de services, qu'au prix de l'un des biens ou des services composant cet ensemble;*  
*[...]*  
*b) divulguer, dans un message publicitaire, le montant des versements périodiques à faire pour l'achat ou le louage à long terme d'un bien ou l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du bien ou du service ou, dans le cas du louage à long terme d'un bien, la valeur au détail du bien et sans faire ressortir ce prix ou cette valeur d'une façon plus évidente;*  
*c) exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé.*

---

<sup>6</sup>Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 44.

[...]

*Aux fins du paragraphe c du premier alinéa, le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du bien ou du service. Toutefois, ce prix peut ne pas comprendre la taxe de vente du Québec, ni la taxe sur les produits et services du Canada. Le prix annoncé doit ressortir de façon plus évidente que les sommes dont il est composé.*

*225. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit :*

- a) invoquer une réduction de prix;*
- b) indiquer le prix courant ou un autre prix de référence pour un bien ou un service;*
- c) laisser croire que le prix d'un bien ou d'un service est avantageux.*

*228. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.*

*230. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit :*

- a) exiger quelque somme que ce soit pour un bien ou un service qu'il a fait parvenir ou rendu à un consommateur sans que ce dernier ne l'ait demandé;*
- b) prétexter un motif pour la sollicitation portant sur la vente d'un bien ou la prestation d'un service;*
- c) exiger du consommateur à qui il a fourni, gratuitement ou à un prix réduit, un service ou un bien pendant une période déterminée, un avis au terme de cette période indiquant qu'il ne souhaite pas obtenir ce service ou ce bien au prix courant.*

*232. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, accorder dans un message publicitaire, plus d'importance à la prime qu'au bien ou au service offert.*

*On entend par « prime » un bien, un service, un rabais ou un autre avantage offert ou remis à l'occasion de la vente d'un bien ou de la prestation d'un service et qui peut être attribué ou est susceptible d'être obtenu, immédiatement ou d'une manière différée, chez le commerçant, le fabricant ou le publicitaire, soit à titre gratuit soit à des conditions présentées explicitement ou implicitement comme avantageuses.*

30. L'article 218 de la LPC prévoit que pour déterminer si une représentation constitue une pratique interdite, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés.
31. Selon la Cour suprême du Canada, l'article 218 de la LPC pose le critère de la première impression.<sup>7</sup>
32. Elle est d'avis que le critère de l'impression générale prévu à l'article 218 de la LPC doit être appliqué dans une perspective similaire à celle de « l'acheteur ordinaire pressé », c'est-à-dire celle d'un consommateur qui ne prête rien de plus qu'une attention ordinaire à ce qui lui saute aux yeux lors d'un premier contact avec la représentation.<sup>8</sup>
- 
33. Le consommateur visé par le titre II de la LPC est crédule et inexpérimenté.<sup>9</sup>
- 
34. Le test élaboré afin d'évaluer la véracité d'une représentation est le suivant : *(1) décrire d'abord l'impression générale que la représentation est susceptible de donner chez le consommateur crédule et inexpérimenté; (2) déterminer ensuite si cette impression générale est conforme à la réalité. Dans la mesure où la réponse à cette dernière question est négative, le commerçant aura commis une pratique interdite.*<sup>10</sup>
35. **Code civil du Québec.** Les règles prescrites par la LPC et son Règlement d'application sont complétées par les règles générales du droit civil québécois qui sont principalement prévues au Code civil du Québec et qui régissent à la fois les contrats et les rapports entre les personnes qui concluent ces contrats.
36. Le Code civil du Québec établit les principes qui sont à la base même de la théorie générale des obligations et énonce des règles générales qui s'appliquent à tout contrat, quelle qu'en soit la nature. Ces règles établissent les conditions de formation du contrat que sont le consentement, la capacité, la cause, l'objet et, en certains cas, la forme du contrat et fixent la sanction de l'inobservation de ces obligations.

---

<sup>7</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 57.

<sup>8</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 67.

<sup>9</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 78.

<sup>10</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 78.

## SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES

37. Afin de sanctionner les manquements à la loi commis par les commerçants, le législateur a assorti la L.p.c. de sanctions administratives, civiles et pénales qui, conjointement, constituent le « bras armé » de la loi.<sup>11</sup>
38. Les consommateurs sont peu disposés à entreprendre des démarches individuelles pour des réclamations relativement modestes et ces démarches ont, quant à elles, une capacité limitée à amener une entreprise à modifier ses pratiques de commerce et le contenu des contrats qu'elle propose.
39. Ce constat témoigne de l'importance qu'un organisme public, investi des pouvoirs nécessaires à cet effet, ait pour mandat de surveiller l'application des exigences prévues à la LPC, et à son Règlement d'application, de façon à ce que les entreprises utilisent des pratiques de commerce et des contrats qui sont conformes avec l'ensemble des exigences qui y sont prévues. L'OPC est l'organisme responsable de l'application et de la surveillance de la LPC. Pour réaliser ce mandat, la présidente de l'OPC dispose notamment de pouvoirs d'enquête et d'inspection, du pouvoir d'annuler, de suspendre ou de refuser la délivrance d'un permis, du pouvoir de conclure des engagements volontaires et du pouvoir de demander des injonctions, entre autres, pour obtenir de la Cour supérieure qu'elle ordonne à une entreprise de ne plus se livrer à une pratique de commerce interdite ou de cesser d'insérer dans son contrat une clause qui est interdite.
40. À ces pouvoirs s'ajoute la possibilité que des poursuites pénales soient intentées à l'encontre d'une entreprise qui contrevient à la LPC ou au Règlement d'application de la LPC. Le contrevenant est alors passible d'une amende qui peut atteindre 100 000 \$ par infraction, montant qui pourra être doublé en cas de récidive.
41. Les activités de surveillance de l'OPC découlent des plaintes et des dénonciations qui lui sont transmises par les consommateurs, par les commerçants eux-mêmes à l'encontre d'entreprises concurrentes et par des associations de consommateurs. L'OPC planifie également des activités de surveillance préventives, dans le cadre de programmes de surveillance.
42. Ces activités de surveillance consistent en des vérifications, des inspections et des enquêtes pouvant mener à des interventions directes auprès des commerçants. Il peut s'agir, entre autres, d'un avis de rappel des dispositions de la loi, d'un avis d'infraction ou d'une poursuite pénale.
43. Au cours de l'année 2017-2018, l'OPC a reçu 25 560 plaintes de la part du public. Le secteur des télécommunications compte au nombre des principaux secteurs ayant fait l'objet de plaintes.

---

<sup>11</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 99.

## SANCTIONS CIVILES

44. En cas de non-respect par l'entreprise des obligations prévues à la LPC, le consommateur peut exercer un recours civil et demander les réparations prévues à la Loi. Il peut donc obtenir, selon le cas, l'exécution de l'obligation, l'autorisation de la faire exécuter aux frais de l'entreprise, la réduction de son obligation, la résiliation ou la nullité du contrat, et ce, sans préjudice de sa demande en dommages-intérêts compensatoires. Il peut également demander des dommages-intérêts punitifs.
45. Selon la Cour suprême du Canada, *la commission d'une pratique interdite peut entraîner l'application d'une présomption absolue de préjudice. En conséquence, le consommateur n'a pas à prouver le dol et ses conséquences selon les règles ordinaires du droit civil pour avoir accès aux mesures de réparation contractuelles prévues à l'art. 272 L.p.c. De même, le commerçant ou le fabricant poursuivi ne peut soulever un moyen de défense basé sur le « dol éclairé et non préjudiciable ».*<sup>12</sup>
46. *Le consommateur qui souhaite bénéficier de cette présomption doit prouver les éléments suivants : (1) la violation par le commerçant ou le fabricant d'une des obligations imposées par le titre II de la loi; (2) la prise de connaissance de la représentation constituant une pratique interdite par le consommateur; (3) la formation, la modification ou l'exécution d'un contrat de consommation subséquente à cette prise de connaissance, et (4) une proximité suffisante entre le contenu de la représentation et le bien ou le service visé par le contrat. Selon ce dernier critère, la pratique interdite doit être susceptible d'influer sur le comportement adopté par le consommateur relativement à la formation, à la modification ou à l'exécution du contrat de consommation. Lorsque ces quatre éléments sont établis, les tribunaux peuvent conclure que la pratique interdite est réputée avoir eu un effet dolosif sur le consommateur. Dans un tel cas, le contrat formé, modifié ou exécuté constitue, en soi, un préjudice subi par le consommateur. L'application de cette présomption lui permet ainsi de demander, selon les mêmes modalités que celles décrites ci-dessus, l'une des mesures de réparation contractuelles prévues à l'art. 272 L.p.c.*<sup>13</sup>
47. Le consommateur peut intenter un recours individuel ou une action collective. Les actions collectives, qui sont exercées en Cour supérieure conformément aux règles prévues au Code de procédure civile, représentent, en droit de la consommation, un instrument d'accès à la justice d'une importance fondamentale. Il s'agit en effet d'un instrument permettant de rendre justice à une multitude de consommateurs dont les réclamations, souvent modestes, ne favorisent pas la poursuite de démarches individuelles. Il joue non seulement un rôle curatif important, mais également un rôle préventif qui est

<sup>12</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 123.

<sup>13</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 124.

complémentaire au dispositif de sanctions administratives et pénales précédemment décrit.

## **CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS**

48. Annuellement, plus de 130 000 consommateurs communiquent avec l'OPC pour obtenir de l'information sur leurs droits et recours, se renseigner sur un commerçant, porter plainte contre l'un d'entre eux ou dénoncer un manquement à la loi. Ces demandes, traitées par une équipe d'une quarantaine d'inspecteurs en conformité législative et réglementaire répartie sur l'ensemble du territoire québécois, se font principalement par voie téléphonique, alors qu'un certain nombre de consommateurs présentent leur demande par courriel, par le site Web de l'OPC ou en personne dans l'un des onze bureaux régionaux.
49. Un sondage effectué auprès des usagers des services de l'OPC au cours de l'hiver 2016 révèle qu'au moins 80 % des consommateurs sondés sont d'avis que l'information obtenue par téléphone ou sur le site Web de l'OPC leur a été utile. Près de 80 % des répondants sont d'accord pour dire que l'OPC a contribué à résoudre le problème qu'ils avaient avec un commerçant.
50. Le consommateur qui communique avec l'OPC peut obtenir une trousse d'information qui a pour but de l'appuyer dans la résolution de son problème avec le commerçant. En 2017-2018, plus de 27 000 trousse ont été envoyées à des consommateurs. Ces trousse d'information concernent, entre autres, la vente itinérante, les pratiques commerciales interdites, les services de téléphonie, d'Internet et de télévision et l'achat à distance.
51. Chaque trousse vulgarise les dispositions des lois qui s'appliquent à la situation vécue par le consommateur. En plus d'expliquer clairement la démarche à suivre pour régler le problème qui oppose le consommateur à un commerçant, elle comprend un formulaire de mise en demeure que le consommateur peut envoyer à un commerçant.

## **CONCLUSION**

52. Le gouvernement du Québec estime important de soumettre la présente intervention afin de partager avec le CRTC de l'information sur des mesures dont bénéficient les consommateurs québécois qui concluent des contrats de consommation avec des fournisseurs de services de télécommunication et de télévision. Ces mesures visent à établir un équilibre contractuel entre le commerçant et le consommateur et à assurer la véracité de l'information qui lui est transmise.

53. Elles appartiennent à un système de protection cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par la LPC et le Code civil du Québec qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.
54. Le gouvernement du Québec prend acte de la volonté du CRTC de recueillir de l'information sur les pratiques de vente des grandes entreprises de services de télécommunication et, plus particulièrement, d'examiner la relation qu'entretiennent les fournisseurs de services avec les représentants commerciaux et les préposés au service à la clientèle afin d'identifier les éléments de cette relation qui pourraient contribuer à l'utilisation de pratiques trompeuses ou agressives, tels que la structure de rémunération des fournisseurs de services. Toutefois, en ce qui concerne l'encadrement des contrats conclus avec les consommateurs québécois et des pratiques de commerce des fournisseurs qui commercialisent des services auprès de tels consommateurs, peu importe les décisions qui seront prises par le CRTC, le gouvernement du Québec entend maintenir et continuer d'appliquer l'ensemble des règles qui sont prévues dans sa législation de façon à ce que le consommateur québécois puisse bénéficier de l'ensemble des protections que le législateur québécois a soigneusement mis en place au cours des quarante dernières années.
55. Ces protections sont le résultat de l'exercice par le Québec de sa compétence constitutionnelle exclusive en matière de droits civils. À cet égard, le Québec tient à réitérer qu'il revient au Parlement du Québec de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles. Le CRTC se doit, par conséquent, de s'abstenir d'intervenir d'une façon qui constituerait un empiètement ou une atteinte à cet exercice légitime et d'être respectueux des décisions prises par le Parlement du Québec dans l'intérêt des consommateurs québécois.

\*\*\*FIN DU DOCUMENT\*\*\*



Québec, le 19 décembre 2018

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

Monsieur le Secrétaire général,

En réponse à l'Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422 (*Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les services Internet*) et conformément à l'article 26 des *Règles de procédure*, le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications et l'Office de la protection du consommateur, souhaite être considéré comme intervenant dans cette instance réglementaire et soumet les commentaires joints à la présente lettre.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, nos salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des  
Communications,

Marie-Claude Champoux

La présidente de l'Office de la  
protection du consommateur,

Ginette Galarneau

N/Réf. : 33844

p. j.

**AVIS DE CONSULTATION DE TÉLÉCOM CRTC 2018-422**

**(INSTANCE DANS LE BUT D'ÉTABLIR UN CODE OBLIGATOIRE POUR LES  
SERVICES INTERNET)**

**MÉMOIRE**

---

**DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (MCC)**

---

**ET**

**DE L'OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR (OPC)**

**AU NOM DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC,**

**AU**

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET  
DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**19 DÉCEMBRE 2018**

## **RÉSUMÉ**

Le Québec a mis en place un dispositif de droits civils qui vise plusieurs des aspects auxquels s'intéresse aussi le code de conduite envisagé par le CRTC sur les services d'accès Internet fixes de détail. Ces divers aspects constituent en fait des éléments incontournables d'un dispositif de droits civils qui énonce les principes applicables à une relation contractuelle. Les mesures prévues à ce dispositif se trouvent au Code civil du Québec et à la Loi sur la protection du consommateur. Elles tiennent compte des particularités que comporte une relation contractuelle lorsque l'une des parties est un consommateur.

Ces mesures appartiennent à un système de protections cohérent et intégré qui résulte de l'exercice par le Québec de sa compétence législative exclusive en matière de propriété et de droits civils.

---

Le code envisagé par le CRTC contient des mesures qui empièteraient sur cette compétence et ce code pourrait constituer un inquiétant outil de désinformation quant aux droits et recours dont bénéficie véritablement le consommateur québécois.

## TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION .....	1
UNE INITIATIVE QUI MENACE LES INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS .....	3
LE DISPOSITIF DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR QUÉBÉCOIS.....	5
SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES.....	18
SANCTIONS CIVILES .....	19
CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS .....	19
CONCLUSION .....	20

## **INTRODUCTION**

1. Par le présent avis, le CRTC amorce une instance dans le but d'établir un code de conduite obligatoire portant sur la clarté et le contenu des contrats de services d'accès Internet fixes de détail et sur d'autres questions connexes.
2. Le CRTC se dit inquiet de l'absence de code de conduite pour les services d'accès Internet fixes dans un milieu où de tels codes existent pour les marchés des services sans fil mobiles et des services de télévision.
3. De façon préliminaire, il est d'avis que la création d'un tel code de conduite est nécessaire pour répondre aux préoccupations des consommateurs relatives aux services Internet et d'autres questions connexes, notamment la clarté du contrat, la clarté des offres promotionnelles, la prévention des factures-surprises et la réduction des obstacles pour changer de fournisseur de service.
4. Le CRTC est d'avis que le code sur les services Internet devrait aborder les questions suivantes : clarté; contrat et documents connexes; résumé des renseignements essentiels; modifications du contrat et des documents connexes; outils de gestion de la facture; questions liées à l'équipement; résiliation et prolongation du contrat; dépôt de garantie; débranchement.
5. Dans le document de travail relatif au code sur les services Internet, il est indiqué que le code est créé afin que les consommateurs de services d'accès Internet fixes de détail connaissent mieux leurs droits et leurs responsabilités associés à leurs contrats avec les fournisseurs de services Internet.
6. Si un tel code devait être élaboré, il s'agirait d'un code de conduite supplémentaire qui vise, encore une fois, directement la relation contractuelle entre deux parties, dont l'une est un consommateur, en énonçant des mesures qui tiennent compte de la nature très particulière de cette partie. Ces mesures s'intéressent au consentement éclairé du consommateur, au contenu du contrat, aux conditions selon lesquelles un contenu auquel le consommateur a valablement consenti peut par la suite être modifié unilatéralement par l'autre partie, aux modalités applicables en cas de défaut du consommateur de respecter ses obligations, à la résiliation du contrat par l'une ou l'autre des parties et aux effets d'une telle résiliation.
7. Ces divers aspects, qui ponctuent les différentes étapes d'un lien contractuel, constituent des éléments incontournables d'un dispositif de droits civils qui énonce les principes applicables à une relation contractuelle. Le Code civil du Québec, qui établit les principes qui sont à la base même de la théorie générale des obligations, contient en effet des règles qui s'intéressent à chacun de ces aspects.

8. Plusieurs règles qui sont prévues au Code civil du Québec s'articulent autour du principe de la liberté contractuelle, du consensualisme et de la force obligatoire du contrat. Elles reposent sur la prémisse que les parties sont libres de s'engager et que ce que les parties au contrat ont voulu librement ne peut être inéquitable. L'incapacité d'une telle approche à limiter les excès d'un rapport contractuel de consommation qui est caractérisé par un déséquilibre inhérent entre les parties, notamment parce que le contrat est rédigé exclusivement par le commerçant, est à l'origine du droit québécois de la consommation.
9. Ainsi, aux grands principes qui gouvernent le droit québécois des obligations se greffe une panoplie de dispositions qui tiennent compte des particularités que comporte une relation contractuelle lorsque l'une des parties est un consommateur. En effet, une telle partie comporte des vulnérabilités spécifiques qui requièrent que des modalités particulières soient ajoutées aux grands principes de droits civils prévus au Code civil du Québec qui gouvernent la relation contractuelle entre deux parties. Le Code civil du Québec contient d'ailleurs des dispositions qui visent spécifiquement le contrat de consommation et le contrat d'adhésion. La Loi sur la protection du consommateur (ci-après la LPC) constitue toutefois la pièce maîtresse du droit québécois de la consommation.
10. La LPC énonce que les dispositions qu'elle contient s'ajoutent à toute disposition d'une autre loi qui accorde un droit ou un recours au consommateur. Ces dispositions sont d'ordre public : on ne peut déroger à la LPC par une convention particulière et le consommateur ne peut renoncer à un droit que lui confère la LPC.
11. Comme le rappelle la Cour suprême du Canada, les mesures prévues à cette loi visent à rétablir un équilibre dans les relations contractuelles entre les commerçants et le consommateur :

*La nécessité de ce rééquilibrage découle de la faiblesse du pouvoir de négociation du consommateur face aux commerçants, autant lors de la conclusion d'un contrat qu'au moment du règlement de problèmes survenant au cours de leurs relations contractuelles. Elle découle également du risque de vulnérabilité informationnelle auquel est exposé le consommateur à toutes les étapes de ses rapports avec des commerçants. En somme, les obligations imposées aux commerçants et le formalisme des contrats régis par la loi visent à établir un équilibre contractuel entre les commerçants et le consommateur.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 160, références omises.

12. Le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications du Québec et l'Office de la protection du consommateur du Québec, a participé aux différentes instances portant sur la mise en place d'un code de conduite relatif aux services sans fil mobiles et aux services de télévision.
13. À chaque occasion, il a vigoureusement dénoncé ces initiatives qui contiennent des mesures qui constituent un empiètement inacceptable sur la compétence du Québec en matière de propriété et de droits civils.
14. À chaque occasion, il a rappelé au CRTC qu'il revient au Parlement du Québec de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
15. À chaque occasion, le Québec a rappelé qu'il a exercé la compétence qui est la sienne en matière de propriété et de droits civils et que, conséquemment, le consommateur québécois qui a conclu un contrat à exécution successive de service fourni à distance tel que, notamment, un contrat relatif à des services de téléphonie mobile, à des services de télévision ou à des services d'accès à Internet, bénéficie de nombreuses protections prévues au Code civil du Québec et à la LPC. Ces protections appartiennent à un système de protections cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par ces lois qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.
16. Enfin, à chaque occasion, il a réitéré que peu importe les décisions qui seront prises par le CRTC, le Québec maintiendra et continuera d'appliquer l'ensemble des règles qui sont prévues dans sa législation de façon à ce que le consommateur québécois puisse bénéficier de l'ensemble des protections que le législateur québécois a soigneusement mis en place au cours des quarante dernières années.

## **UNE INITIATIVE QUI MENACE LES INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS**

17. Une analyse comparée des règles prévues au dispositif de protection du consommateur québécois avec celles envisagées au code de conduite pour les services d'accès Internet a tôt fait de révéler que le régime de protection québécois comprend plusieurs protections qui sont nettement supérieures à celles prévues au code de conduite.
18. En élaborant un tel code, le CRTC réussira moins à protéger les consommateurs qu'à fournir à certaines entreprises, peu soucieuses de respecter les plus hauts standards de protection des consommateurs, un formidable outil de désinformation quant aux véritables droits et recours dont bénéficient les consommateurs québécois.

19. Les informations fournies par le CRTC dans son avis de consultation sont elles-mêmes susceptibles d'induire le lecteur en erreur. En effet, l'avis de consultation ne fait aucunement référence aux régimes de protections qui ont été mis en place par les provinces dans le cadre de l'exercice de leur compétence législative exclusive en matière de propriété et de droits civils. À cet égard, il est à noter que plusieurs des règles québécoises exposées dans le présent mémoire ont leurs équivalents dans les autres régimes de protection provinciaux. D'ailleurs, plusieurs de ces règles découlent d'accords d'harmonisation conclus entre les ministres responsables de la protection du consommateur au Canada.
20. Non seulement l'avis de consultation fait-il complètement abstraction des régimes de protection provinciaux, mais le contenu du présent avis laisse croire au lecteur, à tort, qu'à défaut d'élaborer un tel code, le consommateur qui conclut un contrat de service d'accès Internet ne bénéficie d'aucune protection. L'absence de protection pour les consommateurs quant aux éléments envisagés au code dans le secteur des services d'accès Internet serait une telle source d'inquiétude pour le CRTC que celui-ci se dit d'avis que la création d'un code est nécessaire pour répondre aux préoccupations des consommateurs.
21. Force est de constater que l'approche du CRTC dans la présente instance se distingue de celle du CRTC dans l'instance portant sur le code relatif aux services sans fil. En effet, la volonté de ne pas porter atteinte aux intérêts des consommateurs qui bénéficient de protections en vertu des dispositifs de protection provinciaux était une préoccupation présente tout au long de la démarche du CRTC au cours de cette instance. Celui-ci avait en effet manifesté un souci constant à ce que son initiative serve véritablement les intérêts des consommateurs et ne se transforme pas en un outil de désinformation quant à l'ensemble des droits et recours dont disposent réellement les consommateurs et, lorsque de tels recours sont exercés, en un outil servant à tenter de les faire dérailler.
22. Cette volonté du CRTC s'est concrétisée par la mise en place d'un code de conduite s'inspirant grandement du régime québécois de protection du consommateur applicable au contrat à exécution successive de service fourni à distance. Elle s'est également concrétisée par la reconnaissance expresse par le CRTC que son code de conduite cohabite avec les règles provinciales, et ce, malgré les demandes répétées de certaines entreprises à ce que le CRTC considère plutôt son code comme constituant un régime de protection exclusif qui remplace les règles provinciales.
23. Considérant que, dans le cadre de la présente instance, le CRTC est silencieux sur les protections dont bénéficient déjà les consommateurs en vertu des dispositifs provinciaux, dont le dispositif québécois, et qu'il propose de superposer à ce dispositif des mesures qui sont inférieures, la lecture de

l'objectif énoncé au projet de code selon lequel il viserait à ce que les consommateurs de services d'accès Internet connaissent mieux leurs droits et leurs responsabilités associés à leurs contrats avec les fournisseurs de services ne peut que laisser pantois.

## **LE DISPOSITIF DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR QUÉBÉCOIS**

24. Ce dispositif, qui vise à pallier au déséquilibre inhérent qui caractérise toutes les étapes d'une relation contractuelle entre un consommateur et un commerçant, comprend des mesures qui s'intéressent notamment à ce qui suit :

### **Clarté de l'information transmise.**

#### Représentations et pratiques de commerce :

25. Afin de s'assurer de la qualité du consentement donné par le consommateur qui est vulnérable sur le plan informationnel, la LPC interdit ou encadre plusieurs pratiques de commerce susceptibles de l'empêcher de faire des choix éclairés.

26. Elle prévoit que, dans un message publicitaire concernant un bien ou un service, le commerçant doit présenter les informations de façon claire, lisible et compréhensible.

27. Elle interdit au commerçant de faire, par quelque moyen que ce soit une représentation fausse ou trompeuse. Elle définit comme suit ce qu'est une représentation : il s'agit d'une affirmation, un comportement ou une omission. Elle prévoit également que pour déterminer si une représentation constitue une représentation fausse ou trompeuse, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés.

28. Selon la Cour suprême du Canada, la LPC pose le critère de la première impression.<sup>2</sup> Elle est d'avis que le critère de l'impression générale doit être appliqué dans une perspective similaire à celle de « l'acheteur ordinaire pressé », c'est-à-dire celle d'un consommateur qui ne prête rien de plus qu'une attention ordinaire à ce qui lui saute aux yeux lors d'un premier contact avec la représentation.<sup>3</sup>

29. Le test élaboré par la Cour suprême afin d'évaluer la véracité d'une représentation est le suivant : (1) décrire d'abord l'impression générale que la représentation est susceptible de donner chez le consommateur crédule et

<sup>2</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 57.

<sup>3</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 67.

inexpérimenté; (2) déterminer ensuite si cette impression générale est conforme à la réalité. Dans la mesure où la réponse à cette dernière question est négative, le commerçant aura commis une pratique interdite.<sup>4</sup>

30. La LPC veut rendre les commerçants responsables du contenu de leurs publicités sur la base de l'impression générale qu'elles donnent. En adoptant une norme aussi exigeante à l'art. 218 L.p.c., le législateur a souhaité que le consommateur examine la publicité commerciale avec confiance plutôt qu'avec méfiance. La loi actuelle souhaite ainsi que le consommateur puisse présumer que l'impression générale donnée par une publicité correspond à la réalité, et non le contraire.<sup>5</sup>

31. La LPC contient d'autres mesures qui visent à responsabiliser les commerçants quant aux représentations qu'ils font aux consommateurs.

32. À titre d'exemple, la LPC prévoit que :

- un bien ou un service fourni doit être conforme à la description qui en est faite dans le contrat.
- un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant.
- une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant.

33. Certains commerçants tentent de se soustraire aux obligations qui découlent des représentations faites par leur représentant en introduisant dans le contrat de consommation des clauses qui prévoient le contraire de ce qu'énonce la LPC, pourtant d'ordre public. Le Règlement d'application de la LPC interdit l'insertion au contrat de consommation de plusieurs clauses qui ont pour effet de désinformer le consommateur sur les droits dont il dispose réellement en vertu de la LPC. À titre d'exemple, l'article 25.5 prévoit que :

*25.5. Est interdite la stipulation qui vise à exclure ou limiter l'obligation du commerçant ou du fabricant d'être lié par la déclaration écrite ou verbale à propos d'un bien ou d'un service faite par son représentant.*

34. La LPC interdit également au commerçant de passer sous silence un fait important.

---

<sup>4</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 78.

<sup>5</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 60.

35. À propos d'un élément aussi fondamental que le prix, la LPC interdit au commerçant :

- d'accorder, dans un message publicitaire, moins d'importance au prix d'un ensemble de biens ou de services, qu'au prix de l'un des biens ou des services composant cet ensemble.
- de divulguer, dans un message publicitaire, le montant des versements périodiques à faire pour l'achat ou le louage à long terme d'un bien ou l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du bien ou du service ou, dans le cas du louage à long terme d'un bien, la valeur au détail du bien et sans faire ressortir ce prix ou cette valeur d'une façon plus évidente.
- d'exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé. Le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du bien ou du service. Toutefois, ce prix peut ne pas comprendre la taxe de vente du Québec, ni la taxe sur les produits et services du Canada.<sup>6</sup> Le prix annoncé doit ressortir de façon plus évidente que les sommes dont il est composé.

36. De plus, aucun commerçant ne peut par quelque moyen que ce soit :

- exiger quelque somme que ce soit pour un bien ou un service qu'il a fait parvenir ou rendu à un consommateur sans que ce dernier ne l'ait demandé.
- exiger du consommateur à qui il a fourni, gratuitement ou à un prix réduit, un service ou un bien pendant une période déterminée, un avis au terme de cette période indiquant qu'il ne souhaite pas obtenir ce service ou ce bien au prix courant.

Contenu contractuel :

37. La LPC exige que les renseignements que doit obligatoirement contenir un contrat à exécution successive de service fourni à distance soient rédigés clairement et lisiblement.

38. La LPC prévoit en outre qu'un contrat de consommation pour lequel un écrit est exigé, ce qui est notamment le cas du contrat à exécution successive de service fourni à distance, doit être clairement et lisiblement rédigé. Un tel contrat doit être rédigé en français. Il peut être rédigé dans une autre langue si

---

<sup>6</sup> Il est à noter qu'en vertu de l'article 91.8 du Règlement d'application de la LPC, le prix annoncé peut également ne pas comprendre les droits exigibles en vertu d'une loi fédérale ou provinciale lorsque, en vertu de cette loi, ces droits doivent être perçus directement du consommateur pour être remis à une autorité publique.

telle est la volonté expresse des parties. S'il est rédigé en français et dans une autre langue, au cas de divergence entre les deux textes, l'interprétation la plus favorable au consommateur prévaut.

39. Si un contrat de consommation est conclu à distance (par exemple, au téléphone ou par internet), les renseignements que doit obligatoirement divulguer le commerçant au consommateur avant la conclusion du contrat doivent être présentés de manière évidente et intelligible et être portés expressément à sa connaissance. Avant la conclusion d'un tel contrat, le commerçant doit aussi donner expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser la proposition et d'en corriger les erreurs.
40. Le Code civil du Québec prévoit que, dans un contrat de consommation ou d'adhésion, la clause illisible ou incompréhensible pour une personne raisonnable est nulle si le consommateur ou la partie qui y adhère en souffre préjudice, à moins que l'autre partie ne prouve que des explications adéquates sur la nature et l'étendue de la clause ont été données au consommateur ou à l'adhérent.
41. Le Code civil du Québec, qui énonce aussi les principes applicables à l'interprétation du contrat, prévoit que dans le doute, le contrat s'interprète en faveur de celui qui a contracté l'obligation et contre celui qui l'a stipulée. Dans tous les cas, il s'interprète en faveur de l'adhérent ou du consommateur.
42. La LPC prévoit également qu'en cas de doute ou d'ambiguïté le contrat de consommation doit être interprété en faveur du consommateur.

## **Contrat.**

### Renseignements dans le contrat :

43. Toujours afin de contribuer à la qualité du consentement donné par le consommateur et de s'assurer que celui-ci aura une copie des modalités contractuelles qui régiront une relation contractuelle pouvant s'échelonner sur de nombreuses années et pouvant impliquer des sommes importantes, la LPC exige que certains contrats soient constatés par écrit et contiennent obligatoirement des renseignements sur les éléments importants du contrat.
44. C'est le cas du contrat à exécution successive de service fourni à distance qui doit être constaté par écrit et contenir de l'information qui concerne, entre autres, les parties, les services, les tarifs, l'obligation totale du consommateur, l'équipement, les rabais consentis, la durée du contrat, la modification du contrat et sa résiliation par le consommateur. Afin de faciliter la prise de connaissance de ces informations importantes, le Règlement d'application de la LPC prévoit qu'elles doivent être présentées, à l'exclusion de toute autre, au début du contrat et être rédigées clairement et lisiblement.

45. Si un contrat de consommation est conclu à distance, incluant un contrat à exécution successive de service fourni à distance, le contrat doit contenir les renseignements obligatoires que le commerçant avait l'obligation de porter expressément à la connaissance du consommateur avant la conclusion du contrat.
46. Si le contrat est conclu au domicile du consommateur, le contrat doit aussi inclure les renseignements obligatoires exigés pour les contrats de consommation conclus avec un commerçant itinérant, dont l'information relative aux droits de résolution de dix jours et d'un an dont dispose le consommateur. Un Énoncé des droits de résolution du consommateur et un formulaire de résolution doit également être annexé au double du contrat qui doit être remis au consommateur.<sup>7</sup>

#### Formation du contrat :

47. La LPC assujettit également la formation des contrats pour lesquels elle exige un écrit, tel que le contrat à exécution successive de service fourni à distance, à des règles de formalisme. Ces règles exigent que le contrat qui est proposé au consommateur soit constaté sur un support papier. L'entreprise doit d'abord signer, à la dernière page, le contrat et un double de ce dernier. L'entreprise doit ensuite remettre au consommateur le contrat et lui permettre de prendre connaissance de ses termes et de sa portée. Le consommateur qui accepte de conclure le contrat proposé doit apposer sa signature à la dernière page de ce contrat et de son double à la suite de toutes les stipulations.
48. Le contrat n'est formé que lorsque l'entreprise et le consommateur l'ont signé. L'entreprise doit remettre le double du contrat au consommateur après la signature. Le consommateur n'est tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession de ce double du contrat.
49. Ce processus, qui encadre la formation de certains contrats de consommation, donne l'occasion au consommateur, avant qu'il n'accepte de les conclure, de prendre connaissance de l'ensemble des modalités qui y sont prévues et qui sont susceptibles d'avoir des conséquences importantes pour lui.

---

<sup>7</sup> Il est à noter que la LPC prévoit que, sous réserve de ce qui est prévu par règlement, ne constitue pas un contrat conclu par un commerçant itinérant, le contrat conclu à l'adresse du consommateur à la demande expresse de ce dernier, à la condition que ce contrat n'ait pas été sollicité ailleurs qu'à l'adresse du commerçant. Le Règlement d'application de la LPC prévoit toutefois que, malgré ce qui précède, constitue un contrat conclu par un commerçant itinérant le contrat conclu à l'adresse du consommateur à la demande expresse de ce dernier, lorsque cette demande expresse fait suite à un contact initialement pris par le commerçant avec ce consommateur, par téléphone ou autrement, en vue d'être autorisé ou invité à passer chez le consommateur pour présenter son produit, pour faire une évaluation ou sous un quelconque prétexte.

50. Puisque selon les règles applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance, le fournisseur de services doit indiquer, au tout début du contrat, certaines informations importantes relatives au contrat de service, ce processus facilite également la comparaison des représentations faites par les vendeurs avec le contenu du contrat, et ce, avant que le consommateur n'y appose sa signature et que celui-ci ne soit formé.
51. Il importe de noter que ces règles de formalisme ne s'appliquent pas lorsque le contrat est conclu au téléphone ou par Internet, ce mode de conclusion du contrat étant plutôt régi par les règles applicables au contrat conclu à distance. Rappelons que ces règles, qui s'appliquent à tout contrat de consommation conclu à distance, exigent de l'entreprise qu'elle porte expressément à la connaissance du consommateur un certain nombre de renseignements avant la conclusion du contrat (description du service, tarif, conditions d'annulation et de résiliation du contrat, etc.) et qu'un exemplaire du contrat, reprenant ces informations, soit transmis au consommateur dans les 15 jours de sa conclusion.
52. Enfin, il est à noter que le Code civil du Québec prévoit que dans un contrat de consommation ou d'adhésion, la clause externe à laquelle renvoie le contrat (par exemple, une clause prévue dans un document connexe externe au contrat) est nulle si, au moment de la formation du contrat, elle n'a pas été expressément portée à la connaissance du consommateur ou de la partie qui y adhère, à moins que l'autre partie ne prouve que le consommateur ou l'adhérent en avait par ailleurs connaissance.
53. Le Règlement d'application de la LPC interdit quant à lui la stipulation qui prévoit que le consommateur est lié par une clause externe malgré le fait qu'elle lui soit inopposable en vertu du Code civil du Québec.

Contenu équitable :

54. Le législateur québécois ne s'intéresse pas qu'à la qualité du consentement donné par le consommateur. Il s'intéresse également au caractère équitable du contenu du contrat auquel le consommateur a consenti, contrat qui, tel qu'indiqué précédemment, est dans la vaste majorité des cas rédigé unilatéralement par le commerçant. Le législateur n'admet pas que du simple fait qu'il ait donné son consentement, le consommateur soit lié par l'ensemble des clauses qui s'y trouvent. Le législateur ne donne qu'un effet relatif au consentement.
55. Le Code civil du Québec prévoit que la clause abusive d'un contrat de consommation ou d'adhésion est nulle ou l'obligation qui en découle, réductible. Est abusive toute clause qui désavantage le consommateur ou l'adhérent d'une manière excessive et déraisonnable, allant ainsi à l'encontre de ce qu'exige la bonne foi; est abusive, notamment, la clause si éloignée des

obligations essentielles qui découlent des règles gouvernant habituellement le contrat qu'elle dénature celui-ci.

56. La LPC et son Règlement d'application interdisent au commerçant de prévoir dans un contrat de consommation plusieurs stipulations en raison de leur caractère manifestement abusif. À l'instar de tout contenu contractuel contraire à ce que prévoit la LPC, une stipulation interdite est inopposable au consommateur. Le commerçant qui insère à ses contrats une stipulation interdite peut faire l'objet d'une poursuite pénale.

57. À titre d'exemple, est interdite la stipulation :

- par laquelle un commerçant se dégage des conséquences de son fait personnel ou de celui de son représentant.
- qui réserve à un commerçant le droit de décider unilatéralement:
  - a) que le consommateur a manqué à l'une ou l'autre de ses obligations;
  - b) que s'est produit un fait ou une situation.
- ayant pour effet soit d'imposer au consommateur l'obligation de soumettre un litige éventuel à l'arbitrage, soit de restreindre son droit d'ester en justice, notamment en lui interdisant d'exercer une action collective, soit de le priver du droit d'être membre d'un groupe visé par une telle action.
- qui impose au consommateur, dans le cas de l'inexécution de son obligation, le paiement de frais, de pénalités ou de dommages, dont le montant ou le pourcentage est fixé à l'avance dans le contrat, autres que l'intérêt couru.

58. La LPC interdit également la stipulation par laquelle le commerçant se réserve le droit de modifier de façon unilatérale le contenu contractuel d'un contrat de consommation auquel a consenti un consommateur, à moins que la stipulation ne satisfasse à certaines conditions.

### **Modification unilatérale du contrat par le commerçant.**

59. La LPC interdit en effet la clause par laquelle le commerçant se réserve le droit de modifier unilatéralement les éléments essentiels d'un contrat de consommation. La nature du bien ou du service faisant l'objet du contrat, le prix de ce bien ou de ce service et, le cas échéant, la durée du contrat sont des exemples d'éléments essentiels qui ne peuvent être modifiés unilatéralement par le commerçant.

60. Il y a toutefois une exception si le contrat de consommation est un contrat de service à durée indéterminée. Dans un tel contrat, le commerçant pourra prévoir une clause qui lui permet d'en modifier unilatéralement les éléments

essentiels. Pour ne pas être interdite, une telle clause devra toutefois contenir les informations exigées par la LPC. Elle devra indiquer :

- les éléments qui pourraient faire l'objet d'une modification unilatérale de la part du commerçant;
- le droit du consommateur de refuser la modification et résoudre ou, s'il s'agit d'un contrat à exécution successive, résilier le contrat sans frais en transmettant un avis à cet effet au commerçant au plus tard 30 jours suivant l'entrée en vigueur de la modification, si la modification entraîne l'augmentation de son obligation ou la réduction de l'obligation du commerçant;
- la façon dont le consommateur sera informé de la modification apportée unilatéralement au contrat par le commerçant (le commerçant doit au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur de la modification transmettre au consommateur un avis écrit, rédigé clairement et lisiblement, contenant exclusivement la nouvelle clause ou la clause modifiée avec la version antérieure, ainsi que l'information relative au droit du consommateur de mettre fin au contrat).

61. Dans tout contrat de consommation, le commerçant pourra prévoir une clause qui lui permet d'en modifier les éléments non essentiels. Pour ne pas être interdite, cette clause devra contenir les informations exigées par la LPC précédemment mentionnées.

62. Le Code civil du Québec prévoit quant à lui que l'objet de l'obligation doit être déterminé ou déterminable. Ainsi, une clause de modification unilatérale doit contenir des balises circonstancielles et, le cas échéant, quantitatives de modification, susceptibles de préconfigurer raisonnablement les circonstances et le résultat du changement et ces balises ne doivent pas dépendre du seul contrôle du bénéficiaire de la clause.<sup>8</sup>

#### **Fin du contrat.**

63. Le législateur québécois s'intéresse aussi à la décision du commerçant ou du consommateur de mettre fin unilatéralement au contrat.

#### **Résiliation unilatérale :**

64. Le Code civil du Québec énonce les conditions auxquelles il sera possible pour une partie de mettre fin unilatéralement à un contrat.

---

<sup>8</sup> Didier LLUELLES, Benoît MOORE, *Droit des obligations*, 3<sup>e</sup> éd., Montréal, Les éditions Thémis, 2018, p. 1304.

65. Il sera possible pour une partie de résilier un contrat si l'autre partie est en défaut de respecter ses obligations. Il s'agit de la résiliation « sanction ». Le Code civil du Québec prévoit en effet que le créancier, s'il ne se prévaut pas du droit de forcer, dans les cas qui le permettent, l'exécution en nature de l'obligation contractuelle de son débiteur, a droit à la résolution du contrat, ou à sa résiliation s'il s'agit d'un contrat à exécution successive. Cependant, il n'y a pas droit, malgré toute stipulation contraire, lorsque le défaut du débiteur est de peu d'importance, à moins que, s'agissant d'une obligation à exécution successive, ce défaut n'ait un caractère répétitif; mais il a droit, alors, à la réduction proportionnelle de son obligation corrélative. La réduction proportionnelle de l'obligation corrélative s'apprécie en tenant compte de toutes les circonstances appropriées; si elle ne peut avoir lieu, le créancier n'a droit qu'à des dommages-intérêts.
66. Le Code civil du Québec permet également à une partie de résilier unilatéralement certains contrats bien que l'autre partie ne soit pas en défaut. C'est le cas du contrat de service. Le Code civil du Québec prévoit que le client peut, unilatéralement, résilier le contrat, quoique la prestation du service ait déjà été entreprise. Le prestataire de services ne peut quant à lui résilier unilatéralement le contrat que pour un motif sérieux et, même alors, il ne peut le faire à contretemps; autrement, il est tenu de réparer le préjudice causé au client par cette résiliation. Il est tenu, lorsqu'il résilie le contrat, de faire tout ce qui est immédiatement nécessaire pour prévenir une perte. En cas de résiliation unilatérale par le client ou le prestataire de service, le Code civil du Québec énonce les règles applicables à l'indemnité de résiliation alors exigible.
67. La LPC s'intéresse également à la résiliation unilatérale d'un contrat de service par le commerçant ou par le consommateur.

#### Résiliation unilatérale par le commerçant :

68. La LPC interdit la stipulation qui réserve à un commerçant le droit de résilier unilatéralement un contrat de service à exécution successive à durée déterminée. Une telle clause est toutefois permise si elle ne vise qu'à lui permettre de résilier le contrat en application des règles prévues au Code civil du Québec applicables à la résiliation « sanction » ou en application des règles prévues au Code civil du Québec applicables à la résiliation d'un contrat de service.
69. Un commerçant qui prévoit résilier un contrat de service à exécution successive à durée indéterminée doit, si le consommateur n'est pas en défaut d'exécuter son obligation, lui transmettre un avis écrit, au moins 60 jours avant la date de la résiliation.
70. La LPC prévoit également que si le consommateur a fourni un dépôt de garantie, le commerçant ne peut résilier le contrat à exécution successive de

service fourni à distance pour défaut de paiement à échéance des sommes dues tant que ces sommes n'excèdent pas le montant du dépôt.

71. Le commerçant doit aviser le consommateur par écrit lorsqu'il utilise, en tout ou en partie, le dépôt de garantie pour se rembourser des sommes non payées à échéance.
72. Le commerçant doit restituer au consommateur, avec intérêts, toute somme fournie à titre de dépôt de garantie, déduction faite, le cas échéant, des sommes dues aux termes du contrat, dans un délai de 30 jours suivant la date d'expiration du contrat non renouvelé ou suivant la date de sa résiliation. Le taux d'intérêt applicable est le taux officiel d'escompte de la Banque du Canada majoré de 1%.<sup>9</sup>
73. À propos de la reconduction du contrat, la LPC interdit, dans un contrat à exécution successive de service fourni à distance d'une durée supérieure à 60 jours, la stipulation prévoyant la reconduction du contrat à son échéance sauf pour une durée indéterminée.
74. Le commerçant doit, entre le 90<sup>e</sup> et le 60<sup>e</sup> jour précédant la date d'expiration du contrat à exécution successive de service fourni à distance d'une durée supérieure à 60 jours, transmettre au consommateur un avis écrit l'informant de cette date.

#### Résiliation unilatérale par le consommateur :

75. La LPC énonce les conditions auxquelles un consommateur pourra résilier un contrat à exécution successive de service fourni à distance et établit l'indemnité maximale alors exigible par le commerçant. Ces règles s'inspirent directement des principes prévus au Code civil du Québec qui gouvernent la résiliation d'un contrat de service par le client. Elles s'inspirent également de l'approche retenue à la LPC pour d'autres contrats de consommation incluant d'autres contrats de service à exécution successive.
76. La LPC prévoit que le consommateur peut, à tout moment et à sa discrétion, résilier le contrat en transmettant un avis (verbal ou écrit) au commerçant. Cette résiliation de plein droit prend effet à compter de la transmission de cet avis ou à la date indiquée à cet avis par le consommateur.
77. Toutes les sommes que le commerçant peut alors réclamer du consommateur, autres que le prix des services qui lui ont été fournis, calculé au tarif prévu au contrat, constituent l'indemnité de résiliation. À cette fin, les contrats de service ou de location d'un bien conclus à l'occasion ou en considération du contrat à

---

<sup>9</sup> Il est à noter que le taux officiel d'escompte diffère du taux du financement à un jour de la Banque du Canada.

exécution successive de service fourni à distance forment un tout avec ce dernier.

78. Ainsi, toute somme exigée du consommateur après la résiliation du contrat, autre qu'une somme exigée en contrepartie du service fourni avant la résiliation, est qualifiée d'indemnité de résiliation. Si l'addition de ces sommes donne un montant qui excède celui correspondant à l'indemnité de résiliation maximale exigible en vertu de la LPC, le commerçant contrevient à la loi.
79. La LPC établit les règles qui permettent de calculer le montant de l'indemnité maximale qu'un commerçant peut demander en cas de résiliation unilatérale par le consommateur d'un contrat à exécution successive de service fourni à distance.
80. En cas de résiliation unilatérale d'un contrat à exécution successive de service fourni à distance à durée déterminée, le commerçant ne peut réclamer une indemnité de résiliation supérieure à un certain montant. Le calcul permettant d'établir ce montant varie selon qu'il a consenti ou non un rabais sur le prix de vente d'un bien nécessaire à l'utilisation du service.
81. Lorsque le commerçant a consenti au consommateur un rabais sur le prix de vente de l'équipement nécessaire à l'utilisation du service, il ne peut exiger une indemnité de résiliation qui excède le montant correspondant au rabais consenti sur le prix de vente du bien moins le produit obtenu en multipliant ce rabais par la fraction que constitue le nombre de mois entièrement écoulés au contrat par rapport à la durée totale du contrat. Le mois entamé au moment de la résiliation est assimilé à un mois entièrement écoulé.
82. Lorsque le commerçant n'a accordé au consommateur aucun rabais sur le prix de vente d'un bien nécessaire à l'utilisation du service (ex : le fournisseur n'a accordé aucun rabais ou il a accordé un rabais sur le loyer exigé pour la location d'un modem), l'indemnité de résiliation maximale qu'il peut exiger correspond au moindre des montants suivants : 50 \$ ou un montant représentant au plus 10 % du prix des services prévus au contrat qui n'ont pas été fournis au consommateur.
83. En cas de résiliation par le consommateur d'un contrat à exécution successive de service fourni à distance à durée indéterminée, le commerçant ne peut réclamer une indemnité de résiliation. Il existe toutefois une exception. Le commerçant peut exiger une indemnité de résiliation lorsqu'il accepte qu'il reste un solde impayé sur le prix de vente d'un bien acheté par le consommateur en considération du contrat de service à durée indéterminée et que ce solde est réduit progressivement d'un certain montant en fonction du coût des services utilisés ou en fonction du temps écoulé au contrat. L'indemnité de résiliation ne peut alors excéder le montant du solde du prix de vente du bien au moment de la conclusion du contrat moins le montant obtenu en multipliant 1/48 de ce

solde par le nombre de mois écoulés au contrat. Le mois entamé au moment de la résiliation est assimilé à un mois entièrement écoulé.

84. Le Règlement d'application prévoit également qu'un contrat à exécution successive de service fourni à distance ne peut contenir une clause qui permet à un commerçant d'exiger du consommateur une indemnité de résiliation supérieure à celle prévue à la LPC.

#### Résolution du contrat :

85. Certains modes de conclusion du contrat peuvent être moins propices à une prise de décision éclairée de la part du consommateur. C'est le cas du contrat de consommation conclu avec un commerçant au domicile du consommateur et du contrat qui est conclu à distance. Pour ces deux modes de conclusion du contrat, la LPC prévoit que le consommateur peut résoudre, à certaines conditions, le contrat conclu.
86. Si le contrat de consommation est conclu au domicile du consommateur, celui-ci peut résoudre le contrat, sans frais, à sa seule discrétion, dans les dix jours qui suivent celui où chacune des parties est en possession d'un double du contrat. Le consommateur peut également résoudre le contrat dans un délai d'un an à compter de la date de formation du contrat dans certaines circonstances, notamment en cas de non-conformité du contrat et dans le cas où le commerçant n'est pas titulaire du permis requis par la LPC.
87. Si le contrat de consommation est conclu à distance, le consommateur peut résoudre le contrat si le commerçant n'a pas, avant la conclusion du contrat, porté expressément à sa connaissance les renseignements obligatoires; si, s'agissant d'une offre écrite, il n'a pas présenté ces renseignements de façon à ce que le consommateur puisse aisément les conserver; si, avant la conclusion du contrat, il n'a pas donné expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser la proposition et d'en corriger les erreurs; s'il n'a pas transmis au consommateur un exemplaire du contrat dans le délai exigé ou si le contrat transmis est incomplet ou contient de l'information qui diffère de celle donnée avant la conclusion du contrat; ou s'il n'a pas fourni le bien ou le service à l'intérieur du délai prévu à la loi. Le consommateur peut alors résoudre sans frais le contrat en transmettant un avis à cet effet (verbal ou écrit) au commerçant à l'intérieur des délais prévus à la LPC.
88. Il convient de distinguer la résolution de la résiliation d'un contrat. Comme l'indique le Code civil du Québec, le contrat résilié cesse d'exister pour l'avenir seulement alors que le contrat résolu est réputé n'avoir jamais existé. Dans ce dernier cas, chacune des parties est tenue de restituer à l'autre les prestations qu'elle a reçues.

89. La LPC, et lorsque celle-ci est silencieuse, le Code civil du Québec énoncent les règles applicables à la restitution des prestations (délai à l'intérieur duquel la restitution doit avoir lieu, partie qui doit assumer les frais de restitution du bien, partie qui est responsable en cas de perte totale ou partielle du bien qui doit être restitué, partie qui est responsable dans le cas où une telle perte est attribuable à une force majeure, règles applicables lorsque la restitution n'est pas possible, etc.).

#### **Obligations liées à l'équipement.**

90. Le commerçant qui fournit un bien à un consommateur, par exemple pour être en mesure d'utiliser un service fourni à distance, est tenu de respecter diverses obligations relatives à la performance du bien notamment quant à son aptitude à servir à l'usage auquel il est destiné.

91. Le Code civil du Québec prévoit notamment que le vendeur est tenu de garantir à l'acheteur que le bien et ses accessoires sont, lors de la vente, exempts de vices cachés qui le rendent impropre à l'usage auquel on le destine ou qui diminuent tellement son utilité que l'acheteur ne l'aurait pas acheté, ou n'aurait pas donné si haut prix, s'il les avait connus.

92. La LPC prévoit quant à elle qu'un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à l'usage auquel il est normalement destiné. Elle prévoit également qu'un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à un usage normal pendant une durée raisonnable, eu égard à son prix, aux dispositions du contrat et aux conditions d'utilisation du bien.

93. Si un commerçant offre une garantie supplémentaire applicable à son équipement, avant de proposer une telle garantie à un consommateur, il doit informer celui-ci, verbalement et par écrit, de l'existence et du contenu des garanties légales prévues à la LPC relatives à la durée raisonnable et l'aptitude du bien à son usage. Il doit également, le cas échéant, l'informer verbalement de l'existence et de la durée de la garantie du fabricant offerte gratuitement à l'égard de cet équipement. À la demande du consommateur, il doit aussi l'informer verbalement de la façon pour lui de prendre connaissance de l'ensemble des autres éléments de cette garantie.<sup>10</sup>

94. La LPC prévoit en outre que le commerçant qui a conclu un contrat à exécution successive de service fourni à distance ne peut exiger le prix des services dont le consommateur a été privé pendant la période de réparation du bien nécessaire à l'utilisation des services, si ce bien a été confié au commerçant pour être réparé pendant la période de garantie et qu'il n'a pas fourni gratuitement de bien de remplacement. De même, le commerçant ne peut

---

<sup>10</sup> Il est à noter que le Règlement d'application de la LPC prévoit, à certaines conditions, des exemptions à l'application de certaines de ces exigences dans le cas où la proposition de conclure un contrat de garantie supplémentaire est formulée à distance, par écrit ou oralement.

exiger du consommateur le prix des services dont il a été privé pendant la période de réparation du bien qu'il a loué du commerçant pour l'utilisation des services.

95. Le Code civil du Québec comprend par ailleurs plusieurs règles qui visent le contrat de louage. Il prévoit notamment que le locateur est tenu de délivrer au locataire le bien loué en bon état de réparation de toute espèce et de lui en procurer la jouissance paisible pendant toute la durée du contrat de location. Il est aussi tenu de garantir au locataire que le bien peut servir à l'usage pour lequel il est loué, et de l'entretenir à cette fin pendant toute la durée de la location.
96. Le commerçant qui loue à long terme de l'équipement à un consommateur est également tenu de respecter les règles prévues à la LPC qui s'appliquent au contrat de location à long terme.

### **SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES**

97. Afin de sanctionner les manquements à la loi commis par les commerçants, *le législateur a assorti la L.p.c. de sanctions administratives, civiles et pénales qui, conjointement, constituent le « bras armé » de la loi.*<sup>11</sup>
98. Les consommateurs sont peu disposés à entreprendre des démarches individuelles pour des réclamations relativement modestes et ces démarches ont, quant à elles, une capacité limitée à amener une entreprise à modifier ses pratiques de commerce et le contenu des contrats qu'elle propose.
99. Ce constat témoigne de l'importance qu'un organisme public, investi des pouvoirs nécessaires à cet effet, ait pour mandat de surveiller l'application des exigences prévues à la LPC, et à son Règlement d'application, de façon à ce que les entreprises utilisent des pratiques de commerce et des contrats qui sont conformes avec l'ensemble des exigences qui y sont prévues. L'Office de la protection du consommateur (ci-après OPC) est l'organisme responsable de l'application et de la surveillance de la LPC. Pour réaliser ce mandat, la présidente de l'OPC dispose notamment de pouvoirs d'enquête et d'inspection, du pouvoir d'annuler, de suspendre ou de refuser la délivrance d'un permis, du pouvoir de conclure des engagements volontaires et du pouvoir de demander des injonctions, entre autres, pour obtenir de la Cour supérieure qu'elle ordonne à une entreprise de ne plus se livrer à une pratique de commerce interdite ou de cesser d'insérer dans son contrat une clause qui est interdite.
100. À ces pouvoirs s'ajoute la possibilité que des poursuites pénales soient intentées à l'encontre d'une entreprise qui contrevient à la LPC ou au Règlement d'application de la LPC. Le contrevenant est alors passible d'une

---

<sup>11</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 99.

amende qui peut atteindre 100 000 \$ par infraction, montant qui pourra être doublé en cas de récidive.

101. Les activités de surveillance de l'OPC découlent des plaintes et des dénonciations qui lui sont transmises par les consommateurs, par les commerçants eux-mêmes à l'encontre d'entreprises concurrentes et par des associations de consommateurs. L'OPC planifie également des activités de surveillance préventives, dans le cadre de programmes de surveillance.
102. Ces activités de surveillance consistent en des vérifications, des inspections et des enquêtes pouvant mener à des interventions directes auprès des commerçants. Il peut s'agir, entre autres, d'un avis de rappel des dispositions de la loi, d'un avis d'infraction ou d'une poursuite pénale.
103. Au cours de l'année 2017-2018, l'OPC a reçu 25 560 plaintes de la part du public. Le secteur des télécommunications compte au nombre des principaux secteurs ayant fait l'objet de plaintes.

### **SANCTIONS CIVILES**

104. En cas de non-respect par un commerçant des obligations prévues à la LPC, le consommateur peut exercer un recours civil et demander les réparations prévues à la Loi. Il peut donc obtenir, selon le cas, l'exécution de l'obligation, l'autorisation de la faire exécuter aux frais de l'entreprise, la réduction de son obligation, la résiliation, la résolution ou la nullité du contrat, et ce, sans préjudice de sa demande en dommages-intérêts compensatoires. Il peut également demander des dommages-intérêts punitifs.
105. Le consommateur peut intenter un recours individuel ou une action collective. Les actions collectives, qui sont exercées en Cour supérieure conformément aux règles prévues au Code de procédure civile, représentent, en droit de la consommation, un instrument d'accès à la justice d'une importance fondamentale. Il s'agit en effet d'un instrument permettant de rendre justice à une multitude de consommateurs dont les réclamations, souvent modestes, ne favorisent pas la poursuite de démarches individuelles. Il joue non seulement un rôle curatif important, mais également un rôle préventif qui est complémentaire au dispositif de sanctions administratives et pénales précédemment décrit.

### **CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS**

106. Annuellement, plus de 130 000 consommateurs communiquent avec l'OPC pour obtenir de l'information sur leurs droits et recours, se renseigner sur un commerçant, porter plainte contre l'un d'entre eux ou dénoncer un manquement à la loi. Ces demandes, traitées par une équipe d'une quarantaine d'inspecteurs en conformité législative et réglementaire répartie sur l'ensemble du territoire québécois, se font principalement par voie

téléphonique, alors qu'un certain nombre de consommateurs présentent leur demande par courriel, par le site Web de l'OPC ou en personne dans l'un des onze bureaux régionaux de l'OPC.

107. Un sondage effectué auprès des usagers des services de l'OPC au cours du printemps 2018 révèle que plus de 80 % des consommateurs sondés sont d'avis que l'information obtenue de l'OPC a contribué à résoudre le problème qu'ils avaient avec un commerçant.
108. Le consommateur qui communique avec l'OPC peut obtenir une trousse d'information qui a pour but de l'appuyer dans la résolution de son problème avec le commerçant. En 2017-2018, plus de 27 000 trousse ont été envoyées à des consommateurs. Ces trousse d'information concernent, entre autres, la vente itinérante, les pratiques commerciales interdites, les services de téléphonie, d'Internet et de télévision et l'achat à distance.
109. Chaque trousse vulgarise les dispositions des lois qui s'appliquent à la situation vécue par le consommateur. En plus d'expliquer clairement la démarche à suivre pour régler le problème qui oppose le consommateur à un commerçant, elle comprend un formulaire de mise en demeure que le consommateur peut envoyer à un commerçant.

## **CONCLUSION**

110. Le gouvernement du Québec est d'avis que l'initiative du CRTC constitue une fois de plus un empiètement sur la compétence législative exclusive du Québec en matière de propriété et de droits civils.
111. Il revient au Parlement du Québec de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
112. Le consommateur québécois qui conclut un contrat de consommation avec un fournisseur de service d'accès à Internet bénéficie déjà de nombreuses protections qui appartiennent à un système de protections cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par la LPC et le Code civil du Québec qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.
113. Le CRTC doit s'abstenir d'intervenir d'une façon qui puisse constituer un empiètement sur les compétences législatives exclusives du Québec. Aussi, il est attendu que les prochaines démarches du CRTC soient respectueuses des décisions prises par le Parlement du Québec dans l'intérêt des consommateurs québécois.

\*\*\* FIN DU DOCUMENT\*\*\*

# Étude des crédits 2018-2019

---

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS  
**Demande de renseignements particuliers  
du deuxième groupe d'opposition**

- 33 - Liste et copie des interventions et des mémoires déposés par le Ministère devant des agences gouvernementales fédérales (exemple : CRTC) en 2017-2018.**

\*\*\*\*\*

**27 juin 2017** : Requête du ministre de la Culture et des Communications au gouverneur en Conseil, en vertu de l'article 28 de la *Loi sur la radiodiffusion*, afin de demander la révision des décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 rendues par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) (en annexe).

**28 juin 2017** : Mémoire conjoint du ministère de la Culture et des Communications (MCC) et du ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI) au CRTC dans le cadre de l'instance sur l'élaboration du régime de financement de la large bande (Avis de télécom CRTC 2017-112)

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=240845&en=2017-112&dt=i&lang=f&S=C&PA=T&PT=NC&PST=A>

**27 septembre 2017** : Lettre du MCC, en collaboration avec le ministère des Affaires municipales et de l'Occupation du territoire (MAMOT), le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) et le ministère de la Sécurité publique (MSP) transmise au CRTC dans le cadre de la demande de révision ou de modification de la Politique réglementaire de télécom 2017-182 (8662-P82-201707580).

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=241174&en=2017-0758-0&dt=i&lang=f&S=C&PA=T&PT=PT1&PST=A>

**16 novembre 2017** : Réponses du MCC et du MESI à la demande de renseignements soumise au gouvernement du Québec par le CRTC dans le cadre l'élaboration du régime de financement de la large bande du CRTC (Avis de télécom CRTC 2017-112) (en annexe).

**1<sup>er</sup> décembre 2017** : Mémoire du MCC transmis au CRTC dans le cadre de l'instance sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir (Avis de radiodiffusion CRTC 2017-359)

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=256525&en=2017-359&dt=i&lang=f&S=C&PA=B&PT=NC&PST=A>

**8 décembre 2017** : Lettre du MCC, en collaboration avec le MSP, transmise au CRTC afin d'appuyer la demande de renouvellement de licence de Palmorex dans le cadre de l'instance sur les demandes de renouvellement de services disposant d'une distribution obligatoire au service de base en vertu de l'article 9(1)h) de la *Loi sur la radiodiffusion* (Avis de radiodiffusion CRTC 2017-365).

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=258469&en=2017-365&dt=i&lang=f&S=C&PA=B&PT=NC&PST=A>

**23 janvier 2018** : Mémoire du ministère de la Culture et des Communications transmis au CRTC dans le cadre de l'instance visant à réexaminer les décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française (Avis de radiodiffusion CRTC 2017-428)

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=261416&en=2017-428&dt=i&lang=f&S=C&PA=B&PT=NC&PST=A>



Gouvernement du Québec  
 Le ministre de la Culture et des Communications et ministre responsable  
 de la Protection et de la Promotion de la langue française  
 Ministre responsable de la région de l'Estrie  
 Député de Sherbrooke

Québec, le 27 juin 2017

Monsieur Michael Wernick  
 Greffier du Conseil privé  
 et secrétaire du cabinet  
 85, rue Sparks, bureau 1000  
 Ottawa (Ontario) K1A 0A3

Monsieur le Greffier,

La présente est une demande adressée au gouverneur en conseil, en vertu de l'article 28 de la Loi sur la radiodiffusion, afin de lui demander de renvoyer au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour réexamen et nouvelle audience, les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147 rendues le 15 mai 2017 et relatives au renouvellement des licences des services de télévision de langue française des entreprises Bell Média inc., Corus Entertainment Inc., Groupe V Média inc. et Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc. et de Vidéotron s.e.n.c.

En effet, je juge essentiel que le CRTC réexamine les conditions de licence de tous ces grands groupes de propriété de télévision de langue française afin d'imposer à chacun de ceux-ci des exigences spécifiques en matière de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française.

J'estime que la présence, dans le marché francophone de radiodiffusion, d'un niveau élevé d'émissions originales canadiennes de langue française est indispensable à l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion. Or, dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147, le CRTC a décidé de n'imposer aucune exigence spécifique à cet égard aux grands groupes de propriété de télévision de langue française, ce qui risque ainsi de fragiliser la production originale canadienne de langue française. Je crains, pour les raisons exposées plus en détail dans ma demande en pièce jointe, qu'à elles seules, les exigences de dépenses en émissions canadiennes imposées par le CRTC ne soient pas suffisantes pour garantir un niveau élevé de productions originales de langue française au cours des prochaines années.

... 2

Québec  
 Édifice Guy-Frégault  
 225, Grande Allée Est  
 Bloc A, 1<sup>er</sup> étage  
 Québec (Québec) G1R 5G5  
 Téléphone : 418 380-2310  
 Télécopieur : 418 380-2311  
 www.mcc.gouv.qc.ca

Montréal  
 480, boul. Saint-Laurent, 7<sup>e</sup> étage  
 Montréal (Québec) H2Y 3Y7  
 Téléphone : 514 873-2137  
 Télécopieur : 514 873-0980

De plus, j'adresse plus spécifiquement une demande au gouverneur en conseil, en vertu de l'article 28 de la Loi sur la radiodiffusion, afin de lui demander de renvoyer au CRTC, pour réexamen et nouvelle audience, la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 du 15 mai 2017 concernant le renouvellement des licences du Groupe V Média inc.

Je juge que le retrait, dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, de l'obligation des chaînes MusiquePlus et MAX de contribuer financièrement au Fonds Remstar, sans prévoir de mécanisme de remplacement approprié, va à l'encontre de certains objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, notamment celui énoncé à l'article 3(1)) de la Loi sur la radiodiffusion.

Le Fonds Remstar constitue la première source de financement pour la production des vidéoclips dans le marché francophone. La production et la diffusion de vidéoclips francophones contribuent à la création d'une programmation canadienne de haute qualité ainsi qu'à la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion. Il est cependant essentiel, pour pouvoir créer une programmation diversifiée, de haute qualité et respectant la dualité linguistique canadienne, que les producteurs de contenu soient financés adéquatement. Or, la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 compromet cette capacité de production de vidéoclips, réduisant ainsi la diversité et la qualité de la programmation.

C'est pourquoi je juge essentiel que le CRTC réexamine la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, et qu'il mette en place un mécanisme permettant d'assurer le financement adéquat des catégories d'émissions 8 et 9 (émissions de musique et danse, vidéoclips, émissions de vidéoclips et variétés), et plus particulièrement des vidéoclips francophones.

Vous trouverez en pièce jointe la demande détaillée du ministère de la Culture et des Communications du Québec.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Greffier, mes salutations distinguées.

Le ministre,



LUC FORTIN

p. j. 1

c. c. M<sup>me</sup> Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien  
M<sup>me</sup> Danielle May-Cuconato, secrétaire générale du Conseil de la radiodiffusion  
et des télécommunications canadiennes

N/Réf. 29997

**DEMANDE ÉCRITE AU GOUVERNEUR EN CONSEIL AFIN DE  
RENOYER AU CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES  
TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES, POUR RÉEXAMEN ET  
NOUVELLE AUDIENCE, LES DÉCISIONS DE RADIODIFFUSION  
CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146  
ET CRTC 2017-147**

**MINISTRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC  
ET MINISTRE RESPONSABLE DE LA PROTECTION ET DE LA  
PROMOTION DE LA LANGUE FRANÇAISE**

**Le 27 juin 2017**

## TABLE DES MATIÈRES

<b>RÉSUMÉ.....</b>	<b>1</b>
<b>I. Introduction .....</b>	<b>3</b>
<b>II. L'importance des émissions originales de langue française pour l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion .....</b>	<b>4</b>
La présence indispensable d'émissions originales canadiennes de langue française pour répondre aux besoins du marché francophone .....	4
La présence essentielle des émissions originales canadiennes pour favoriser la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion canadien .....	5
<b>III. Retour sur les politiques réglementaires découlant de <i>Parlons télé</i>.....</b>	<b>7</b>
<b>IV. Des décisions qui risquent de fragiliser la production originale de langue française.....</b>	<b>9</b>
<b>V. Les premiers impacts visibles à la suite de la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145 : l'abandon de projets de dramatiques québécoises sur la chaîne <i>Séries+</i> .....</b>	<b>12</b>
<b>VI. Un contexte qui pose un risque pour les investissements en productions originales de langue française.....</b>	<b>14</b>
Le contexte financier et réglementaire.....	15
Les incitatifs à recourir au doublage .....	18
<b>VII. Adopter la même approche pour la production originale de langue française que celle utilisée par le CRTC pour les émissions d'intérêt national .....</b>	<b>19</b>
<b>VIII. Les décisions relatives à la contribution financière des services facultatifs <i>MusiquePlus</i> et <i>MAX</i> au Fonds <i>Remstar</i>.....</b>	<b>20</b>
<b>IX. Conclusion.....</b>	<b>22</b>

## RÉSUMÉ

Le 15 mai 2017, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a rendu une série de décisions (décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147) relatives au renouvellement des licences des services de télévision de langue française des entreprises Bell Média inc., Corus Entertainment Inc., Groupe V Média inc. et Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc. et de Vidéotron s.e.n.c. (ci-après « les grands groupes de propriété de langue française »).

Selon moi, certains éléments de ces décisions vont à l'encontre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, tels qu'énoncés à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, notamment la décision par le CRTC d'abolir les obligations existantes relatives à la production originale canadienne de langue française à trois services facultatifs francophones et de n'imposer aucune exigence spécifique en la matière aux grands groupes de propriété de langue française (décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147).

Je soutiens que la présence, dans le marché francophone au Québec et au Canada, d'émissions originales de langue française est indispensable pour l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, d'une part, si l'on veut véritablement prendre en compte les besoins et les conditions spécifiques du marché francophone de radiodiffusion, tel que le reconnaît l'article 3(1)c) de la *Loi sur la radiodiffusion* et, d'autre part, si l'on veut assurer une véritable diversité de programmation au sein du système de radiodiffusion, comme le stipule l'article 3(1)i) de cette loi. La présence de ces émissions est également essentielle afin de véhiculer les attitudes, les opinions, les idées, les valeurs et la créativité artistique canadiennes dans le marché de langue française.

Le CRTC a d'ailleurs reconnu à plusieurs reprises, notamment dans le cadre de l'instance publique *Parlons télé*, l'importance des émissions canadiennes originales de première diffusion pour l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Dans le marché francophone, ces émissions doivent être produites à l'origine en français.

Or, je suis d'avis que les décisions du CRTC lors du renouvellement des licences des grands groupes de propriété de langue française risquent plutôt de fragiliser la production originale de langue française. Je crains qu'à elles seules, les exigences de dépenses en émissions canadiennes ne soient pas suffisantes pour garantir un niveau élevé de productions originales de langue française au cours des prochaines années.

En effet, l'annonce par Corus Entertainment Inc., quelques jours à peine après la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145, d'abandonner trois projets de fiction de langue française en développement ou en évaluation est venue confirmer mes craintes. La chaîne Séries+ se retrouve aujourd'hui sans émission canadienne originale de fiction de langue française en production, contrairement à la situation qui prévalait dans les dernières années.

Par ailleurs, j'attire l'attention sur certains autres facteurs qui devraient être pris en compte par le CRTC dans son processus de décision et qui risquent d'avoir un impact négatif sur la production d'émissions originales de langue française au cours des prochaines années. J'observe en effet les premiers signes d'une fragilisation du secteur de la production télévisuelle de langue française, dont la grande majorité se situe au Québec, avec la baisse enregistrée des revenus des télédiffuseurs

traditionnels privés francophones, la diminution du nombre d'abonnés canadiens aux entreprises de distribution de radiodiffusion et l'impact déjà senti sur le budget du Fonds des médias du Canada. Je signale également la présence d'incitatifs à recourir davantage au doublage d'émissions canadiennes anglophones ou étrangères dans le marché de langue française.

C'est pourquoi j'estime nécessaire et justifié que le CRTC impose immédiatement, dans le cadre des décisions relatives au renouvellement des licences des services de télévision de langue française des entreprises Bell Média inc., Corus Entertainment Inc., Groupe V Média inc., et Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc., et de Vidéotron s.e.n.c., des exigences spécifiques en matière de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française.

Les conditions de licence imposées par le CRTC à ces entreprises auront un impact pour les cinq prochaines années. Il est donc très important d'être vigilant pour ne pas fragiliser davantage le secteur de la production télévisuelle de langue française au Québec et ailleurs au Canada, ainsi que pour s'assurer que les téléspectateurs francophones ont toujours accès à une grande diversité et à une grande qualité d'émissions produites dans leur langue, émissions qu'ils affectionnent particulièrement.

Par ailleurs, relativement à la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 concernant le renouvellement des licences du Groupe V Média inc., je juge que le retrait pour les chaînes MusiquePlus et MAX de l'obligation de contribuer financièrement au Fonds Remstar, sans prévoir de mécanisme de remplacement approprié, va à l'encontre de certains objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, notamment l'article 3(1)i) de cette loi. L'objectif principal de ce fonds est d'encourager l'essor de la musique en soutenant la production de vidéoclips québécois ou canadiens de langue française et de vidéoclips d'artistes québécois en langues autres que le français.

La musique représente une expression de la diversité culturelle canadienne. La production et la diffusion de vidéoclips de langue française contribuent aussi à la création d'une programmation canadienne diversifiée et de haute qualité. Ce faisant, la capacité de produire ces enregistrements est cruciale. Pour pouvoir créer une programmation diversifiée, de qualité et respectant la dualité linguistique canadienne, il va de soi que les producteurs de contenu doivent être financés adéquatement. Or, la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 compromet cette capacité de production de vidéoclips, réduisant ainsi la diversité et la qualité de la programmation.

Par conséquent, à titre de ministre de la Culture et des Communications du Québec et ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française, je demande au gouverneur en conseil de renvoyer au CRTC, pour réexamen et nouvelle audience, les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147 afin qu'il impose des exigences spécifiques en matière de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française aux grands groupes de propriété de langue française.

Je demande également au gouverneur en conseil de renvoyer au CRTC, pour réexamen et nouvelle audience, la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 afin qu'il mette en place un mécanisme qui permettra d'assurer le financement adéquat des catégories d'émissions 8 et 9 (émissions de musique et danse, vidéoclips, émissions de vidéoclips et variétés), et plus particulièrement des vidéoclips francophones.

## I. Introduction

1. Le 15 mai 2017, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a rendu une série de décisions (décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147) relatives au renouvellement des licences des services de télévision de langue française des entreprises Bell Média inc., Corus Entertainment Inc., Groupe V Média inc. et Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc. et de Vidéotron s.e.n.c. (ci-après « les grands groupes de propriété de langue française »). J'estime que certains éléments de ces décisions vont à l'encontre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, tels qu'énoncés à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*.
2. En particulier, je suis d'avis que les décisions du CRTC d'abolir les obligations existantes relatives à la production originale canadienne de langue française pour trois services facultatifs francophones, soit Historia, Séries+ et Vrak, et de n'imposer aucune exigence spécifique en la matière aux grands groupes de propriété de langue française dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 risquent d'avoir des conséquences négatives pour l'ensemble des créateurs, producteurs et artistes canadiens de langue française à l'origine de la conception et de la réalisation de cette production originale francophone. Les impacts néfastes de ces décisions risquent également de se faire sentir sur l'accès des téléspectateurs francophones à une programmation produite dans leur langue qui reflète leurs intérêts, leurs opinions, leurs idées et leurs valeurs.
3. En outre, la décision du CRTC (décision de radiodiffusion CRTC 2017-146) d'éliminer les obligations relatives à la contribution financière des services facultatifs MusiquePlus et MAX au Fonds Remstar, lequel appuie la promotion d'artistes canadiens œuvrant dans le domaine de la musique, sans pour autant prévoir un mécanisme de remplacement approprié, représente une menace pour la diversité et la qualité de la programmation canadienne. Cette décision pourrait fragiliser encore davantage les producteurs et artistes francophones du secteur musical, un secteur clé pour l'affirmation de l'identité nationale du Québec et de l'identité culturelle francophone du Canada.
4. Ces décisions du CRTC ne prennent manifestement pas en compte les conditions et les besoins particuliers du marché de radiodiffusion de langue française.
5. Pour les raisons exposées ci-après, à titre de ministre de la Culture et des Communications du Québec et ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française, je demande donc au gouverneur en conseil, en vertu de l'article 28 de la *Loi sur la radiodiffusion*, de renvoyer au CRTC, pour réexamen et nouvelle audience, les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147 afin qu'il impose à chaque groupe de propriété de télévision de langue française des exigences spécifiques en matière de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française.

6. Je demande également que soit réexaminée la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 relative aux exigences de contributions financières destinées au Fonds Remstar afin que le CRTC mette en place un mécanisme permettant d'assurer le financement adéquat des catégories d'émissions 8 et 9 (émissions de musique et danse, vidéoclips, émissions de vidéoclips et variétés), et plus particulièrement des vidéoclips francophones.

## II. L'importance des émissions originales de langue française pour l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion

*La présence indispensable d'émissions originales canadiennes de langue française pour répondre aux besoins du marché francophone*

7. Il est important de rappeler que la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît que « les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins »<sup>1</sup>. J'estime donc que, lorsqu'il prend ses décisions, le CRTC doit ainsi tenir compte des conditions et des besoins spécifiques de chaque marché linguistique.
8. En plus de sa taille beaucoup plus restreinte, le marché francophone au Canada se distingue assurément par l'appétit des téléspectateurs pour les productions originales canadiennes et québécoises de langue française, comme le démontrent semaine après semaine les palmarès des émissions les plus regardées dans le marché francophone du Québec. On n'a qu'à penser à l'immense succès d'émissions comme *La Voix*, *Unité 9*, *District 31*, *Les beaux malaises*, *Les pays d'en haut* ou *Yamaska*, pour n'en nommer que quelques-unes. Ces émissions attirent régulièrement plus d'un million, voire parfois plus de deux millions de téléspectateurs.
9. Les Québécois aiment particulièrement découvrir le talent des créateurs canadiens et québécois de langue française et regarder des émissions qui reflètent véritablement leur culture et qui abordent leurs intérêts. En plus de refléter la dualité linguistique du Canada, ces émissions permettent aussi de faire rayonner la culture francophone en Amérique et ailleurs dans le monde.
10. Les besoins du marché francophone ne peuvent donc pas être comblés par la diffusion d'un niveau élevé d'émissions doublées en français, canadiennes ou étrangères, lesquelles ne reflètent pas toujours les intérêts, les opinions, les idées et les valeurs des Canadiens et des Québécois de langue française.
11. Il est vrai que le CRTC a choisi d'imposer des exigences en matière de dépenses en émissions canadiennes (DÉC) et en émissions d'intérêt national (ÉIN)<sup>2</sup> aux grands groupes de propriété de télévision de langue française dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147.

<sup>1</sup> Article 3(1)c) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>2</sup> Les ÉIN sont formées des catégories d'émissions suivantes : 2b) Documentaires de longue durée, 7) Émissions dramatiques et comiques, 8a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8b) Vidéoclips, 8c) Émissions de musique vidéo, et 9) Variétés.

12. Le CRTC a indiqué que les exigences en matière de DÉC avaient notamment pour objectifs « le soutien des particularités culturelles du marché de langue française, ainsi que le rayonnement de la programmation originale de langue française »<sup>3</sup>. Il a aussi souligné que les ÉIN « constituent des vecteurs privilégiés afin de véhiculer les attitudes, les opinions, les idées, les valeurs et la créativité artistique canadiennes dans le marché de langue française »<sup>4</sup>, faisant ainsi référence à l'article 3(1)d)(ii) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
13. Or, si le CRTC a établi que les exigences de DÉC et de dépenses au titre des ÉIN étaient importantes pour répondre aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>5</sup>, je tiens à préciser qu'il n'existe cependant aucune obligation d'allouer ces montants à des productions originales de langue française. Je soutiens que dans le marché francophone, il est primordial que la langue originale de production soit le français si l'on veut vraiment véhiculer « les attitudes, les opinions, les idées et les valeurs » de ce marché, conformément aux objectifs énoncés à l'article 3(1)d)(ii) de la *Loi sur la radiodiffusion*, et si l'on veut assurer « le soutien des particularités culturelles du marché de langue française » comme le vise le CRTC.
14. Comme je l'explique ci-dessous, je crains qu'à elles seules, les exigences de DÉC telles qu'établies dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147 ne soient pas suffisantes pour garantir un niveau élevé de productions originales de langue française au cours des prochaines années, d'autant plus que l'environnement audiovisuel est en mutation.
15. Par ailleurs, il est important de reconnaître et de prendre en considération la valeur économique et les nombreux emplois du secteur de la production télévisuelle canadienne de langue française, en particulier au Québec où la grande majorité de la production francophone est effectuée. Ce secteur demeure malgré tout fragile, notamment en raison de la taille du marché francophone. Dans ce contexte, toute décision concernant les grands groupes de propriété de télévision de langue française, lesquels accaparent une part substantielle du marché francophone, pourrait avoir des impacts significatifs sur ce secteur.
16. En somme, si l'on veut véritablement prendre en compte les besoins et les conditions spécifiques du marché francophone de radiodiffusion, comme l'énonce la *Loi sur la radiodiffusion*, j'estime primordial, pour le CRTC, de mettre en place des conditions qui permettent d'assurer un niveau élevé de production d'émissions originales canadiennes de langue française.

*La présence essentielle des émissions originales canadiennes pour favoriser la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion canadien*

17. Comme je viens de le démontrer, la présence d'émissions originales canadiennes de langue française est essentielle au système de radiodiffusion francophone. Mais au-delà du respect de la spécificité du marché

<sup>3</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 28.

<sup>4</sup> *Ibid.*, paragraphe 49.

<sup>5</sup> Voir notamment la décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 49 et la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, paragraphes 164-165.

francophone, ces émissions sont vitales à l'atteinte d'un autre objectif de la politique canadienne de radiodiffusion.

18. Le CRTC l'a lui-même reconnu à quelques reprises, notamment dans le cadre de l'instance publique *Partons télé*, et plus précisément dans la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86 « Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée » (ci-après « politique Créer »), lorsqu'il soulignait que les émissions canadiennes originales de première diffusion contribuaient à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* en ajoutant plus de valeur au système que les rediffusions<sup>6</sup>. Dans le marché francophone, il est essentiel que ces émissions canadiennes originales de première diffusion soient produites en langue française.
19. Le CRTC l'a aussi reconnu plus récemment dans son avis de consultation sur le renouvellement des licences des services de télévision des groupes de propriété de langue française :
 

« Conformément aux objectifs de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86 et à l'article 3(1)i) de la Loi, le Conseil a demandé aux groupes de décrire leurs plans quant à l'offre d'une programmation diversifiée et faisant appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants, entre autres en ce qui concerne :

  - la programmation pour enfants et jeunes;
  - la production régionale;
  - les émissions originales de première diffusion;
  - les longs métrages;
  - la programmation des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) »<sup>7</sup>. (Nos soulignés)
20. Il appert, selon le CRTC, que les cadres réglementaires comme ceux liés aux dépenses en émissions originales canadiennes de première diffusion ont notamment pour objectif de donner au système de radiodiffusion canadien les outils nécessaires pour offrir une programmation diversifiée dans laquelle tous les Canadiens peuvent se reconnaître<sup>8</sup>.
21. L'article 3(1)i)(i) de la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît effectivement que la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit.
22. Or, si l'on veut s'assurer d'avoir une véritable diversité de programmation au sein du système de radiodiffusion, il est nécessaire de garantir la diffusion d'un niveau élevé de productions canadiennes originales et que celles-ci soient, dans le marché francophone, de langue française. Ces productions jouent un rôle important afin de promouvoir la diversité et toute la richesse du système de radiodiffusion canadien.
23. Rappelons aussi que le CRTC a imposé par le passé des exigences en matière d'émissions originales canadiennes de première diffusion pour

<sup>6</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, paragraphe 191.

<sup>7</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225, paragraphe 36.

<sup>8</sup> Voir notamment le document DM#2600993 (demande de Corus Entertainment Inc.).

assurer l'offre d'une programmation diversifiée dans laquelle les Canadiens peuvent se reconnaître. Dans le marché de langue française, des chaînes de télévision spécialisées telles que Séries+, Historia, Vrak.TV, Canal Z et TV5 Québec Canada ont eu à divers moments des exigences particulières ou des attentes à cet égard<sup>9</sup>.

24. À titre d'exemple, le CRTC indiquait en 2006 dans sa décision relative au renouvellement de la licence de la chaîne de télévision VRAK.TV, « qu'afin de contribuer à la promotion de la dualité linguistique et ainsi à l'atteinte des objectifs énoncés à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi), il est essentiel que les télédiffuseurs de langue française contribuent à la production d'émissions originales dans la langue première du service, soit en l'occurrence le français »<sup>10</sup>.
25. C'est notamment pour cette raison qu'il avait imposé à cette chaîne l'obligation de diffuser un minimum de 104 heures d'émissions canadiennes originales de langue française de première diffusion par année.
26. Enfin, le fait que le CRTC ait explicitement manifesté, dans sa décision de préambule sur le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété de langue française<sup>11</sup>, son intention de surveiller les dépenses pour les émissions canadiennes originales de langue française ainsi que sa volonté d'imposer des exigences en la matière lors du prochain renouvellement de licence, démontre également que la présence de ces émissions est essentielle dans le système de radiodiffusion francophone pour l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.
27. À l'égard du marché francophone, j'estime donc que le CRTC doit garantir la présence d'un niveau élevé d'émissions canadiennes originales de langue française pour atteindre les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, en particulier ceux énoncés aux articles 3(1)c), 3(1)d)(ii) et 3(1)i)(i) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
28. Comme on le verra, je suis d'avis que les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 prises par le CRTC dans le cadre du renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété de langue française risquent cependant d'avoir pour conséquence de fragiliser la production originale de langue française au Canada.

### III. Retour sur les politiques réglementaires découlant de *Parlons télé*

29. Avant de décrire plus en détail les éléments contestés dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147 concernant le renouvellement des licences des grands groupes de propriété de langue française, il importe de revenir brièvement sur les politiques réglementaires adoptées par le CRTC lors de

<sup>9</sup> Voir notamment les décisions de radiodiffusion CRTC 2012-241 (Historia, Séries+ et Vrak), CRTC 2003-77 (TV5 Québec Canada) et CRTC 2001-706 (Canal Z).

<sup>10</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2006-382, paragraphe 50.

<sup>11</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 78.

*Parlons télé.* En effet, certaines des décisions prises par le CRTC le 15 mai 2017 découlent des politiques réglementaires de *Parlons télé*, en particulier de la politique Créer.

30. Dans le cadre de cette politique réglementaire de radiodiffusion, le CRTC a décidé d'éliminer la politique sur l'exclusivité des genres et les protections afférentes pour tous les services facultatifs de langue anglaise et de langue française. Il a ainsi annoncé qu'il n'appliquerait plus, sauf exception, les conditions de licence sur la nature du service<sup>12</sup>.
31. Le CRTC a aussi signifié dans cette politique réglementaire son intention de simplifier le processus d'attribution de licence, d'établir une seule catégorie pour tous les services facultatifs et d'uniformiser leurs conditions de licence<sup>13</sup>.
32. Pour rappel, l'exclusivité des genres permettait aux services spécialisés et payants de catégorie A d'obtenir une licence sur la base d'un service par genre et le CRTC leur imposait des conditions de licence pour s'assurer qu'ils demeurent fidèles au genre pour lequel ils avaient obtenu une licence. Comme l'a expliqué le CRTC, ces services avaient généralement des obligations en matière de contenu canadien plus importantes que celles des autres types de services payants et spécialisés<sup>14</sup>.
33. De plus, dans la politique Créer, le CRTC a aussi encouragé les groupes de propriété de langue française à se faire reconnaître comme groupe lors de leur prochain renouvellement de licences<sup>15</sup>.
34. L'approche par groupe a été établie par le CRTC afin de tenir compte de la consolidation croissante qui a lieu au sein du système canadien de radiodiffusion. Cette approche met l'accent sur les dépenses en production d'émissions canadiennes, avec l'imposition d'exigences de DÉC et de dépenses en ÉIN, plutôt que sur leur diffusion. Elle offre aussi aux groupes une souplesse accrue dans la répartition de leurs dépenses en émissions canadiennes.
35. Je tiens à signaler que même si le CRTC a voulu, dans sa politique Créer, encourager la concurrence entre les services en adoptant des conditions uniformisées et en permettant aux chaînes de modifier leur nature de service comme elles le souhaitaient, rien dans cette politique ne l'empêchait d'imposer des obligations en matière de production originale canadienne de langue française aux grands groupes de propriété de langue française.
36. D'une part, dans la politique Créer, le CRTC a clairement indiqué qu'il se réservait le droit d'imposer des conditions particulières à certains services au besoin<sup>16</sup>. Il aurait donc été possible pour le CRTC de maintenir dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147 les conditions actuelles des chaînes qui avaient déjà des exigences en matière de production originale francophone ou d'en ajouter à de nouvelles chaînes compte tenu de leur situation particulière.

<sup>12</sup> Politique réglementaire CRTC 2015-86, paragraphe 254.

<sup>13</sup> *Ibid.*, paragraphes 308 à 310.

<sup>14</sup> *Ibid.*, paragraphe 233.

<sup>15</sup> *Ibid.*, paragraphe 223.

<sup>16</sup> *Ibid.*, paragraphe 309.

37. D'autre part, dans l'optique de favoriser l'uniformisation des conditions de licence, de se concentrer sur les dépenses plutôt que sur les exigences de diffusion et de privilégier une approche par groupe, le CRTC aurait pu imposer dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147 une obligation à tous les groupes de consacrer un certain pourcentage de leur DÉC en émissions originales canadiennes de langue française, tel que l'avait recommandé l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM)<sup>17</sup>.
38. En bref, même si le renouvellement des licences des groupes de propriété de langue française découle en partie de l'approche prise par le CRTC lors de *Parlons télé*, rien dans ces politiques n'empêchait le CRTC d'imposer des exigences en matière de production originale francophone au moment du renouvellement des licences de télévision des grands groupes de propriété de langue française (décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147).

#### IV. Des décisions qui risquent de fragiliser la production originale de langue française

39. Le 15 juin 2016, le CRTC publiait l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225 relatif au renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété de langue française, c'est-à-dire Bell Média inc., Corus Entertainment Inc., Groupe V Média inc. et Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc. et de Vidéotron s.e.n.c.
40. Ces groupes occupent une place très significative dans le marché francophone du Québec. Selon le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC produit en 2016, les chaînes du groupe Québecor Média accaparaient 34,5 % des parts d'écoute du marché francophone du Québec en 2014-2015. De leur côté, les chaînes francophones du groupe de Bell Média obtenaient 18,3 % des parts d'écoute. Le Groupe V Média (Remstar) avait une part d'écoute de 8,7 % et le groupe Corus détenait quant à lui 7,4 % des parts d'écoute. Au total, ces quatre groupes francophones cumulaient donc 68,9 % des parts d'écoute du marché francophone du Québec en 2014-2015, ce qui représente une portion substantielle<sup>18</sup>.
41. Les décisions prises par le CRTC par rapport à ces groupes dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 ont donc un impact très important non seulement sur ces entreprises, mais également sur l'ensemble du secteur de la production francophone au Canada, de même que sur tous les artisans, créateurs et artistes, sans oublier les téléspectateurs francophones.
42. Au cours de l'instance publique sur le renouvellement de leurs licences, compte tenu de l'importance de la programmation originale canadienne de première diffusion pour la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, le CRTC a questionné les grands groupes de propriété de

<sup>17</sup> Mémoire de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225, paragraphe 134.

<sup>18</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2016*, p.159.

langue française sur leurs plans respectifs en la matière<sup>19</sup>. Le CRTC a aussi interrogé le groupe Corus Entertainment Inc. sur la possibilité d'avoir une exigence de dépenses de groupe relative aux émissions originales de première diffusion<sup>20</sup>.

43. Les groupes francophones ont essentiellement répondu que les émissions originales de première diffusion faisaient partie intégrante de leurs stratégies et qu'elles leur permettaient d'attirer un large auditoire. À leur avis, aucune exigence supplémentaire n'était nécessaire pour soutenir ce genre d'émissions<sup>21</sup>.
44. Dans sa décision de préambule sur le renouvellement des licences de télévision des grands groupes de propriété de langue française (décision de radiodiffusion CRTC 2017-143), le CRTC a estimé que les exigences de DÉC étaient suffisantes pour assurer la production et la diffusion d'un niveau élevé d'émissions originales de langue française et il a donc décidé de ne pas imposer d'obligations spécifiques en la matière aux grands groupes de propriété de langue française dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147. La justification du CRTC était basée en partie sur le fait que le marché de langue française se distingue par une demande très forte pour les émissions originales de langue française<sup>22</sup>.
45. Dans cette même décision, le CRTC a également affirmé qu'il était peu probable que les coûts de doublage suffisent à permettre aux groupes de répondre à leurs exigences en matière de DÉC, et donc, que les groupes devraient effectivement investir dans de nouvelles productions canadiennes de langue française<sup>23</sup>.
46. Compte tenu de ce qui précède, en plus de n'imposer aucune exigence spécifique aux groupes de propriété de langue française en matière d'émissions originales de langue française, le CRTC a supprimé, dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145 relative à Corus Entertainment Inc., les exigences quant à la programmation originale canadienne de langue française qui étaient imposées à Historia et Séries+<sup>24</sup>.

<sup>19</sup> Voir notamment les documents suivants : DM#2591564 (Bell Média); DM#2600993 (Corus Entertainment); DM#2585832 (Québecor Média); DM#2584914 (Groupe V Média).

<sup>20</sup> Voir le document DM#2600993 (Corus Entertainment Inc.).

<sup>21</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 68.

<sup>22</sup> *Ibid.*, paragraphes 75 et 77.

<sup>23</sup> *Ibid.*, paragraphe 79.

<sup>24</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-145, paragraphe 38.

Pour Séries+, les exigences en matière de programmation originale canadienne de langue française étaient les suivantes :

« 6. a) Le titulaire doit consacrer au financement de dramatiques originales de langue française :

i) au moins 1,5 M\$ par année à même les dépenses au titre des émissions canadiennes faites en vertu de la condition de licence 4;

ii) au moins 750 000 \$ en plus des dépenses faites en vertu de la condition de licence 4 et de l'article i) de la présente condition de licence au cours des années de radiodiffusion 2014-2015, 2015-2016 et 2016-2017.

b) À même les dépenses au titre des émissions canadiennes faites en vertu de la condition de licence 4, le titulaire doit consacrer 3,5 M\$ au cours de la période de licence pour défrayer les coûts de doublage en français au Canada des séries canadiennes et internationales diffusées. »

47. Dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-144 relative à Bell Média inc., le CRTC a également supprimé, pour la chaîne Vrak, la condition de licence à l'égard de la diffusion d'un minimum de 104 heures d'émissions canadiennes originales de langue française de première diffusion<sup>25</sup>.
48. À la suite des décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147, les groupes de propriété de télévision de langue française n'ont désormais aucune exigence spécifique en matière de production canadienne originale de langue française.
49. Je reconnais et appuie l'intention du CRTC de surveiller plus étroitement les dépenses des groupes pour les émissions canadiennes originales de langue française par l'entremise de rapports plus détaillés. Je note également que le CRTC a indiqué qu'il demeurerait ouvert à la possibilité d'imposer des exigences en la matière au prochain renouvellement de licence advenant le cas où les données recueillies montreraient la nécessité d'intervenir à ce sujet<sup>26</sup>.
50. Toutefois, je crains que les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 aient des conséquences négatives sur la production originale canadienne de langue française, ce qui irait à l'encontre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et je doute qu'à elles seules, les exigences de DÉC imposées dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147 soient suffisantes pour garantir un niveau élevé de productions originales de langue française au cours des prochaines années.
51. En annonçant son intention de surveiller plus attentivement les dépenses pour les émissions canadiennes originales de langue française, le CRTC semble aussi reconnaître implicitement que les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 pourraient ouvrir la porte à une diminution des dépenses en production originale de langue française.
52. Dans ces circonstances, et compte tenu de l'importance des émissions originales de langue française pour l'affirmation de l'identité nationale québécoise et de l'identité culturelle francophone au Canada, je considère qu'il est primordial pour le CRTC d'agir immédiatement pour imposer des obligations en la matière aux grands groupes de propriété de langue française, plutôt que d'attendre cinq années, lors du prochain renouvellement de licence, une fois que les conséquences négatives se seraient déjà

Pour Historia, les exigences en matière de programmation originale canadienne de langue française étaient les suivantes :

*« 5. Au moins 75 % des dépenses faites en vertu de la condition de licence 4 doivent être consacrées à des dépenses en vue d'acquérir des émissions originales canadiennes qui seront diffusées pour la première fois par un service de programmation linéaire de langue française qui détient une licence de radiodiffusion. Aux fins de la présente condition, une émission canadienne originale de langue française en première diffusion est :*

*a) Une émission canadienne produite en langue française qui est distribuée pour la première fois par le titulaire et qui n'a jamais été distribuée auparavant par un autre titulaire d'entreprise de radiodiffusion; ou*

*b) Une émission canadienne produite en langue française acquise en préproduction et diffusée auparavant par un service facultatif (télévision payante ou télévision à la carte) ».*

<sup>25</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-144, paragraphe 38.

<sup>26</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 78.

manifestées. Cela justifie selon moi le réexamen immédiat des décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147.

53. J'estime aussi que l'imposition d'exigences spécifiques en matière de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française à tous les groupes de propriété de langue française, plutôt qu'à chaque chaîne individuellement, est justifiée dans l'optique de respecter la politique d'attribution de licences aux grands groupes de propriété privée de langue française, telle que mise en application par le CRTC dans sa décision de radiodiffusion CRTC 2017-143. Je suis également d'avis que cela permet de se conformer à la vision du CRTC de se concentrer sur les exigences de dépenses plutôt que sur les exigences de diffusion.

**V. Les premiers impacts visibles à la suite de la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145 : l'abandon de projets de dramatiques québécoises sur la chaîne Séries+**

54. Comme on le verra, les récents développements liés à l'entreprise Corus Entertainment Inc. démontrent que l'élimination des exigences en matière de production originale canadienne de langue française à la chaîne Séries+, sans prévoir d'autres obligations en la matière pour le groupe, risque d'avoir des conséquences dommageables pour l'industrie de la production télévisuelle francophone au Canada.

55. Au cours des dernières années, lorsque la chaîne Séries+ devait consacrer annuellement au moins 1,5 million de dollars au financement de dramatiques originales de langue française, celle-ci a diffusé plusieurs séries originales de langue française. Comme mentionné dans un document déposé par Corus Entertainment Inc. au CRTC<sup>27</sup>, Séries+ a diffusé, entre 2013 et 2017, les séries originales de langue française suivantes :

2013-2014 : *La Murraine* 5 X 1 heure;  
 2014-2015 : *Le Berceau des anges* 5 X 1 heure;  
 2014-2015 : *Mon ex à moi* 16 X 30 minutes;  
 2015-2016 : *Séquelles* 6 X 1 heure;  
 2015-2016 : *Mon ex à moi, saison 2* 16 X 30 minutes;  
 2016-2017 : *Sur-Vie* 6 X 1 heure.

56. Il semble par ailleurs que plusieurs de ces séries aient obtenu un succès important. Dans une réponse à une demande de renseignement du CRTC, Corus Entertainment Inc. indiquait que la série de fiction *Le Berceau des anges* avait battu des records de cotes d'écoute avec 435 000 téléspectateurs (2 ans et +). L'entreprise ajoutait que, plus récemment, la série *Séquelles* avait rassemblé plus de 560 000 téléspectateurs (2 ans et +) devant leur écran tous les mercredis soir à 22 h. La série *Mon ex à moi, saison 1 et 2*, quant à elle, a rallié entre 275 000 à 300 000 téléspectateurs (2 ans et +) lors de sa diffusion, attirant un auditoire plus jeune<sup>28</sup>.

<sup>27</sup> Voir le document DM#2585665 (Corus Entertainment Inc.).

<sup>28</sup> Voir le document DM#2600993 (Corus Entertainment Inc.).

57. On pourrait également signaler les bons résultats de la série *Plan B*, diffusée sur *Séries+* au printemps 2017, qui a rallié environ 560 000 téléspectateurs depuis le premier épisode<sup>29</sup>.
58. Voici d'ailleurs ce que mentionnait Corus Entertainment Inc. par rapport au succès de ses séries originales :
- « Systématiquement, lors de leur première diffusion, nos séries originales se retrouvent dans le "Top 10" de nos émissions les plus regardées. Saison après saison, ces séries sont attendues par notre public, qui en redemande, car il apprécie la grande qualité des séries de fiction canadiennes que diffuse *Séries+*. Il va sans dire que l'attrait du *star system* québécois a son rôle à jouer dans cette attirance que le public éprouve pour *Séries+*. Des auteurs, des réalisateurs, des acteurs et des artisans de talent font en sorte que les productions originales s'avèrent un incontournable pour *Séries+* »<sup>30</sup>.
59. Dans ce contexte, l'entreprise affirmait que son « engagement à continuer d'offrir cette programmation attrayante dans la prochaine période de licence s'appuie sur l'absence de contrainte spécifique de la part du Conseil »<sup>31</sup>.
60. Or, en dépit de ces succès et des engagements de Corus Entertainment Inc., quelques jours à peine après la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145, on apprenait que la chaîne *Séries+* avait abandonné trois projets de fiction en développement ou en évaluation, la laissant actuellement sans aucune émission canadienne originale de fiction de langue française en production<sup>32</sup>.
61. Cette annonce illustre que l'absence de conditions de licence spécifiques à la programmation originale canadienne de langue française risque bel et bien de se traduire par une diminution de la production de ce type d'émissions au cours des prochaines années. Elle nous permet aussi fortement de douter de la conclusion du CRTC dans sa décision de préambule sur le renouvellement des licences de télévision des grands groupes de propriété de langue française (décision de radiodiffusion CRTC 2017-143) selon laquelle la présence d'exigences en matière de DÉC est suffisante pour assurer la production et la diffusion d'un niveau élevé d'émissions originales de langue française. Cela démontre également qu'on ne peut pas se fier uniquement aux engagements des entreprises ainsi qu'à la popularité et l'attrait de ces émissions chez les téléspectateurs francophones pour justifier l'absence d'exigences spécifiques.
62. S'il est vrai que le CRTC a imposé dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145 un seuil de DÉC supérieur aux dépenses historiques du groupe Corus Entertainment Inc. et qu'il lui a imposé un nouveau seuil d'ÉIN, il est important de préciser que rien dans ces exigences n'oblige l'entreprise à investir dans des productions originales canadiennes de langue française. Ainsi, même si le président du CRTC a affirmé que ces nouvelles conditions

<sup>29</sup> *Le Soleil*, « Plan B : une fin à jeter par terre », 6 juin 2017, <http://www.lapresse.ca/le-soleil/arts/television-et-radio/201706/06/01-5104951-plan-b-une-fin-a-jeter-par-terre.php>

<sup>30</sup> Voir le document DM#2600993 (Corus Entertainment Inc.).

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> Voir : *Le Journal de Montréal*, « *Séries+* bientôt sans contenu québécois », 19 mai 2017, <http://www.journaldemontreal.com/2017/05/18/series-bientot-sans-contenu-quebecois> ; et *Le Soleil*, *op. cit.*

pourraient obliger Séries+ à consacrer potentiellement plus de 7,8 millions de dollars par année à l'acquisition ou la production de contenu canadien de langue française, dont plus de 4,5 millions aux émissions dramatiques, comiques, musicales ou de variétés<sup>33</sup>, rien ne garantit que ce seront des productions originales de langue française. Les productions canadiennes de langue française pourraient effectivement être constituées d'émissions canadiennes produites en anglais et doublées en français.

63. Je tiens d'ailleurs à rappeler certains éléments de la décision de radiodiffusion CRTC 2013-738 rendue le 20 décembre 2013, relativement à l'acquisition et à la modification au contrôle effectif des chaînes Historia et Séries+. Dans cette décision, le CRTC avait noté que Séries+ ne consacrait qu'une petite portion de sa grille-horaire à des productions originales de langue française, le plus gros de sa programmation consistant en des versions doublées d'émissions canadiennes et étrangères. Il avait indiqué que certains intervenants avaient ainsi proposé d'augmenter l'exigence en matière de DÉC de cette chaîne.
64. Or, le CRTC avait refusé d'augmenter les exigences en matière de DÉC de Séries+ parce qu'il était préoccupé par le fait que cela « puisse ne pas se traduire par une augmentation de la production originale, puisque le titulaire serait libre de dépenser ces sommes sur l'acquisition d'émissions, y compris le doublage, plutôt que sur la production »<sup>34</sup>. À mon avis, cette conclusion est toujours valide aujourd'hui.
65. En bref, alors que le CRTC considère que le seuil de DÉC est suffisant pour assurer la présence d'émissions originales canadiennes de langue française, et même si l'entreprise Corus Entertainment Inc. indiquait que les émissions originales de première diffusion faisaient partie de sa stratégie et qu'elle continuerait d'en diffuser sans aucune obligation<sup>35</sup>, la réalité est pourtant que Séries+ se retrouve aujourd'hui sans aucune émission canadienne originale de fiction de langue française en production, une situation qui tranche avec celle des dernières années. Il apparaît donc évident que l'imposition immédiate d'exigences plus strictes est nécessaire et justifiée.

## **VI. Un contexte qui pose un risque pour les investissements en productions originales de langue française**

66. Au-delà du cas précis de la chaîne Séries+ abordé précédemment, il importe, selon moi, d'attirer l'attention sur certains autres facteurs qui risquent d'avoir un impact négatif sur la production d'émissions originales de langue française au cours des prochaines années, en particulier si le CRTC ne réexamine pas les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 afin d'imposer des obligations spécifiques de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française à chaque groupe de propriété de langue française. Il est nécessaire que le CRTC tienne compte de ces éléments dans son processus de décision.

<sup>33</sup> Voir : [https://www.canada.ca/fr/radiodiffusion-telecommunications/nouvelles/2017/05/lettre\\_a\\_l\\_editeurdejean-pierreblaisaproposdurenouvellementdesli.html?=&wbdisable=true](https://www.canada.ca/fr/radiodiffusion-telecommunications/nouvelles/2017/05/lettre_a_l_editeurdejean-pierreblaisaproposdurenouvellementdesli.html?=&wbdisable=true)

<sup>34</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2013-738, paragraphe 116.

<sup>35</sup> Voir Décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 77, et le document DM#2600993 (Corus Entertainment Inc.).

67. Ainsi, même si plusieurs autres chaînes n'avaient pas d'obligations en matière d'émissions originales de langue française, ces facteurs justifient, selon moi, l'imposition de nouvelles obligations à tous les grands groupes de propriété de télévision de langue française, et donc, le réexamen par le CRTC des décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147.

*Le contexte financier et réglementaire*

68. D'abord, même si l'industrie de la télévision au Québec demeure dans son ensemble profitable et que l'écoute de celle-ci est encore à un niveau très élevé chez les francophones du Québec à près de 33 heures par semaine, un niveau relativement stable depuis cinq ans<sup>36</sup>, il faut reconnaître que les revenus des télédiffuseurs francophones sont sous pression.
69. Cet aspect est important puisque ce sont les droits de diffusion des télédiffuseurs, toutes langues confondues, qui accaparent la plus grande part de la production télévisuelle québécoise. En 2014-2015, ceux-ci représentaient 41,8 % du financement total de la production télévisuelle québécoise<sup>37</sup>. On remarque d'ailleurs, lorsqu'on compare les deux marchés linguistiques au Canada, que les droits de diffusion des télédiffuseurs privés et publics représentent une part beaucoup plus importante dans le marché francophone que dans le marché anglophone, ce dernier pouvant compter sur un financement de provenance étrangère considérablement plus élevé<sup>38</sup>.
70. Or, on assiste depuis quelques années à une diminution des revenus publicitaires de la télévision au Canada, en particulier pour la télévision traditionnelle. D'ailleurs, les revenus publicitaires sur Internet au pays dépassent désormais ceux de la télévision; de 2,67 milliards de dollars qu'ils étaient en 2011, ils ont grimpé à 4,6 milliards de dollars en 2015<sup>39</sup>.
71. Au Québec, les revenus publicitaires des télévisions traditionnelles privées sont passés de 243 millions de dollars en 2011 à 210,2 millions de dollars en 2015, soit une baisse de 13,5 %. Leurs revenus totaux sont passés de 429,5 millions de dollars à 371,3 millions de dollars sur la même période (-13,6 %) <sup>40</sup>. Rappelons que les stations de télévision traditionnelles francophones financent par l'achat de licence de diffusion la majorité de la production d'émissions originales canadiennes de langue française.
72. La situation des services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande de langue française est meilleure. Leurs revenus publicitaires sont passés de 189,8 millions de dollars à 203,1 millions de dollars entre 2011 et 2015. Ils peuvent également compter sur des revenus d'abonnement qui ont progressé rapidement au cours des dernières années. La marge de bénéfice

<sup>36</sup> Infopresse, *Médias Guide annuel 2017*.

<sup>37</sup> Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2015*, mars 2016.

<sup>38</sup> Voir : *Profil 2016, Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*.

<sup>39</sup> Thinktv, « Net advertising volume », 26 septembre 2016, [http://thinktv.ca/wp-content/uploads/2016/11/thinktv\\_Net-Advertising-Revenue\\_2006-to-2015.pdf](http://thinktv.ca/wp-content/uploads/2016/11/thinktv_Net-Advertising-Revenue_2006-to-2015.pdf)

<sup>40</sup> CRTC, *Relevés statistiques et financiers 2011-2015, Télévision traditionnelle*.

avant intérêts et impôts de ces services a néanmoins diminué de manière importante en 2015, chutant de 20,9 % en 2014 à 11,8 % en 2015<sup>41</sup>.

73. Par ailleurs, il ne faut pas oublier que certains éléments dans les politiques réglementaires de radiodiffusion CRTC 2015-86 et CRTC 2015-96 risquent également d'avoir un impact sur les services de télévision et de télédistribution. Comme l'a reconnu le CRTC, sa nouvelle politique qui fait en sorte que la distribution et l'assemblage des services facultatifs dépendent désormais davantage des forces du marché pourrait entraîner la disparition de certains d'entre eux<sup>42</sup>.
74. De plus, même si la langue protège en partie les télédiffuseurs et télé distributeurs francophones, ceux-ci subissent aussi une concurrence accrue de la part de services de diffusion par contournement tels que Netflix. Selon l'Observateur des technologies médias, même si le pourcentage d'abonnement à Netflix est considérablement moins élevé chez les Canadiens francophones que chez les Canadiens anglophones, celui-ci est passé de 9 % en 2014 à 28 % en 2017<sup>43</sup>.
75. Or, en vertu de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques* du CRTC<sup>44</sup>, ces services ne sont pas tenus de contribuer au financement de la production canadienne ni de présenter un certain pourcentage de contenu canadien. Par ailleurs, les services basés à l'étranger n'ont pas l'obligation de percevoir les taxes de vente pour leurs abonnés canadiens.
76. Pourtant, à elles seules, les entreprises Netflix et Amazon disposeraient d'un budget d'environ 10,5 milliards de dollars en 2017 pour des contenus vidéo<sup>45</sup>. Ces sommes sont de loin supérieures au volume total de la production télévisuelle québécoise, lequel était de 612 millions de dollars en 2014-2015, dont 489 millions de dollars en français<sup>46</sup>. Dans ce contexte, j'estime primordial que les décisions du CRTC ne fragilisent pas davantage le secteur de la production télévisuelle de langue française au Québec et au Canada.
77. Par ailleurs, même si le taux d'abonnement des ménages canadiens à une entreprise de distribution de radiodiffusion (EDR) était encore élevé à 78,5 % en 2015, on constate que le nombre d'abonnés aux EDR au Canada a commencé à baisser légèrement, passant d'environ de 11,52 millions en 2013 à près de 11,25 millions en 2015<sup>47</sup>. La diminution du nombre d'abonnés aux EDR se serait cependant accélérée en 2016<sup>48</sup> et on peut prévoir que cette tendance se poursuivra au cours des prochaines années.

<sup>41</sup> CRTC, *Relevés statistiques et financiers 2011-2015, Services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande*.

<sup>42</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-96, paragraphe 97.

<sup>43</sup> Observateur des technologies médias, *Adoption des technologies médias, Analyse du marché de langue française*, Printemps 2017.

<sup>44</sup> Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409.

<sup>45</sup> *Business Insider*, « Netflix and Amazon are estimated to spend a combined \$10.5 billion on video this year », 10 avril 2017, <http://www.businessinsider.com/netflix-vs-amazon-prime-video-content-spend-estimate-chart-2017-4>.

<sup>46</sup> Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2015*, mars 2016.

<sup>47</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2016*, p.193.

<sup>48</sup> *The National Post*, « TV cord-cutting in Canada hits record level », 17 mars 2017.

Cette situation a bien entendu un impact sur les revenus des chaînes de télévision, mais également sur les télédistributeurs.

78. À son tour, cette diminution a des conséquences sur le financement des productions télévisuelles canadiennes puisque le financement du Fonds des médias du Canada (FMC) provient en majorité de contributions des EDR, lesquelles sont basées sur un pourcentage de leurs revenus.
79. Par son mandat, qui est de favoriser, développer, financer et promouvoir la production de contenus canadiens et d'applications pour toutes les plateformes audiovisuelles, le FMC joue un rôle prépondérant dans le financement de la production télévisuelle et indépendante en assurant un appui à une grande variété de programmes dans toutes les régions du pays. Toutefois, je crains que les sommes disponibles au FMC continuent de diminuer, alors même que les besoins en production de contenus canadiens de qualité pour les écrans traditionnels, mais aussi pour les écrans mobiles, ont de fortes chances de continuer d'augmenter.
80. Par exemple, le 31 mars 2017, le FMC a annoncé que son budget pour 2017-2018 diminuerait de 5,8 % compte tenu du déclin attendu des contributions des EDR au FMC au cours de l'exercice<sup>49</sup>. L'enveloppe du FMC réservée au marché francophone devrait donc passer de 117,4 millions de dollars en 2016-2017 à 110 millions de dollars en 2017-2018. Pour le volet convergent, qui finance les dramatiques, les documentaires, les émissions pour enfants et jeunes ainsi que les émissions de variétés et des arts de la scène, l'enveloppe du marché francophone devrait diminuer d'environ 7 % sur la même période, passant de 103,9 millions de dollars à 96,6 millions de dollars<sup>50</sup>.
81. Si aucune autre mesure n'est prise pour accroître le financement du FMC, la diminution de son financement aura certainement des conséquences sur les productions originales canadiennes, dont celles de langue française. En effet, le FMC constituait le troisième apport le plus important pour le financement de la production télévisuelle québécoise en 2014-2015 avec une part de 16,5 %<sup>51</sup>.
82. En dernière analyse, à la lumière de tous ces facteurs qui caractérisent notamment cet environnement audiovisuel en mutation, les grands groupes de propriété de télévision de langue française prévoient, à l'exception de Corus Entertainment Inc., une baisse de leurs revenus bruts au cours des prochaines années<sup>52</sup>, ce qui risque de se traduire par une diminution des investissements dans les émissions originales de langue française, au profit de l'acquisition et du doublage d'émissions originales de langue anglaise qui s'avèrent moins dispendieux.

<sup>49</sup> Voir: <http://cmf-fmc.ca/fr-ca/nouvelles-et-evenements/actualites/le-fmc-annonce-son-budget-de-programmes.-ses-principes-directeurs-et-ses-dates-limites-pour-2017-2018>

<sup>50</sup> Voir: <http://cmf-fmc.ca/getattachment/407da377-8fe7-4834-b378-88c0292dc594/Breakdown-of-the-Program-Budget.aspx>

<sup>51</sup> Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2015*, mars 2016.

<sup>52</sup> Données trouvées dans les documents fournis par les groupes de propriété de langue française au CRTC dans l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225.

83. Étant donné que tous ces facteurs risquent de fragiliser la production d'émissions originales de langue française au cours des prochaines années et que les conditions de licence imposées par le CRTC aux grands groupes de propriété de langue française dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147 s'appliqueront pour les cinq prochaines années, j'estime essentiel de réexaminer ces décisions en question afin d'imposer immédiatement des obligations spécifiques de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française aux grands groupes de propriété de langue française.
84. Cela permettrait de ne pas fragiliser davantage le secteur de la production télévisuelle de langue française au Québec et ailleurs au Canada ainsi que d'assurer aux téléspectateurs francophones l'accès à une grande diversité et à une grande qualité d'émissions produites dans leur langue, émissions dont ils sont friands.

*Les incitatifs à recourir au doublage*

85. Outre la possible diminution des revenus mentionnée ci-dessus, d'autres facteurs pourraient aussi inciter les groupes francophones à recourir davantage au doublage d'émissions canadiennes de langue originale anglaise.
86. D'abord, les groupes Bell Média inc. et Corus Entertainment Inc. ont un intérêt supplémentaire à recourir au doublage du fait qu'ils possèdent de nombreux services facultatifs anglophones, certains dont la nature est similaire à leurs chaînes francophones. Comme les sommes dépensées pour l'acquisition et le doublage en français d'émissions canadiennes anglophones peuvent être incluses dans les DÉC des groupes francophones, il peut être avantageux pour ces groupes d'amortir un maximum d'émissions canadiennes provenant de leur catalogue de langue anglaise sur leurs services spécialisés francophones.
87. On constate d'ailleurs que le doublage est davantage utilisé dans le marché francophone que dans le marché anglophone, une situation qu'avait reconnue le CRTC dans *Parlons télé*<sup>53</sup>. Selon les données compilées par la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le nombre de certificats attestés pour des productions télévisuelles doublées en français au Québec est en forte augmentation depuis cinq ans. Il a effectivement plus que doublé, passant de 158 en 2012-2013 à 332 en 2016-2017.
88. Un autre facteur qui pourrait contribuer à accroître le recours au doublage provient d'une décision du CRTC prise dans le cadre de *Parlons télé*. En effet, celui-ci a augmenté de 25 % à 33 % le crédit de temps additionnel accordé aux émissions canadiennes et étrangères doublées au Canada<sup>54</sup>. Selon le CRTC, le doublage procure notamment aux francophones une fenêtre sur la programmation de langue anglaise produite au Canada.
89. Certes, comme indiqué dans sa décision de préambule sur le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété de

<sup>53</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, paragraphe 226.

<sup>54</sup> *Ibid.*, paragraphe 229.

langue française (décision de radiodiffusion CRTC 2017-143), le CRTC considère « peu probable » que les coûts de doublage suffisent à permettre aux groupes de répondre à leurs exigences de DÉC, ce qui les obligera à investir dans de nouvelles productions canadiennes de langue française. Je suis conscient de cette possibilité. Il reste que le CRTC a créé un incitatif supplémentaire pour les groupes de propriété de langue française de recourir au doublage plutôt qu'à la production originale de langue française. Cela pourrait donc contribuer à réduire les investissements effectués dans la production originale de langue française, d'autant plus que le CRTC a supprimé toutes les exigences en la matière aux groupes de propriété de langue française dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147.

90. Soulignons aussi que certaines données du FMC montrent qu'en dépit du fait que les émissions produites au Canada ont toujours dominé la programmation des télédiffuseurs francophones, les émissions étrangères doublées ou sous-titrées occupent une part croissante de leur programmation<sup>55</sup>.
91. Le fait qu'il soit « peu probable » que les coûts de doublage suffisent à permettre aux groupes d'atteindre leur seuil de DÉC, comme l'affirme le CRTC dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, ne constitue pas, selon moi, une garantie satisfaisante pour assurer la production d'émissions originales canadiennes de langue française à un niveau élevé. Je rappelle que ces émissions sont indispensables pour l'affirmation de l'identité nationale québécoise et de l'identité culturelle francophone au Canada et qu'elles permettent aux téléspectateurs francophones de voir leurs intérêts reflétés à la télévision.
92. En effet, il est essentiel non seulement que les émissions originales de langue française soient produites, mais qu'elles le soient en nombre suffisant. L'absence d'obligations imposées aux grands groupes de propriété de langue française par le CRTC dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 ne permet pas d'avoir une telle garantie. C'est un aspect très important si on veut conserver l'auditoire francophone, lequel est, rappelons-le, friand des émissions originales canadiennes de langue française. Cela est particulièrement vrai puisque les conditions de licence imposées par le CRTC aux termes des décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 rendues le 15 mai 2017 auront un impact pendant les cinq prochaines années, au moment même où l'offre de contenus audiovisuels étrangers est en augmentation.

**VII. Adopter la même approche pour la production originale de langue française que celle utilisée par le CRTC pour les émissions d'intérêt national**

93. S'il est vrai que la plupart des services de télévision francophones n'avaient aucune obligation en matière de production originale canadienne de langue française avant les décisions rendues par le CRTC le 15 mai 2017, je crains, compte tenu des facteurs énumérés précédemment, que l'absence

<sup>55</sup> FMC, *Rapport annuel 2015-2016, Résultats d'auditoire – télévision*, [http://ar-ra15-16.cmf-fmc.ca/fr/audience/audience\\_results](http://ar-ra15-16.cmf-fmc.ca/fr/audience/audience_results)

d'obligations imposées aux grands groupes de propriété de langue française en la matière par le CRTC dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 puisse avoir des impacts négatifs au cours des prochaines années sur la production d'émissions originales de langue française.

94. Dans ces circonstances, j'estime que l'approche adoptée par le CRTC dans ses décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 pour les exigences de dépenses en émissions d'intérêt national est intéressante et mérite d'être explorée puisqu'elle offre certaines garanties pour la prochaine période de licence.
95. Le CRTC a effectivement choisi d'imposer des exigences d'ÉIN malgré le fait que les groupes de propriété de langue française effectuaient déjà des dépenses en la matière en l'absence d'obligations réglementaires. Dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-147 sur le renouvellement des licences de télévision du groupe Québecor Média inc., le CRTC a souligné :

« Bien qu'il soit vrai que Groupe TVA effectue actuellement des dépenses en ÉIN plus élevées que les autres groupes de télévision, l'absence d'un seuil minimal d'ÉIN n'offre aucune assurance que Groupe TVA va poursuivre dans cette même voie à l'avenir. D'autant plus que suite à l'élimination de la protection des genres, les services facultatifs sont maintenant libres de modifier la nature de leur service à leur gré, ce qui peut avoir une incidence sur leur programmation et se traduire à l'écran par une baisse des dépenses en ÉIN. Le Conseil est d'avis qu'une exigence de dépense est nécessaire pour assurer que les services du marché de langue française continuent à offrir une vaste gamme d'émissions, particulièrement dans les catégories d'émissions plus coûteuses à réaliser et difficiles à rentabiliser <sup>56</sup> ».

96. À la lumière des récentes annonces par Corus Entertainment Inc. d'abandonner trois projets de fiction de langue originale française et compte tenu du contexte audiovisuel en mutation, je suis d'avis qu'il serait pertinent d'explorer une approche similaire pour l'ensemble des grands groupes de propriété de langue française afin d'assurer la présence d'émissions canadiennes originales de langue française.
97. Je tiens à souligner que pour les groupes de propriété de langue française qui ont déjà l'intention d'investir de manière importante dans les productions canadiennes originales de langue française au cours des prochaines années, l'imposition d'une condition de licence à cet effet ne représentera pas un lourd fardeau.

#### **VIII. Les décisions relatives à la contribution financière des services facultatifs MusiquePlus et MAX au Fonds Remstar**

98. Dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, le CRTC a approuvé le retrait de la condition de licence visant la contribution au Fonds Remstar des services MusiquePlus et MAX (anciennement MusiMax), propriétés de Groupe V Média inc.

<sup>56</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-147, paragraphes 29-30.

99. Pour rappel, la chaîne MusiquePlus avait une condition de licence l'obligeant à verser annuellement au Fonds Remstar au moins 3,4 % de ses revenus bruts de l'année de radiodiffusion précédente. Pour sa part, MAX (MusiMax) devait y consacrer 5 % de ses revenus de l'année précédente.
100. L'objectif principal du Fonds Remstar, créé en 2015, est d'encourager l'essor de la musique en soutenant la production de vidéoclips québécois ou canadiens de langue française et de vidéoclips d'artistes québécois en langues autres que le français. Il appuie aussi la production d'autres émissions qui mettent en valeur le talent musical canadien.
101. Le CRTC a justifié sa décision en rappelant que la protection des genres avait été abolie dans la politique réglementaire CRTC 2015-86, avec les privilèges de distribution s'y rattachant. Il a aussi souligné que les services facultatifs étaient désormais tous sur le même pied d'égalité sur le plan réglementaire, sauf exception, et que la demande du Groupe V Média était donc cohérente avec la nouvelle approche du CRTC<sup>57</sup>.
102. Le CRTC a quand même reconnu, dans sa décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, que la promotion de la musique canadienne était importante et nécessitait un soutien réglementaire. Selon lui, le fait que les émissions de catégories 8 et 9 (les émissions de musique et de danse, les vidéoclips, les émissions de vidéoclips et les variétés) soient incluses dans les ÉIN assure que ce type d'émission demeurera présent dans le système de radiodiffusion<sup>58</sup>.
103. Je reconnais que la décision du CRTC peut sembler cohérente avec l'approche adoptée dans la politique Créer. Par contre, je juge que le retrait de l'obligation de contribuer au Fonds Remstar, sans prévoir de mécanisme de remplacement approprié, va à l'encontre de certains objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion.
104. Il importe d'abord de souligner que la musique a encore un rôle important à jouer à la télévision canadienne, même s'il est vrai que l'accès à la musique canadienne s'est accru grandement avec l'arrivée de nombreux services en ligne. Selon un sondage effectué en 2015 pour le compte de l'Association canadienne des radiodiffuseurs et de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), la télévision demeurerait la seconde source d'information des Québécois pour en apprendre sur la musique québécoise francophone, devant Internet<sup>59</sup>.
105. Selon moi, la musique a une importance particulière sur le plan culturel. Elle représente une expression de la diversité culturelle canadienne en plus d'être un véhicule privilégié pour le rayonnement de notre culture. Les catégories d'émissions 8 et 9, qui incluent notamment les émissions de musique et les vidéoclips, contribuent aussi grandement à la diversité de la programmation canadienne conformément à l'article 3(1)i) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>57</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, paragraphes 60 à 62.

<sup>58</sup> *Ibid.*, paragraphe 64.

<sup>59</sup> Mémoire de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) dans le cadre de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2016-225 ADISQ, paragraphe 107.

106. Mais pour pouvoir créer une programmation de grande qualité qui contribue à la diversité de la programmation canadienne et qui respecte la dualité linguistique canadienne, il va de soi que les producteurs de contenu doivent être financés adéquatement.
107. Dans l'écosystème musical francophone, la première source de financement pour la production des vidéoclips est le Fonds Remstar. Conséquemment, la décision du CRTC de supprimer les contributions obligatoires à ce fonds pour les chaînes MusiquePlus et MAX, sans prévoir de mécanisme de remplacement, affaiblit la capacité de produire et de faire connaître l'expression culturelle francophone du Canada. Elle réduit ainsi la qualité et la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion.
108. Par ailleurs, s'il est vrai que les catégories d'émissions 8 et 9 font partie des ÉIN, il importe de souligner que, considérant les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-144 à CRTC 2017-147, rien n'obligera le Groupe V Média inc., ni les autres groupes de propriété de langue française, à puiser dans ces catégories pour atteindre son seuil d'ÉIN, et particulièrement en ce qui concerne les vidéoclips.
109. Je suis conscient, avec la nouvelle approche du CRTC adoptée dans la politique réglementaire 2015-86, laquelle fait en sorte que tous les services facultatifs, sauf exception, sont désormais sur le même pied d'égalité sur le plan réglementaire et que le CRTC n'applique plus, sauf exception, les conditions de licence sur la nature du service, qu'il pourrait être inéquitable d'attribuer la responsabilité du financement des émissions de musique, dont les vidéoclips, à une seule entreprise. Je considère toutefois qu'un nouveau mécanisme devrait être prévu pour assurer un financement adéquat de ces contenus, en particulier pour le vidéoclip de musique francophone qui est d'une grande importance pour les artisans québécois de la musique.
110. Par conséquent, j'estime essentiel que soit réexaminée la décision du CRTC relative aux exigences de contribution financière au Fonds Remstar dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, et ce, afin que le CRTC mette en place un mécanisme qui permettra d'assurer un financement adéquat des catégories d'émissions 8 et 9, et plus particulièrement des vidéoclips francophones.

## **IX. Conclusion**

111. Dans la présente demande, j'estime avoir démontré pourquoi la présence d'un niveau élevé d'émissions originales de langue française dans le marché francophone était indispensable à l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion. En plus de répondre aux besoins spécifiques du marché francophone, ces émissions sont essentielles pour assurer une diversité de programmation dans le système de radiodiffusion.
112. Comme je l'ai expliqué, je juge aussi nécessaire d'assurer un niveau élevé de productions originales de langue française puisque celles-ci permettent de refléter les intérêts, les opinions, les idées et les valeurs des Canadiens de langue française, contrairement aux émissions doublées.

113. Le CRTC a d'ailleurs admis l'importance de ces émissions pour l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion et a reconnu que les Canadiens de langue française recherchaient « des émissions qui leur ressemblent et reflètent à la fois leur langue et leurs spécificités culturelles »<sup>60</sup>.
114. Toutefois, je suis d'avis que les décisions du CRTC prises dans les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à CRTC 2017-147 d'abolir les obligations existantes relatives à la production originale canadienne de langue française pour trois services facultatifs francophones et de n'imposer aucune exigence en matière de production originale de langue française aux groupes de propriété de langue française, sous prétexte que les exigences de DÉC sont suffisantes pour en assurer la production et la diffusion à un niveau suffisamment élevé, doivent être réexaminées.
115. L'abandon par Corus Entertainment Inc. de trois projets de fiction québécois pour sa chaîne Séries+, quelques jours à peine après la décision de radiodiffusion CRTC 2017-145, a donné un aperçu des effets négatifs que pourrait avoir cette décision sur la production originale de langue française au Canada. Par ailleurs, je crains, en l'absence de conditions de licence et compte tenu de l'environnement audiovisuel actuel, que les télédiffuseurs francophones soient contraints de diminuer leurs investissements en production originale de langue française au cours des prochaines années, d'autant plus que le CRTC a créé des incitatifs supplémentaires pour recourir au doublage d'émissions canadiennes ou étrangères.
116. Par ailleurs, j'ai soulevé mes préoccupations par rapport à la décision du CRTC prise dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146 de supprimer les contributions obligatoires au Fonds Remstar des chaînes MusiquePlus et MAX, sans prévoir de mécanisme de remplacement, puisque cette décision compromettra la capacité de production des émissions de musique, en particulier des vidéoclips francophones, réduisant ainsi la diversité et la qualité de la programmation dans le système de langue française.
117. Pour toutes ces raisons, je demande au gouverneur en conseil, en vertu de l'article 28 de la *Loi sur la radiodiffusion*, de renvoyer au CRTC pour réexamen et nouvelle audience, les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143, CRTC 2017-144, CRTC 2017-145, CRTC 2017-146 et CRTC 2017-147 afin qu'il impose des exigences spécifiques en matière de dépenses en émissions originales canadiennes de langue française aux grands groupes de propriété de langue française.
118. Je demande également que soit réexaminée la décision du CRTC relative aux exigences de contribution financière au Fonds Remstar dans la décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, et ce, afin que le CRTC mette en place un mécanisme permettant d'assurer un financement adéquat des catégories d'émissions 8 et 9, et plus particulièrement des vidéoclips francophones.

<sup>60</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-143, paragraphe 75.



Québec, le 16 novembre 2017

Monsieur Chris Seidl  
Secrétaire général par intérim  
Conseil de la radiodiffusion  
et des télécommunications canadiennes  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Monsieur le Secrétaire général,

Le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications, en collaboration avec le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation, dépose par la présente ses réponses à la demande de renseignements qui lui a été adressée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le 16 octobre 2017.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, mes salutations distinguées.



Marie-Claude Champoux

p. j.

c. c. M<sup>me</sup> Kim Wardle

M. Jocelin Dumas, sous-ministre de l'Économie, de la Science et de l'Innovation

N/Réf. : 31243

**Q.**

1. De nombreuses parties ont mentionné Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et le programme « Brancher pour innover » dans leurs interventions et leurs répliques. Certaines parties ont proposé que le Conseil nomme ISDE comme administrateur tiers responsable de la fonction de gestion du projet. D'autres ont souligné que le Conseil ou le gestionnaire tiers devrait avoir recours au personnel et/ou aux données d'ISDE au moment d'examiner les demandes. Certains ont recommandé que le Conseil modélise son fonds sur celui d'ISDE, en utilisant les mêmes critères ou des critères semblables, mais sans la participation directe d'ISDE. Afin de mieux comprendre les propositions et les arguments présentés par les parties, le Conseil souhaite obtenir des observations concernant les questions suivantes :
  - a) Êtes-vous d'accord avec une participation d'ISDE?
  - b) Si ISDE devait participer, quels devraient être son rôle et ses responsabilités?
  - c) Prévoyez-vous des problèmes (politiques, juridiques, financiers, administratifs ou autres) quant à la participation d'ISDE au régime de financement de la large bande du Conseil?

**R.**

- a) Oui. Selon l'expérience du ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI) du Québec avec son propre programme Québec branché, l'apport d'ISDE en termes d'expertise technique et de gestion de projets serait un bénéfice majeur pour le régime de financement du Conseil.
- b) ISDE pourrait poursuivre son mandat de cartographie des régions admissibles tel que produit lors du programme « Brancher pour innover ». ISDE dispose de l'expertise et des outils nécessaires pour produire des cartes de certaines régions sous certains critères précis. Compte tenu du bilan très positif de la coopération entre ISDE et le MESI dans l'arrimage de nos deux programmes complémentaires, le MESI propose qu'ISDE soit le mandataire du nouveau régime de financement de la large bande. Par conséquent, ISDE devrait se voir attribuer les tâches liées à la fonction de gestion de projet.
- c) Non. Cependant, il serait très intéressant qu'ISDE puisse obtenir des droits de partage d'information qu'il détient au sujet des fournisseurs de services afin que les provinces puissent disposer d'une information plus précise au regard de la desserte Internet offerte par les télécommunicateurs. Ces informations sont essentielles dans le cadre de programme de cofinancement comme « Brancher pour innover et Québec branché ». À cet effet, le Conseil invite les parties à travailler ensemble afin de maximiser les apports financiers des différentes parties impliquées dans le financement des projets.

**Q.**

6. Certaines parties ont recommandé que les demandeurs obtiennent les points de vue des représentants des collectivités locales. Êtes-vous d'accord que le régime de financement de la large bande devrait solliciter de façon active la participation des collectivités locales? Si oui, répondez aux questions suivantes :

a) Quel est le meilleur processus pour accroître la sensibilisation et la participation des collectivités locales au régime de financement de la large bande? Comment ce processus devrait-il être mis en œuvre? Selon vous, parmi les exemples ci-après, lequel permettrait le mieux de faire participer les collectivités locales au régime et quels avantages seraient réalisés si ce processus était utilisé?

- « consultation » avant qu'une demande soit déposée pour desservir une collectivité locale (p. ex., un critère d'admissibilité exigeant une participation ou un soutien);
- propriété des collectivités locales ou participation à desservir une collectivité;
- soutien visant à aider les collectivités locales à déposer des demandes de financement;
- « consultation » pendant la demande (p. ex., fournir un avis de dépôt d'une demande ou une possibilité de formuler des observations sur une demande déposée relative à une collectivité);
- permettre de façon explicite d'utiliser les fonds pour des accommodements (p. ex., partage des revenus, formation, avantages locaux, etc.);
- processus décisionnel des collectivités locales (p. ex., représentation, à l'aide du modèle du Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie [CRSNG] du Canada, dans le cadre duquel l'organisme de gouvernance de ce dernier est un conseil composé d'un président et de jusqu'à 18 autres membres, et des subventions et bourses sont octroyées par l'entremise d'un processus concurrentiel d'examen par les pairs auquel participent de plus petits comités de sélection spécialisés, incluant une représentation des collectivités locales sur les comités individuels créés pour examiner chaque demande).

b) Comment une collectivité locale peut-elle le mieux participer au régime de financement de la large bande d'une manière efficace qui ne retarde pas indûment le processus de demande ou le processus d'examen des demandes?

**R.**

## a)

- « Consultation » avant qu'une demande soit déposée pour desservir une collectivité locale (p. ex., un critère d'admissibilité exigeant une participation ou un soutien) :

On recommande de poursuivre le processus d'obtention de lettres d'appui des MRC-municipalités-conseils de bande, tel qu'utilisé par les programmes « Brancher pour innover et Québec branché ». Bien qu'exigeant, ce processus permet de connaître l'opinion d'une MRC/municipalité/conseil de bande avant d'entamer les procédures de demandes d'aide financière. Par ailleurs, le degré de participation des membres d'une collectivité devrait être pris en compte dans l'obtention de services Internet haut débit.

b) Les collectivités locales doivent mettre à profit leurs représentants régionaux qui connaissent bien les liens qui existent entre l'accès à un réseau de télécommunication performant offrant des services Internet haut débit et les répercussions économiques sur leurs régions.

**Q.**

7. Aux paragraphes 44 à 46 et aux questions 38 à 41 de l'annexe 2 de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2017-112, le Conseil a soulevé la possibilité de définir les régions géographiques « mal desservies prioritaires » qui requièrent un financement. En réplique, certaines parties ont proposé d'établir les priorités, entre autres :

- régions rurales, éloignées et du Nord;
- collectivités dépendantes des satellites;
- attribuer des enveloppes de financement distinctes destinées aux collectivités non desservies ou mal desservies par les installations terrestres, ainsi que par région (province ou territoire où elles sont situées);
- classer les demandes en trois catégories (importantes, régionales et locales);
- régions qui sont les plus difficiles à desservir;
- régions catégorisées selon leur proximité aux transports;
- régions où aucun capital privé ne sera affecté au cours des cinq prochaines années afin de créer des réseaux suffisants pour atteindre l'objectif du service universel établi par le Conseil dans la Politique réglementaire de télécom CRTC 2016-496.

a) Indiquez si un appel de demandes pour le financement des services à large bande devrait être ouvert à l'ensemble des projets simultanément ou si le Conseil devrait lancer des appels différents pour chaque région prioritaire. Veuillez justifier votre réponse. Précisez lequel des processus serait le plus efficace pour i) les demandeurs potentiels et ii) le gestionnaire du fonds pour la large bande.

b) Le Conseil devrait-il accorder la priorité à différentes régions dans différents appels de demandes? Le cas échéant, pourquoi et comment?

c) Des méthodes d'établissement des priorités pourraient-elles produire un avantage ou un désavantage pour certains types de demandeurs potentiels? Comment?

**R.**

a) Chaque demande de financement se doit de bien décrire les réalités régionales du demandeur considérant que certaines de celles-ci ont des degrés de priorité qui diffèrent les unes des autres. Par conséquent, il revient au comité de sélection des projets qui auront été soumis, de bien prendre en considération les disparités régionales afin de financer les projets pour lesquels les retours sur l'investissement (collectifs, monétaires...) seront les plus grands. Ainsi, un appel de demande devrait être adressé à l'ensemble des projets afin d'avoir une vue générale de la situation en matière de services à large bande. Par conséquent, et afin de simplifier le processus de traitement des demandes, nous proposons à ce que le fédéral (ISDE) s'arrime avec chacune des provinces sous la base d'ententes distinctes, tout comme il a procédé avec le gouvernement du Québec dans le cadre du programme Québec branché.

b) Non, pour la raison citée au point a).

c) Nous proposons qu'une attention particulière soit portée sur la qualité variable des plans d'affaires vus sous l'angle économique. Ainsi, les critères devraient être flexibles afin de permettre à différents organismes de faire des demandes d'aide financière.

Par ailleurs, les méthodes d'établissement des priorités pourraient produire un désavantage pour certains types de demandeurs en ne laissant pas la marge de manœuvre nécessaire aux régions/demandeurs de faire part de leurs besoins respectifs.

**Q.**

8. Certaines parties, dont le gouvernement de la Nation crie et le Réseau de communications Eeyou, étaient d'avis que les services mobiles sont importants pour les voies de transport non desservies ou mal desservies. Quelles mesures les demandeurs devraient-ils utiliser ou quels critères d'évaluation devraient-ils respecter pour que les projets de services mobiles puissent être comparés les uns aux autres? Par exemple, les demandeurs devraient-ils indiquer :

a) La distance parcourue sur une voie de transport sans réseau?

b) La distance qui sépare la portion d'une voie de transport non desservie ou mal desservie et la collectivité desservie la plus proche?

c) La quantité de voitures qui circulent sur la portion de la voie de transport qui est non desservie ou mal desservie durant une certaine période de temps?

**R.**

a) Oui. C'est un critère qui devrait être retenu dans l'évaluation d'une demande d'aide financière.

b) Non.

c) Oui, et ce, en termes d'achalandage sur une route (facteur de rentabilité pour un fournisseur de services) et de sécurité (facteur de sécurité sociale).

20 novembre 2017

GQ (CRTC) 16 octobre 2017-10 ACT CRTC 2017-112

Page 1 de 2

**Q.**

10. Certaines parties ont suggéré que le régime de financement de la large bande devrait décourager l'utilisation du fonds aux fins de construction excessive de réseaux. Par exemple, en page 5 de l'annexe A de son intervention du 28 juin 2017, Rogers Communications Canada Inc. (RCCI) suggérait qu'un mécanisme soit mis en place pour les concurrents afin qu'ils puissent contester le financement d'un projet qui offre déjà un service répondant à la norme de service de base ou **qui entend l'offrir dans les deux ans qui suivent (accent ajouté)**. Tour à tour, certaines parties ont suggéré que le processus exige des fournisseurs de services qu'ils cernent les régions dans lesquelles des constructions futures seraient requises, de manière à avoir les données nécessaires pour cibler les demandes qui entraîneraient une construction excessive.

a) Si le Conseil décide de décourager l'utilisation du fonds pour la large bande aux fins de construction excessive de réseaux, de quelle manière le processus de financement des services à large bande pourrait-il s'assurer qu'aucune somme d'argent n'est affectée à une construction excessive?

b) Quels facteurs le Conseil devrait-il prendre en compte, et pourquoi?

c) De quelle manière le Conseil peut-il s'assurer que les fournisseurs de services n'utilisent pas un tel processus pour « empêcher » certains demandeurs ou demandeurs potentiels d'obtenir des fonds pour une question de concurrence?

**R.**

a) Voir la réponse 1 c). De cette façon, les critères d'admissibilité seraient réajustés afin de tenir compte de cette réalité et ainsi accorder un faible pointage à ce point précis d'une demande d'aide qui, par conséquent, serait pris en compte lors de la sélection des projets.

b) Le Conseil doit veiller à ce que les informations transmises par les fournisseurs de services décrivent avec une grande précision, l'étendue de leur couverture de réseau de télécommunication et sur la base d'une fréquence plus élevée de réception des informations.

20 novembre 2017

GQ (CRTC) 16 octobre 2017-10 ACT CRTC 2017-112

Page 2 de 2

c) Tel que déjà mentionné, les provinces et le public doivent avoir un accès beaucoup plus large à l'information sur les réseaux, et pas seulement dans le contexte du régime de financement du Conseil. Le paragraphe 37 de la Politique réglementaire de télécom 2016-496 établit l'objectif du service universel d'accès à Internet à large bande, pour les raisons présentées aux paragraphes 32 à 36. La consécration de l'accès à Internet en tant que service universel rehausse considérablement l'intérêt du public à pouvoir connaître les modalités de la fourniture de ce service universel à l'ensemble des Canadiens. Le régime de confidentialité très strict établi par l'article 39 de la Loi sur les télécommunications ne permet pas nécessairement aux Canadiens d'obtenir les informations pertinentes pour faire des choix éclairés de politique publique à l'égard de la fourniture de ce service universel. Ce régime doit être réexaminé dans l'optique d'une plus grande transparence pour que les Canadiens puissent juger de façon informée de la manière dont le service universel d'accès à Internet à large bande leur est dispensé.

20 novembre 2017

GQ (CRTC) 16 octobre 2017-11 ACT CRTC 2017-112

Page 1 de 2

**Q.**

11. Aux paragraphes 133 et 134 de son intervention du 28 juin 2017, Bell Canada suggérait que le Conseil répartisse de façon générale les fonds visant des infrastructures terrestres par province et par territoire, selon l'un ou l'autre des paramètres suivants : 1) le pourcentage d'abonnés aux services de télécommunication de chaque administration provinciale ou territoriale; 2) le pourcentage des lieux non desservis ou mal desservis par province ou territoire ou 3) la population provinciale ou territoriale. Bell Canada a par la suite fourni un tableau illustrant à quoi pourrait ressembler son plan d'établissement des priorités.

De la même façon, Columbia Basin Trust a suggéré que les fonds soient affectés selon trois catégories : demandes importantes, régionales et locales.

Au paragraphe 52 de ses observations en réplique du 25 septembre 2017, la STC soutenait que la proposition de Bell Canada d'affecter les fonds visant des infrastructures terrestres par province ou territoire limiterait l'efficacité et la créativité en raison d'une présélection subjective de ce qui est précisément mis aux enchères.

a) Le régime de financement de la large bande devrait-il affecter des fonds selon différentes enveloppes représentant différentes provinces ou différents territoires? Pourquoi?

b) La proposition de Bell Canada de procéder à une affectation proportionnelle par province et par territoire des fonds visant des infrastructures terrestres est-elle appropriée? La distribution proportionnelle des abonnés aux services de télécommunication est-elle représentative de la distribution proportionnelle des collectivités non desservies ou mal desservies? Pourquoi?

i. Si ce n'est pas le cas, veuillez fournir des exemples de provinces ou de territoires qui pourraient être désavantagés par une distribution proportionnelle des fonds.

c) Un tel mode de distribution limiterait-il le nombre de demandes retenues en raison des fonds limités accordés à une province ou à un territoire en particulier? Par exemple, certains projets deviendraient-ils irréalisables en raison du financement limité offert à une province ou à un territoire en particulier?

d) Certains projets pourraient-ils être déployés dans plus d'une administration provinciale ou territoriale? Si oui, de quelle manière le fonds pour la large bande devrait-il considérer ces demandes si les sommes sont réparties de la manière proposée par Bell Canada?

**R.**

a) Bien qu'il soit souhaitable que les fonds soient répartis de façon équitable par province, force est d'admettre que la situation en matière de desserte Internet haut débit n'est pas la même d'une province à l'autre. Le régime de financement doit tenir compte de ces disparités, et ce, à l'échelle du pays. Cette remarque est d'autant plus vraie pour les régions très éloignées qui bien souvent requièrent des aides financières assez significatives pour la réalisation de leurs projets de desserte d'Internet haut débit. Ainsi, chaque province sera incitée et récompensée en fonction de leur degré de participation financière comme, entre autres, lors de la création de programmes d'aide financière (ex. : Québec branché).

b) i. Les provinces ayant de grands territoires en milieu rural qui parfois ne sont pas accessibles par route, mais où se trouvent des collectivités seraient désavantagées, car le coût de desserte « per capita » est inévitablement plus élevé que le coût que nous pourrions observer en milieu urbain. Le Québec est une province caractérisée par l'étendue de ces territoires.

c) Un tel mode est applicable dans le cas où les régions mal desservies sont comparables entre elles-mêmes. De fortes disparités territoriales mènent inévitablement à un traitement particulier d'une demande d'aide financière, ce qui devrait pouvoir atténuer l'effet provoqué par ces disparités.

d) Voir les éléments de réponse fournis à la question 7.

20 novembre 2017

GQ (CRTC) 16 octobre 2017-12 ACT CRTC 2017-112

Page 1 de 1

**Q.**

12. Dans son intervention du 28 juin 2017, Bell recommandait que, pour le moment, la norme de service minimale de financement visant des collectivités dépendantes des satellites soit établie à 25 Mbps/3 Mbps avec un forfait mensuel de données de 100 Go.

a) Êtes-vous d'accord avec la recommandation de Bell d'établir une norme de service minimale de financement visant les collectivités dépendantes des satellites?

b) Dans l'affirmative, êtes-vous d'accord avec la norme de service minimale proposée par Bell et dans le cas contraire, quelle devrait être la norme de service minimale établie et pourquoi?

**R.**

a) Dans l'optique d'utilisation de satellites géostationnaires, les dernières générations permettent des débits de l'ordre de 15/1 Mbps avec une capacité limitée. Si on compare ces forfaits avec ceux disponibles sous d'autres technologies, un écart est constaté. Bien que les satellites de télécommunication soient indispensables dans bien des régions très éloignées à faible densité de population, il n'en demeure pas moins que leurs coûts de construction, de fonctionnement et d'utilisation entraînent au final des forfaits offrant des services plus coûteux en comparaison avec d'autres technologies.

b) En ce qui concerne les éventuelles technologies satellitaires en basse orbite, les débits devraient être beaucoup plus élevés et disposeraient d'une latence très faible tout en offrant des capacités très élevées. Cependant, cette technologie n'est toujours pas disponible et cela fait en sorte que la technologie actuelle (géostationnaire) doit être utilisée de façon parcimonieuse tout en offrant une alternative convenable aux autres technologies et principalement en régions très éloignées, difficilement accessibles et ayant une faible densité de population.

**Q.**

13. Au paragraphe 41 de son intervention du 28 juin 2017, SWIFT a mentionné que [traduction] « les obligations en matière d'accès aux services de gros qui permettent à des entités indépendantes (p. ex., d'autres fournisseurs de services, des grandes organisations comme des écoles ou des hôpitaux) d'être connectées à des réseaux subventionnés par l'État doivent être considérées comme une exigence d'admissibilité à un régime de financement. Il s'agit d'une exigence particulièrement importante dans les collectivités à coûts élevés étant donné qu'elle incitera à la coopération et au partage des risques entre les exploitants et avec les utilisateurs du secteur public. L'approche d'établissement des prix de gros prévue et le niveau d'attente en ce qui concerne la capacité d'améliorer l'abordabilité des services dans une collectivité ciblée doivent être des éléments essentiels à considérer dans l'évaluation des propositions. »

a) Veuillez fournir vos observations, avec justification à l'appui, sur le fait qu'un fournisseur de services qui construit des **infrastructures d'accès** grâce au régime de financement de la large bande soit assujéti à des obligations relatives aux services de gros. Le cas échéant, fournissez le type d'obligations relatives aux services de gros et les mesures réglementaires (actuelles et nouvelles) qui seraient nécessaires (p. ex., service de gros obligatoire aux taux du marché, service de gros obligatoire avec taux réglementés) et expliquez pourquoi.

b) Veuillez fournir vos observations, avec justification à l'appui, sur le fait qu'un fournisseur de services qui construit des **infrastructures de transport** grâce au régime de financement de la large bande soit assujéti à des obligations relatives aux services de gros. Le cas échéant, veuillez indiquer le type d'obligations relatives aux services de gros et les mesures réglementaires (actuelles et nouvelles) qui seraient nécessaires (p. ex., service de gros obligatoire aux taux du marché, service de gros obligatoire avec taux réglementés) et expliquez pourquoi.

**R.**

Pour les deux points précédents, le Conseil doit continuer à voir à la réglementation des tarifs de gros pour l'ensemble de l'industrie des télécommunications qui offre des services Internet haut débit, et ce, peu importe s'il s'agit d'infrastructures de transport ou de distribution.

**Q.**

14. Au paragraphe 10 de son intervention du 28 juin 2017, TekSavvy a mentionné que [traduction] « [...] reconnaissant qu'il est plus difficile de fournir un accès aux services de gros sous le barème, les fournisseurs de services desservant moins de 20 000 points terminaux devraient pouvoir déployer des projets financés sans fournir d'accès aux services de gros. Par contre, dans ces cas, les tarifs de détail des services offerts aux utilisateurs finals seront plutôt directement réglementés par le Conseil. Les petits fournisseurs de services qui préféreraient éviter la réglementation sur les tarifs de détail mettraient en place un accès aux services de gros. »

a) Un tel seuil fondé sur des points terminaux ou des utilisateurs finals doit-il être déterminé? Le cas échéant, quel est le seuil approprié?

b) Veuillez fournir vos observations sur la proposition de TekSavvy selon laquelle le Conseil devrait réglementer les tarifs de détail.

**R.**

a) Dans un effort de collectivité, tout fournisseur de service se doit de fournir des services de gros afin de maximiser l'utilisation d'infrastructures de réseau de télécommunication déjà en place, et ce, indépendamment du nombre de points de présence (Pop) qu'il dessert.

b) Le Conseil n'a jamais pris position sur une éventuelle réglementation des tarifs de détail des fournisseurs de services sous prétexte de favoriser la libre concurrence. Dans le contexte actuel, cette position devrait demeurer telle qu'est présentement.

**Q.**

26. Certaines parties ont proposé de former des sous-comités ou des groupes consultatifs composés de représentants spécialistes (géographe, technicien ou autre) dans un domaine pertinent aux demandes particulières évaluées afin de veiller à ce que les meilleurs projets soient sélectionnés et à ce que les questions d'actualité et locales soient considérées, alors que d'autres ont recommandé que des membres du ou des conseils d'administration détiennent cette expertise. À la lumière de tous les renseignements présentés, comment répondriez-vous aux questions suivantes?

a) Est-il nécessaire que des représentants régionaux participent aux processus de sélection?

b) Dans l'affirmative, qui devrait détenir cette expertise (un sous-comité, un groupe consultatif ou le ou les conseils d'administration, etc.)? Quel processus devrait être utilisé pour déterminer qui doit représenter les intérêts des différents territoires, provinces et régions? Quel rôle devrait jouer ces représentants et à quelle étape du processus devraient-ils participer?

**R.**

a) Non. Cependant, des représentants régionaux pourraient fournir certains éclaircissements d'ordre technique sur demande ad hoc permettant ainsi aux membres du comité de sélection d'avoir toute l'information nécessaire au choix des meilleurs projets. Une coordination des différents groupes impliqués dans le processus de sélection des projets est souhaitable afin que ces derniers disposent de critères de sélection comparables. (À titre d'exemple, les programmes Brancher pour innover du gouvernement du Canada et Québec branché du gouvernement du Québec).

b) Un groupe consultatif multidisciplinaire qui intervient sur demande.

Gouvernement du Québec

Réponse à la demande de renseignements

20 novembre 2017

GQ (CRTC) 16 octobre 2017-27 ACT CRTC 2017-112

Page 1 de 1

**Q.**

27. Dans le cadre de leurs différentes interventions, les provinces/territoires ont soulevé des questions sur la relation entre les programmes provinciaux/territoriaux et les fonds.

a) Comment une province/territoire et le Conseil pourraient-ils échanger de l'information concernant les programmes de financement et les priorités provinciales/territoriales?

b) Quel outil, le cas échéant, pourrait être utilisé pour officialiser cette relation?

**R.**

Tel que déjà mentionné, les provinces et le public doivent avoir un accès beaucoup plus large à l'information sur les réseaux, et pas seulement dans le contexte du régime de financement du Conseil. Le paragraphe 37 de la Politique réglementaire de télécom 2016-496 établit l'objectif du service universel d'accès à Internet à large bande, pour les raisons présentées aux paragraphes 32 à 36. La consécration de l'accès à Internet en tant que service universel rehausse considérablement l'intérêt du public à pouvoir connaître les modalités de la fourniture de ce service universel à l'ensemble des Canadiens. Le régime de confidentialité très strict établi par l'article 39 de la Loi sur les télécommunications ne permet pas nécessairement aux Canadiens d'obtenir les informations pertinentes pour faire des choix éclairés de politique publique à l'égard de la fourniture de ce service universel. Ce régime doit être réexaminé dans l'optique d'une plus grande transparence pour que les Canadiens puissent juger de façon informée de la manière dont le service universel d'accès à Internet à large bande leur est dispensé.

\*\*\* Fin du document\*\*\*

# Étude des crédits 2017-2018

MINISTÈRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS

## Demande de renseignements particuliers de l'Opposition officielle

- 16 - Liste et copie des interventions et des mémoires déposés par le Ministère devant des agences gouvernementales fédérales (exemple : CRTC).

\*\*\*\*\*

**5 mai 2016** : Lettre du ministère de la Culture et des Communications (MCC), au nom du gouvernement du Québec, en réponse à une demande de renseignements du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) dans le cadre de son instance réglementaire sur l'examen des services de télécommunication de base (Avis CRTC 2015-134).

**26 septembre 2016** : Lettre<sup>1</sup> conjointe du MCC et de l'Office de la protection du consommateur dans le cadre de l'avis de consultation du CRTC visant à examiner le Code sur les services sans fil (Avis CRTC 2016-293).

**10 février 2017** : Mémoire<sup>2</sup> transmis au CRTC dans le cadre de l'appel d'observations sur la révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française (Avis CRTC 2015-318-4).

La copie de ce mémoire se trouve sur le site :

<https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Default-Default.aspx?en=2015-318&dt=i&lang=f&S=C&PA=B&PT=NC&PST=A>

<sup>1</sup> À noter que la lettre a été transmise au CRTC le 3 octobre 2016 puisque le CRTC a repoussé la date limite pour l'envoi des interventions.

<sup>2</sup> À noter que ce mémoire constitue une mise à jour du mémoire qui avait été transmis par le MCC au CRTC le 14 septembre 2015.

Québec, le 26 septembre 2016

Madame Danielle May-Cuonato  
Secrétaire générale  
Conseil de la radiodiffusion  
et des télécommunications canadiennes (CRTC)  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Madame la Secrétaire générale,

1. En réponse à l'Avis de consultation de télécom CRTC 2016-293 (*Examen du Code sur les services sans fil*), le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications et l'Office de la protection du consommateur, souhaite être considéré comme intervenant dans cette instance réglementaire.
2. Le gouvernement du Québec souhaite saisir l'occasion que lui offre la présente instance pour rappeler au CRTC que la protection du consommateur est une préoccupation de première importance pour lui et qu'il a introduit, à sa Loi sur la protection du consommateur (chapitre P-40.1)<sup>1</sup>, un régime de protection applicable, entre autres, au contrat de services sans fil mobiles.
3. Les mesures prévues à ce régime se trouvent aux articles 214.1 à 214.11 de la Loi sur la protection du consommateur. Elles encadrent le contenu du contrat, son renouvellement et sa résiliation par le consommateur. Elles s'intéressent aussi au dépôt de garantie et à la réparation de l'appareil nécessaire à l'utilisation des services achetés.
4. Ces mesures, qui ont été adoptées à l'unanimité par l'Assemblée nationale, sont le résultat de consultations multiples avec les acteurs concernés, et de la volonté de privilégier une approche cohérente et intégrée avec les autres mesures consenties à la Loi sur la protection du consommateur et au Code civil du Québec, et ce, tant en ce qui concerne les protections accordées que les recours (pénaux et civils) qui y sont associés.
5. Ces mesures ont été très bien reçues au Québec, sont efficaces, contribuent à établir un meilleur équilibre entre les parties et sont à l'origine de changements importants dans les pratiques des entreprises.

...2

<sup>1</sup>La Loi sur la protection du consommateur est accessible sur le site Internet suivant : <http://regis.quebec.gouv.qc.ca/fr/showdoc/c/P-40.1>

6. Elles sont également la source d'inspiration de plusieurs initiatives provinciales qui encadrent les contrats de consommation conclus entre les consommateurs et les fournisseurs de services sans fil.
7. Dans le cadre de l'*Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil mobiles* (Avis de consultation de télécom CRTC 2012-557), le gouvernement du Québec a exposé de manière détaillée le processus ayant conduit à l'adoption de ce régime de protection ainsi que le dispositif de protection des consommateurs dans lequel un tel régime est intégré.
8. Peu importe les décisions qui seront prises par le CRTC à l'issue du présent processus de révision, le gouvernement du Québec maintiendra et continuera d'appliquer sa propre législation en la matière, et ce, en vertu de sa compétence constitutionnelle exclusive en matière de propriété et droits civils.
9. Le gouvernement du Québec tient également à réitérer la position qu'il a exprimée dans les différents mémoires qu'il a produits dans le cadre de l'*Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil mobiles*, à savoir qu'il revient à l'Assemblée nationale de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles et que, à cet égard, le *Code sur les services sans fil mobiles* constitue un empiètement sur les champs de compétences du Québec.
10. Le gouvernement du Québec invite le CRTC à respecter l'intégralité de ses compétences et à s'abstenir d'intervenir d'une façon qui constituerait une atteinte à celles-ci.
11. Enfin, nous vous informons également que le gouvernement du Québec ne souhaite pas comparaître à l'audience publique débutant le 6 février 2017.

Nous vous prions d'agréer, Madame la Secrétaire générale, nos salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des  
Communications,

  
Marie-Claude Champoux

La présidente de l'Office de la  
protection du consommateur,

  
Ginette Galameau

\*\*\* Fin du document\*\*\*

Québec, le 5 mai 2016

Madame Danielle May-Cuconato  
Secrétaire générale  
Conseil de la radiodiffusion et des  
télécommunications canadiennes  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Madame la Secrétaire générale,

Le gouvernement du Québec dépose par la présente sa réponse à la demande de renseignement qui lui a été adressée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le 19 avril 2016 (numéro de référence : 8663-C12-201503186).

Je vous prie d'agréer, Madame la Secrétaire générale, mes salutations distinguées.



Marie-Claude Champoux

p. j.

c. c. M. John Macri, CRTC  
M<sup>me</sup> Christine Bailey, CRTC  
M<sup>me</sup> Sarah O'Brien, CRTC

N/Réf. : 27027

**RÉVISION DU CADRE RÉGLEMENTAIRE RELATIF  
À LA MUSIQUE VOCALE DE LANGUE FRANÇAISE  
APPLICABLE AU SECTEUR DE LA RADIO COMMERCIALE DE LANGUE  
FRANÇAISE**

**Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318 et CRTC 2015-318-4**

**MÉMOIRE DU**  
**MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC**  
**AU**  
**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION**  
**ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**Le 10 février 2017**

## Résumé

En réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) établit certains constats au regard de la situation de la radio commerciale au Québec :

- la situation financière et l'écoute de la radio commerciale de langue française demeurent relativement stables malgré l'arrivée des nouvelles technologies et des nouvelles plateformes de diffusion non réglementées.
- les quotas de musique vocale de langue française (MVF) imposés ne portent pas préjudice à la rentabilité et à l'écoute des stations de radio de langue française.
- les consommateurs ont de plus en plus de choix d'écoute de contenus radiophoniques et musicaux, notamment sur de multiples plateformes non réglementées sur lesquelles la présence et la valorisation de la MVF apparaît comme un enjeu critique. Dans ce contexte, ce n'est pas la diminution ou l'abolition des quotas de MVF imposés aux radios commerciales qui apportera une solution à cet enjeu.
- le rôle et la contribution des stations de radio commerciale de langue française en matière de découverte et d'écoute de MVF sont indéniables et pertinents.

Par sa présente intervention, le MCC souhaite faire part au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de sa grande préoccupation quant à la place occupée par la MVF sur les ondes des stations de radio commerciale de langue française. Les recommandations formulées visent à protéger et défendre l'espace relevant du domaine public consenti à la musique de langue française au Québec. Ces recommandations sont les suivantes :

- a. le maintien du niveau hebdomadaire de 65 % de MVF pour toutes les stations de radio commerciale;
- b. le maintien de l'exigence selon laquelle au moins 55 % des pièces musicales de langue française doivent être diffusées aux heures de grande écoute;
- c. l'adoption d'une nouvelle méthode de comptabilisation des montages qui reflète la part réelle des extraits qui les composent;
- d. le maintien du niveau hebdomadaire de 65 % de MVF indépendamment de la méthode retenue pour comptabiliser les montages;
- e. l'instauration d'une exigence de diffusion pour la musique vocale de langue française provenant des artistes émergents, selon un pourcentage qui varie en fonction des formules musicales des stations.

## TABLE DES MATIÈRES

Introduction .....	- 1 -
Portrait de la radio commerciale au Québec.....	- 2 -
La propriété.....	- 2 -
La situation financière .....	- 2 -
L'écoute radiophonique .....	- 3 -
<i>Les nouvelles formes d'écoute de contenus audio</i> .....	- 3 -
Tendances dans l'industrie de la radio commerciale de langue française au Québec	- 4 -
Quotas de diffusion de musique vocale de langue française (MVF) .....	- 5 -
Montages musicaux .....	- 9 -
Diffusion de pièces d'artistes émergents .....	- 11 -
Conclusion .....	- 12 -

## **Introduction**

1. Le 20 juillet 2015, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié un appel d'observations dans lequel il sollicitait de l'information sur les tendances dans les industries de la musique et de la radio commerciale de langue française, ainsi que des avis sur les approches possibles en vue de réviser le cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française (MVF).
2. Le 2 novembre 2015, cette instance a été suspendue à la suite de la démission du vice-président radiodiffusion du CRTC, M. Tom Pentefountas.
3. Le 1<sup>er</sup> décembre 2016, le CRTC a publié un avis d'audience invitant les intervenants à soumettre des mises à jour de leur mémoire transmis lors de la première phase de l'audience.
4. Comme le système de radiodiffusion québécois évolue dans un contexte linguistique et culturel unique en Amérique du Nord, la protection et la promotion de la langue française sont des enjeux d'une très grande importance pour le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC).
5. D'ailleurs, cette instance concerne une réglementation qui s'applique essentiellement aux 97 stations de radio de langue française situées au Québec<sup>1</sup>, à l'exception de six stations de radio commerciale de langue française situées au Nouveau-Brunswick et en Ontario<sup>2</sup>.
6. Aussi, dans l'environnement numérique actuel, le MCC est bien conscient que le secteur de la radio commerciale, comme l'ensemble des médias, doit s'adapter et faire preuve d'innovation afin de rejoindre les auditeurs différemment. Cependant, la radio possède plusieurs atouts qui lui permettent de tirer profit de ce nouvel environnement : média de proximité, gratuité, large accessibilité et disponibilité sur tous les supports.

---

<sup>1</sup> Centre d'étude sur les médias - portrait sectoriel de la radio - compilation mise à jour en mars 2015 à partir de données du CRTC.

<sup>2</sup> CRTC - Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318, 20 juillet 2015.

## **Portrait de la radio commerciale au Québec**

### **La propriété**

7. Au Québec, on dénombre 102 stations de radio commerciale<sup>3</sup>, dont seulement cinq sont de langue anglaise. Ce nombre a peu varié depuis de nombreuses années.
8. Le niveau de concentration de l'industrie de la radio commerciale québécoise est relativement élevé. En 2017, trois entreprises de stations de radio (Bell Média, Cogeco et RNC Média) possèdent à elles seules 52 stations québécoises, soit environ 55 % des stations de radio commerciale en opération au Québec<sup>4</sup>. Ces trois mêmes entreprises possèdent 12 des 14 stations de radio commerciale (85,7 %) à Montréal.
9. Du fait de cette concentration de la propriété radiophonique au Québec, plusieurs stations sont opérées en réseaux.

### **La situation financière**

10. De façon générale, la situation financière des stations de radio commerciale de langue française ne s'est pas détériorée au cours des dernières années.
11. De 2011 à 2015, la marge de bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) de l'ensemble des stations de radio de langue française canadiennes a augmenté de 14,2 % à 16,7 %<sup>5</sup>.
12. Dans le marché francophone de Montréal, en 2015, la marge de BAII des stations commerciales était de 18,5 %, soit un niveau relativement stable depuis 2011 (18,6 %).<sup>6</sup>
13. Dans le marché de Québec, la marge de BAII des stations de radio commerciale a augmenté de 2011 à 2015, passant de 18 % à 20,9 %<sup>7</sup>.
14. En 2015, les revenus de publicité des stations de radio commerciale de langue française s'élevaient à 253,6 M\$, soit une augmentation de 5,5 M\$ depuis 2011<sup>8</sup>. Ces revenus de publicité représentent 98 % des revenus totaux du secteur.

---

<sup>3</sup> Centre d'étude sur les médias - portrait sectoriel de la radio - compilation mise à jour en mars 2015 à partir de données du CRTC.

<sup>4</sup> Compilation effectuée à partir des données du MCC.

<sup>5</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, radio commerciale 2011-2015.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Ibid.

## **L'écoute radiophonique<sup>9</sup>**

15. L'écoute de la radio commerciale est demeurée stable et relativement élevée au cours des dernières années chez les francophones canadiens.
16. En 2016, les francophones de 18 ans et plus écoutaient en moyenne 18,5 heures de radio par semaine, soit le même nombre d'heures qu'en 2012<sup>10</sup>.
17. En ce qui a trait à l'écoute des jeunes, les adolescents de 12 à 17 ans représentent le groupe d'âge qui écoute le moins la radio, soit 7,7 heures en moyenne par semaine en 2015, suivi des 18-24 ans avec 11,9 heures<sup>11</sup>. Toutefois, ce phénomène n'est pas récent. Les adolescents et jeunes adultes ont toujours moins écouté la radio, la consommation de ce média augmentant avec l'âge.

### *Les nouvelles formes d'écoute de contenus audio*

18. Aujourd'hui, la presque totalité des stations de radio québécoises retransmettent en tout ou en partie leur programmation en ligne. Les auditeurs peuvent donc facilement écouter des contenus des stations de radio locale, et de partout dans le monde, sur mobile, tablette ou ordinateur. Les technologies numériques offrent diverses possibilités pour les stations de radio et pour les auditeurs, dont la baladodiffusion et les applications mobiles.
19. Il existe aussi une multitude de nouvelles sources de musique en ligne qui permettent d'écouter des contenus audio de la façon et au moment de son choix. Parmi celles-ci, des services de musique en continu sont disponibles depuis quelques années (Spotify, Google Play Music, Apple Music, Soundcloud, etc.).
20. Dans ce contexte, plus de 60 % des francophones écoutent divers types de contenu audio en continu sur Internet, mais cela intéresse davantage les personnes âgées de 18 à 34 ans et les étudiants<sup>12</sup>.
21. En 2016, 20 % des francophones canadiens ont utilisé les services de musique en continu, soit une augmentation de 54 % depuis l'automne 2013<sup>13</sup>. En moyenne, les utilisateurs de ces services les ont écoutés 8,5 heures par

---

<sup>9</sup> Dans cette partie, les données d'écoute proviennent de diverses sources utilisant des méthodologies différentes.

<sup>10</sup> TVB, BBM Analytique, RAE automne 2012; BBM PPM moyenne 52 semaines 2011-2012, 18 ans et plus. Thinktv, Numeris, RAE, printemps 2016, moyenne 52 semaines 2015-2016, 18 ans et plus.

<sup>11</sup> Numeris (Sondages BBM), Cahiers d'écoute, Automne 2016 et Automne 2010, Lun-Dim 5h-1h, Heures d'écoute et portée, Guide annuel des médias Infopresse 2017 et 2012.

<sup>12</sup> Observateur des technologies médias (OTM 2015-2016), Audio en continu – Analyse du marché de langue française, 1<sup>er</sup> décembre 2016.

<sup>13</sup> Ibid.

semaine. Bien que l'écoute de ces services soit de plus en plus populaire, la radio conventionnelle AM/FM maintient sa bonne position et sa pertinence pour les francophones. De fait, elle est écoutée par 92 % des francophones, toutes plateformes confondues. Notons que 69 % des francophones écoutent uniquement la radio sur un récepteur traditionnel<sup>14</sup>.

22. Quant à l'écoute de la radio conventionnelle sur une plateforme mobile ou Internet, il s'agit d'une activité pratiquée par 22 % des francophones, soit une progression de 57 % depuis l'automne 2013<sup>15</sup>.
23. Ainsi, bien que les technologies numériques entraînent des changements dans les habitudes de consommation des contenus audio, on observe que les francophones du Canada continuent d'écouter la radio conventionnelle AM/FM sur un récepteur traditionnel et sur les nouvelles plateformes, et ce, dans une proportion beaucoup plus grande que les services de musique en ligne<sup>16</sup>.
24. En ce qui concerne la radio satellite, elle a peu de répercussions sur l'écoute de la radio conventionnelle. Seulement 9 % des francophones canadiens y sont abonnés et ce taux d'abonnement est relativement stable depuis 2011<sup>17</sup>.

## **Tendances dans l'industrie de la radio commerciale de langue française au Québec**

*Question 6 : Dans quelle mesure le secteur de la radio commerciale de langue française demeure-t-il, en 2015, une source prédominante de découverte et d'écoute de pièces et d'artistes d'expression française? Quelle est l'importance de ce secteur en matière de découverte de pièces musicales en fonction des différents groupes démographiques, et en particulier chez les jeunes auditeurs (18-34 ans)?*

25. Malgré l'arrivée des nouvelles plateformes de diffusion et des nouveaux services de musique en ligne, la radio continue de rejoindre un large public et demeure un média important pour la promotion et la diffusion de la chanson québécoise de langue française.
26. Selon une enquête réalisée en 2015 pour l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) et l'Association

---

<sup>14</sup> Observateur des technologies médias (OTM 2015-2016), Audio en continu – Analyse du marché de langue française, 1<sup>er</sup> décembre 2016.

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> CRTC, Rapport de surveillance des communications 2016.

canadienne des radiodiffuseurs (ACR)<sup>18</sup>, la radio conventionnelle est le mode d'écoute de la musique québécoise francophone le plus fréquent pour 53 % des Québécois. La radio est aussi la principale source incitant à l'achat de musique (31 %), devant la télévision (25 %) et les amis (24 %).

27. Mais le type de contenu écouté à la radio diffère selon l'âge des auditeurs. L'*Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois 2014*, menée aux cinq ans par le ministère de la Culture et des Communications, indique que 61 % des personnes de 15 à 24 ans écoutent surtout de la musique à la radio. Chez les 25 à 34 ans, ils sont 45 % à écouter d'abord des contenus musicaux à la radio alors que cette proportion est de 38 % chez les 35 à 44 ans.
28. Par ailleurs, le fait qu'en 2016 les Canadiens francophones passent plus de temps à écouter la radio AM/FM qu'à écouter des contenus audio en ligne<sup>19</sup> démontre que la radio conventionnelle réussit à conserver sa place et sa pertinence.
29. Devant le vaste choix de nouvelles sources d'écoute, la radio continue d'avoir un impact considérable sur la population et est encore la plus populaire en matière d'écoute audio. Le MCC considère donc que la contribution des stations de radio commerciale de langue française à la MVF doit inévitablement en comprendre la diffusion.

## **Quotas de diffusion de musique vocale de langue française (MVF)**

30. La place occupée par la MVF à la radio québécoise représente un enjeu culturel majeur pour le MCC du fait que la chanson est un important agent de diffusion de la langue française et un mode d'expression qui permet d'affirmer la culture et l'identité québécoise.
31. D'ailleurs, le 29 septembre 2015, l'Assemblée nationale du Québec a adopté à l'unanimité une motion dans laquelle elle « réitère l'importance de maintenir les quotas de musique en français sur les ondes radiophoniques du Québec à leur niveau actuel » et « réaffirme le rôle essentiel joué par les radios pour l'accès, le rayonnement et l'essor de la musique produite par les artistes et artisans du milieu au Québec ».
32. Pour rappel, en ratifiant la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO, le Canada et le Québec

---

<sup>18</sup> Ipsos, *Enquête sur les habitudes de consommation de la musique québécoise francophone*, septembre 2015.

<sup>19</sup> Observateur des technologies médias (OTM 2015-2016), *Audio en continu – Analyse du marché de langue française*, 1<sup>er</sup> décembre 2016.

se sont engagés à préserver, à sauvegarder et à mettre en valeur la diversité des expressions culturelles sur leur territoire, ce qui inclut les expressions culturelles véhiculées en langue française.

33. En outre, comme reconnu dans la Convention, les expressions culturelles ont un contenu culturel. Elles ont ainsi un sens symbolique, elles expriment des valeurs et des identités culturelles propres à des groupes selon le vecteur utilisé, dans ce cas-ci la langue française.
34. L'un des objectifs de la présente révision du cadre réglementaire relatif à la musique de langue française applicable au secteur de la radio commerciale est justement de développer, protéger et promouvoir l'identité culturelle au niveau national, provincial et régional et de créer une industrie de la radio dynamique et créative à tous ces niveaux.

Question 13 : Dans l'environnement numérique actuel où les marchés sont décloisonnés, et compte tenu de la multiplication des sources disponibles pour l'écoute de musique, les quotas réglementaires actuels de diffusion de MVF de catégorie 2 (65 % par semaine de radiodiffusion et 55 % aux heures de grande écoute) demeurent-ils une mesure adéquate pour répondre aux besoins et intérêts des auditeurs, refléter leur culture et la dualité linguistique canadienne, et soutenir les artistes canadiens d'expression française? Pourquoi?

Question 16 : La diffusion d'un pourcentage minimum de pièces de MVF aux heures de grande écoute (actuellement de 55 % du lundi au vendredi de 6 h à 18 h) favorise-t-elle au maximum l'accès et la promotion de la MVF canadienne, et pourquoi? Sinon, devrait-on redéfinir la période d'écoute significative pour les pièces de MVF, et comment?

35. À l'ère des plateformes musicales mondialisées et de la multiplication de l'offre radiophonique internationale stimulée par les technologies numériques, les auditeurs jouissent d'un accès quasi illimité à des millions de pièces musicales qu'ils peuvent écouter sur l'appareil de leur choix.
36. Cependant, l'attrait de la musique de langue anglaise et l'importante domination des contenus anglophones sur les plateformes numériques, dont la plupart sont détenues par des entreprises étrangères, entraînent manifestement un problème de marginalisation des pièces musicales de langue française canadiennes sur ces plateformes non réglementées.
37. Par ailleurs, l'industrie musicale québécoise traverse depuis plusieurs années une période de transformation liée à l'évolution des modes de consommation de la musique numérique et s'en trouve ainsi affectée.

38. Les ventes d'albums physiques sont en baisse constante au Québec (baisse de 29,7 % entre 2011 et 2015) et les ventes numériques ne compensent pas ces pertes<sup>20</sup>.
39. Par surcroît, la consommation de musique au moyen des services de diffusion en continu affecte les ventes de musique physiques et numériques québécoises, ce qui se traduit par une diminution des revenus des acteurs de l'industrie et des ayants droit. Le modèle économique des services de musique en continu est basé sur un système de calcul de redevances sous forme de micropaiement pour chaque écoute individuelle. Dans sa présente conception, ce système engendre un déséquilibre où une très faible minorité d'ayants droit obtiennent une très large majorité des revenus générés. La majorité des artistes et des autres intervenants en dégage un revenu marginal. Ainsi, le système actuel n'a pas encore démontré sa viabilité.
40. De toute évidence, une diminution des exigences actuelles en matière de diffusion de pièces de MVF sur les ondes des radios conventionnelles commerciales ne constitue pas la voie à emprunter pour en assurer une meilleure découverte, promotion et consommation. D'autant plus qu'une marginalisation de la MVF s'observe sur les nouvelles plateformes de diffusion non réglementées.
41. D'autre part, les données démontrent que le niveau actuel de quotas de MVF n'a pas de répercussions négatives sur les stations de radio commerciale de langue française. En effet, la situation de ces dernières se compare avantageusement bien à celle des stations de radio commerciale de langue anglaise.
42. Les francophones canadiens écoutent davantage la radio que les anglophones. De plus, la radio de langue française réussit bien à maintenir son auditoire. De 2012 à 2016, la durée moyenne hebdomadaire d'écoute de la radio chez les francophones canadiens de 18 ans et plus est demeurée stable à 18,5 heures alors que celle des anglophones canadiens a diminué de 17,8 heures à 16,8 heures (-6 %) <sup>21</sup>.
43. La rentabilité de la radio commerciale de langue française fait également bonne figure. Tandis que la marge de BAII de la radio francophone au Canada s'est améliorée entre 2011 et 2015, passant de 14,2 % à 16,7 %, celle de la radio de langue anglaise a légèrement diminué dans la même période, de 20,6 % à 19,5 % <sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> ADISQ, État des lieux de l'industrie québécoise de la musique, juillet 2015.

<sup>21</sup> TVB, BBM Analytique, RAE automne 2012; BBM PPM moyenne 52 semaines 2011-2012, 18 ans et plus. Thinktv, Numeris, RAE, printemps 2016, moyenne 52 semaines 2015-2016, 18 ans et plus.

<sup>22</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, radio commerciale 2011-2015.

44. Il est également intéressant d'examiner la situation financière de la radio de langue française et de langue anglaise dans le marché de Montréal. Pour les stations de radio de langue française de ce marché, la marge de BAII est demeurée sensiblement la même de 2011 à 2015 (18,6 % et 18,5 %), alors qu'elle a diminué pour les stations anglophones et ethniques de 30,9 % à 27,4 % (- 11 %) sur la même période<sup>23</sup>.
45. À titre comparatif, dans le marché de Toronto, un marché de langue anglaise, la marge de BAII des stations de radio a diminué entre 2011 et 2015, passant de 32,4 % à 29,8 %<sup>24</sup>.
46. Ces comparaisons de l'état des industries de la radio commerciale de langue française et de langue anglaise au Canada permettent de constater que, globalement, les quotas de MVF imposés ne portent pas préjudice aux stations de radio de langue française.
47. Le MCC est même d'avis que la MVF diffusée à la radio commerciale de langue française contribue à renforcer sa singularité et son caractère local, soit deux attributs qui assurent sa force et sa pertinence.
48. Dans le contexte actuel où les pièces musicales de langue anglaise sont omniprésentes sur les nombreux services d'écoute en continu non réglementés provenant de partout dans le monde, il apparaît d'autant plus nécessaire et justifié de préserver l'espace de diffusion de MVF que constituent les ondes des stations de radio commerciale de langue française. La diminution ou l'abolition des quotas de MVF à la radio commerciale n'est pas une réponse appropriée à cette réalité.
49. Le MCC souhaite que le CRTC maintienne le niveau actuel des quotas de langue française à la radio afin d'éviter que ne soient compromis le droit à l'expression culturelle, à la diversité linguistique et, par-delà, le devoir de protection et de promotion de la diversité des expressions culturelles au Canada et au Québec.
50. Le MCC est préoccupé par les répercussions que pourraient avoir une diminution des exigences actuelles en matière de diffusion de pièces de MVF et est d'avis que, dans le contexte actuel, de telles exigences sont plus pertinentes que jamais. Le niveau hebdomadaire de MVF actuellement exigé (65 %) est essentiel pour garantir une fenêtre importante de diffusion aux chansons de langue française et ainsi contribuer à en accroître l'offre et la vitalité.

---

<sup>23</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, radio commerciale 2011-2015.

<sup>24</sup> Ibid.

### **Recommandation 1**

Afin de préserver une prépondérance de MVF sur les ondes des stations de radio commerciale de langue française et ainsi garantir un espace public de diffusion à la musique de langue française, le MCC recommande au Conseil :

- **de maintenir le niveau hebdomadaire de 65 % de MVF pour toutes les stations de radio commerciale de langue française, quel que soit le format, la formule ou le marché radiophonique.**

### **Recommandation 2**

Par ailleurs, afin de maintenir la portée et la valeur des quotas actuels de MVF et ainsi éviter que les pièces musicales de langue française soient diffusées à des périodes d'écoute relativement faibles, le MCC recommande :

- **de maintenir l'exigence selon laquelle au moins 55 % des pièces musicales diffusées aux heures de grande écoute (entre 6 h et 18 h en semaine) doivent être des pièces de MVF.**

### **Montages musicaux**

Question 19 : Le Conseil envisage de comptabiliser les extraits du montage individuellement pour les stations de langue française plutôt que de considérer ce dernier comme une pièce musicale unique. Quelles seraient les répercussions sur :

- la popularité et le rendement de l'industrie de la radio commerciale de langue française, et ce, particulièrement dans les marchés bilingues?
- la popularité et le rendement de l'industrie de la musique de langue française?

Question 14 : Quels devraient être les niveaux de diffusion requis de MVF de catégorie 2 dans les deux cas suivants et pourquoi?

- le Conseil décide de comptabiliser individuellement chaque extrait de pièce musicale dans un montage diffusé par une station commerciale de langue française si le montage n'est pas considéré comme une seule pièce musicale conformément aux articles 2.2(11) et 2.2(12) du Règlement;
- le Conseil décide de maintenir sa méthode de comptabilisation des extraits des montages

51. Comme l'a indiqué le Conseil dans l'Avis de consultation CRTC 2015-318, « plusieurs stations de radio commerciale de langue française diffusent des

montages majoritairement constitués de longs extraits de pièces musicales de catégorie 2 de langue anglaise et non canadiennes les plus en demande par les auditeurs »<sup>25</sup>.

52. Au cours des dernières années, il a été démontré que les montages de pièces musicales de langue anglaise pouvaient être utilisés pour contourner la réglementation en matière de MVF. Le Conseil a réagi à ce problème en encadrant la diffusion de montages et en limitant leur utilisation.
53. Cependant, la nouvelle méthode de comptabilisation des montages proposée par le Conseil dans le cadre de la présente instance<sup>26</sup> s'avère définitivement une meilleure façon de s'assurer que les règles en matière de MVF sont respectées. Le fait de considérer chaque extrait d'un montage comme une pièce musicale permettrait de tenir compte de la teneur réelle des pièces musicales de langue anglaise dans l'ensemble de la programmation musicale d'une station et ainsi éviter de réduire la place de la MVF sur ses ondes. Le MCC salue cette proposition.

### **Recommandation 3**

Afin d'éviter que les montages musicaux soient utilisés pour contourner les quotas de MVF, le MCC recommande au Conseil :

- **d'adopter les changements proposés de façon à comptabiliser les extraits d'un montage individuellement plutôt que comme une pièce musicale unique.**

54. Le but poursuivi par l'utilisation de cette nouvelle façon de comptabiliser les montages est de s'assurer que les radiodiffuseurs respectent les objectifs de la réglementation à l'égard de la MVF. Toutefois, si le Conseil en venait à réduire, en contrepartie, le niveau de diffusion de MVF requis, le MCC estime que cela aurait pour effet d'annuler les bénéfices obtenus par l'emploi de la nouvelle méthode de comptabilisation des montages.

---

<sup>25</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318 paragraphe 45

<sup>26</sup> Comptabiliser les extraits du montage individuellement pour les stations de langue française plutôt que de considérer ce dernier comme une pièce musicale unique.

#### **Recommandation 4**

En conséquence, le MCC recommande au Conseil :

- **de maintenir le niveau hebdomadaire de 65 % de MVF indépendamment de la méthode retenue pour comptabiliser les montages.**

### **Diffusion de pièces d'artistes émergents**

55. Le Ministère souhaite rappeler, tel qu'il l'a mentionné en 2014 lors de la révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale (Avis de consultation CRTC 2013-572), qu'une plus grande diversité musicale sur les ondes devrait être encouragée. En effet, une des critiques souvent formulées par les auditeurs est que les stations de radio n'offrent pas assez de diversité dans leurs choix musicaux. Un des moyens qui permettrait d'y parvenir serait de donner davantage de temps de diffusion à des genres musicaux et à des artistes différents, dont les artistes émergents.
56. Par ailleurs, le Ministère reconnaît que les artistes émergents, comme les artistes plus établis, ont la possibilité de se tourner vers de nouvelles plateformes pour offrir leur musique. Il n'en demeure pas moins que les stations de radio commerciale représentent toujours un canal privilégié pour la promotion des artistes musicaux. Comme on le mentionne dans l'étude intitulée *À propos des quotas relatifs à la diffusion de la musique*, préparé en février 2012 par Shelley Stein-Sacks Brock + Chaloux Group Inc. :
- « Internet et les réseaux sociaux leur procurent un accès à très grande échelle, mais la nécessité de développer des auditoires repose carrément sur leurs épaules lorsqu'ils choisissent cette voie. La diffusion à la radio augmente de façon importante les chances d'un artiste de joindre un auditoire et d'avancer sa carrière <sup>27</sup>».
57. Dans ce contexte, le MCC estime qu'il y a lieu de faire en sorte que davantage de place soit consacrée à une diversité d'artistes à la radio, en particulier à la relève.

---

<sup>27</sup> Shelley Stein-Sacks Brock + Chaloux Group Inc., « À propos des quotas relatifs à la diffusion de la musique (2012) », préparé le 9 février 2012 pour le CRTC, [http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp120309c.htm?\\_ga=1.69864981.406339979.1410956017#s8](http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp120309c.htm?_ga=1.69864981.406339979.1410956017#s8)

58. Contrairement au Conseil, et comme il l'a démontré dans les pages précédentes, le MCC ne croit pas que l'ajout de nouvelles règles au temps d'antenne puisse avoir des effets négatifs sur l'écoute et la rentabilité des radiodiffuseurs traditionnels.

#### **Recommandation 5**

En conséquence, le MCC recommande au Conseil :

- **de demander aux radiodiffuseurs de consacrer une proportion du quota de musique vocale de langue française aux artistes de la relève, selon un pourcentage qui varie en fonction des formules musicales des stations.**

## **Conclusion**

59. Le Ministère est bien conscient de l'évolution des pratiques d'écoute de la musique suscitée par le développement des plateformes mobiles et Internet, ainsi que des enjeux de promotion et de visibilité de la MVF qui existent sur ces plateformes non réglementées. Néanmoins, l'abolition ou la diminution des quotas de MVF sur les ondes des radios commerciales n'est pas une réponse appropriée à cette situation.
60. Le MCC partage d'ailleurs l'objectif du Conseil dans le présent processus qui est d'assurer, dans le contexte numérique actuel, une meilleure découverte, promotion, création et consommation de la MVF.
61. Toutefois, comme il a été démontré dans ce mémoire, le MCC ne croit pas que la présence de quotas de MVF soit défavorable aux stations de langue française. Ainsi, le MCC considère qu'en regard de la situation actuelle, il n'y a pas lieu de diminuer les exigences de MVF à la radio commerciale.
62. Au contraire, le MCC croit qu'il est plus important aujourd'hui que jamais d'encourager la diffusion de la musique vocale de langue française à la radio, qui demeure la plateforme de contenu audio la plus écoutée par la majorité des Québécois.

« FIN DU DOCUMENT »



Québec, le 14 septembre 2015

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

Monsieur le Secrétaire général,

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec souhaite présenter au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le mémoire ci-joint faisant état de ses observations, commentaires et recommandations sur la révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318).

Je vous informe que le ministère de la Culture et des Communications du Québec ne désire pas comparaître à l'audience publique débutant le 16 novembre 2015.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, mes salutations distinguées.

Marie-Claude Champoux

p. j.

N/Réf. : 25251

## **Étude des crédits 2019-2020**

*MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS*

### **Demande de renseignements particuliers requis par l'opposition officielle**

- 5 - Liste et copie des interventions et des mémoires déposés par le Ministère devant des agences gouvernementales fédérales (exemple : CRTC ou comité fédéral chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications).**

\*\*\*\*\*

**19 décembre 2018 :** Mémoire du MCC et de l'Office de la protection du consommateur dans le cadre de l'instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les services Internet (Avis de télécom CRTC 2018-422).

**30 août 2018 :** Mémoire du MCC et de l'Office de la protection du consommateur dans le cadre de l'instance examinant les pratiques de vente au détail des grandes entreprises de services de télécommunication canadiennes (Avis de consultation de télécom et de radiodiffusion CRTC 2018-246).

**10 mai 2018 :** Lettre du ministère de la Culture et des Communications transmise au CRTC dans le cadre de la deuxième phase de l'instance visant à réexaminer les décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française (Avis de radiodiffusion CRTC 2017-428-1).



Québec, le 10 mai 2018

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

Monsieur le Secrétaire général,

1. En réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428-1 (Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française – Deuxième phase d'observations), le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) soumet ses commentaires sur les réponses des demandeurs aux questions posées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) le 26 mars 2018.
2. Les observations du MCC se limiteront à trois aspects : (I) l'imposition potentielle d'une exigence à l'effet que 75 % des dépenses en émissions canadiennes (DÉC) des groupes soient consacrées aux émissions originales produites en langue française; (II) l'imposition potentielle d'une exigence à savoir que chaque groupe consacre un pourcentage de ses dépenses à un fonds indépendant afin de soutenir la diffusion et la production de vidéoclips et d'émissions de musique; (III) les modifications potentielles aux exigences du groupe Bell Média advenant l'approbation de l'acquisition des chaînes Historia et Séries+.
1. **La nécessité d'imposer une exigence en matière d'émissions originales produites en langue française**
3. Le MCC a pris connaissance des réponses des demandeurs concernant l'imposition éventuelle d'une exigence voulant que 75 % des dépenses en DÉC des grands groupes de langue française soient consacrées aux émissions originales produites en langue française.

**Le MCC constate que, pour l'essentiel, les quatre grands groupes de langue française ont maintenu leurs positions formulées précédemment sur ce sujet, notamment dans le cadre de leurs répliques.**

- 4. Les groupes Bell Média et Corus répètent qu'ils sont prêts à accepter l'imposition d'une exigence de consacrer un seuil minimal de 50 % des DÉC aux émissions originales produites en langue française. Pour leur part, les groupes TVA et V considèrent toujours qu'il n'est pas nécessaire de leur imposer quelle qu'exigence qu'il soit en la matière.**
- 5. Le MCC tient à réitérer que l'imposition d'une exigence est essentielle pour s'assurer que ces groupes contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions originales de langue française au cours de la prochaine période de licence, et ainsi répondre à la demande faite par le gouverneur en conseil au CRTC dans son décret C.P. 2017-1060 du 14 août 2017.**
- 6. En effet, bien que la demande pour ce type de contenu soit très forte dans le marché de langue française, rien ne garantit que les grands groupes de langue française consacreront une part élevée de leurs DÉC à ce type de contenu au cours des prochaines années.**
- 7. Les émissions originales canadiennes de langue française jouent un rôle primordial afin de promouvoir la diversité et toute la richesse du système de radiodiffusion, tant québécois que canadien. Elles sont également indispensables pour l'affirmation de l'identité nationale québécoise et de l'identité culturelle francophone au Canada et elles permettent aux téléspectateurs francophones de voir leurs intérêts reflétés à la télévision.**
- 8. Dans son mémoire soumis le 23 janvier 2018 en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428, le MCC avait recommandé au CRTC, afin de s'assurer que les grands groupes de langue française contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions originales de langue française, de leur imposer une exigence visant à ce qu'au moins 70 % de leurs DÉC soient consacrées à ce type d'émissions. Ce seuil constitue, pour le MCC, un minimum à atteindre.**

9. Après avoir pris connaissance des questions posées par le CRTC le 26 mars 2018 aux demandeurs, le MCC tient à souligner que la proposition qu'il a faite précédemment d'un seuil de 70 % ne représentait qu'un minimum et qu'il verrait donc d'un bon œil une exigence à l'effet que 75% des DÉC des grands groupes de langue française soient consacrées aux émissions originales produites en langue française, comme l'avaient recommandé plusieurs associations du milieu québécois<sup>1</sup>.
  10. Le MCC réitère aussi son ouverture à ce que cette exigence soit mise en oeuvre de manière graduelle au cours de la prochaine période de licence, mais uniquement pour les groupes dont la proportion actuelle de DÉC consacrée à des émissions originales de langue française serait considérablement inférieure au seuil de 75 %.
- II. Soutien à la production et la diffusion de vidéoclips et d'émissions de musique**
11. Le MCC constate que tous les grands groupes de langue française s'opposent, dans leurs réponses aux questions du CRTC, à l'imposition d'une exigence de dépenses qui serait dirigée vers un fonds indépendant dans le but de soutenir la diffusion et la production de vidéoclips.
  12. Selon eux, une telle obligation irait l'encontre de l'esprit de la politique « Parlons télé » et serait incompatible avec le nouveau cadre stratégique pour la télévision, en particulier l'élimination de l'exclusivité des genres<sup>2</sup>.
  13. En dépit de ces affirmations, le MCC estime important de réitérer que la musique joue un rôle essentiel à la télévision. Plus généralement, la musique revêt une importance particulière sur le plan culturel. Elle représente en effet une expression de la diversité culturelle en plus d'être un véhicule privilégié pour le rayonnement de notre culture. Au Québec, la musique de langue française est un mode d'expression qui permet d'affirmer la culture et l'identité québécoise.
  14. De plus, les émissions de musique et les vidéoclips contribuent grandement à la diversité de la programmation canadienne conformément à l'article 3(1) i) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Le CRTC a d'ailleurs reconnu, dans sa décision de radiodiffusion CRTC 2017-146,

<sup>1</sup> Entre autres l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), l'Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son (AQTIS), l'Association des Réalisateurs et Réalisatrices du Québec (ARRQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et l'Union des Artistes (UDA).

<sup>2</sup> Voir notamment la réponse de Québecor Média, paragraphe 9 (DM#3100489 – 6 avril 2018) et la réponse de Bell Média, R2 p.4 (DM#3100514 – 6 avril 2018).

que la promotion de la musique canadienne était importante et nécessitait un soutien réglementaire<sup>3</sup>.

15. Par contre, le MCC est d'avis que la décision du CRTC d'avoir supprimé les contributions obligatoires au Fonds Remstar pour les chaînes MusiquePlus et MAX, sans avoir prévu une mesure de remplacement, affaiblit la capacité de produire et de faire connaître l'expression culturelle francophone du Canada. Elle réduit ainsi la qualité et la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion.
16. Pour rappel, l'objectif du Fonds Remstar était notamment d'encourager l'essor de la musique en soutenant la production de vidéoclips et d'autres émissions qui mettent en valeur le talent musical canadien.
17. En outre, s'il est vrai que les émissions de musique (catégorie 8) font partie des émissions d'intérêt national (ÉIN), rien n'oblige les grands groupes de langue française à puiser dans cette catégorie pour atteindre leur seuil d'ÉIN.
18. Dans ce contexte, le MCC considère qu'une nouvelle mesure doit être mise en place pour assurer un financement adéquat des émissions de musique et des vidéoclips.
19. À défaut que le CRTC trouve un autre mécanisme qui permettrait d'atteindre cet objectif, et étant donné que le décret C.P. 2017-1060 du gouverneur en conseil demande spécifiquement au CRTC d'étudier comment s'assurer que les grands groupes de propriété de langue française contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions de musique, le MCC réitère au CRTC sa recommandation de s'assurer que tous les groupes de propriété de langue française consacrent un montant minimal de leurs dépenses, par exemple en émissions d'intérêt national, afin d'appuyer la production et la diffusion de vidéoclips de langue française et d'émissions de musique.
20. Ce montant pourrait être alloué à un fonds indépendant qui appuierait le financement de vidéoclips et d'émissions de musique.
21. À ce titre, puisque la politique sur l'exclusivité des genres a été abolie par le CRTC, rappelons que toutes les chaînes incluses dans les grands groupes de langue française peuvent désormais diffuser ce type d'émissions.

---

<sup>3</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, paragraphe 64.

22. Par ailleurs, le MCC note que dans ses questions adressées aux demandeurs le 26 mars 2018, le CRTC semble évoquer l'imposition d'une exigence de dépenses qui serait dirigée vers un fonds indépendant dans le but de soutenir uniquement la diffusion et la production de vidéoclips. Or, le MCC est d'avis que l'exigence du CRTC doit viser à soutenir non seulement les vidéoclips, mais également les autres émissions de musique pouvant être incluses dans la catégorie 8.
23. Le MCC fait d'ailleurs remarquer que le décret du gouverneur en conseil demande au CRTC d'étudier « comment s'assurer que ces groupes contribuent de façon notable à la création et à la présentation d'émissions originales de langue française et d'émissions de musique » (notre souligné).
24. Enfin, le MCC rappelle qu'il estime important que le CRTC surveille et publie des données spécifiques à propos de l'évolution des dépenses et la présence des émissions de musique (catégories 8 a, b et c) à la télévision francophone au cours de la prochaine période de licence.

### **III. L'intégration potentielle des chaînes Historia et Séries+ au groupe Bell Média**

25. Le MCC a pris note des questions adressées le 26 mars 2018 par le CRTC au groupe Bell Média sur la possibilité d'intégrer les chaînes Historia et Séries+ à son groupe actuel ou encore sur la possibilité de maintenir ces chaînes dans un groupe distinct avec leurs propres conditions de licence. Le CRTC s'interrogeait aussi, dans l'une ou l'autre de ces éventualités, sur les niveaux appropriés de DÉC et d'ÉIN qui devraient être imposés au groupe Bell Média.
26. Dans l'éventualité où l'acquisition de ces deux chaînes par Bell Média serait autorisée, le MCC souhaite indiquer que, peu importe la décision qui sera prise par le CRTC, l'important sera que chaque grand groupe de langue française se voit imposer un seuil minimum de dépenses en émissions originales de langue française ainsi que pour appuyer la production et la diffusion de vidéoclips et d'émissions de musique.

27. En ce qui concerne les niveaux de DÉC et d'ÉIN qui devraient être imposés au groupe Bell Média advenant son acquisition d'Historia et de Séries+, le MCC s'en remet au CRTC pour s'assurer que les seuils qui seront établis correspondront au niveau de dépenses historiques des dernières années et qu'ils ne constitueront pas des baisses à cet égard.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, mes salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des Communications,



Marie-Claude Champoux

c. c. M. Serge Bellerose, Bellerose média-conseil inc. (Groupe V Média inc.)  
M. Kevin Goldstein, Bell Média  
M<sup>me</sup> Karen Phillips, Corus Entertainment inc.  
M<sup>me</sup> Peggy Tabet, Québecor Média inc.

N/Réf. : 32508

Québec, le 30 août 2018

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

Monsieur le Secrétaire général,

En réponse à l'Avis de consultation de télécom et de radiodiffusion CRTC 2018-246 (Rapport sur les pratiques de vente au détail des grandes entreprises de services de télécommunication canadiennes) et conformément à l'article 26 des Règles de procédure, le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications et l'Office de la protection du consommateur, souhaite être considéré comme intervenant dans cette instance réglementaire et soumet les commentaires joints à la présente lettre.

Nous vous informons également que le gouvernement du Québec ne souhaite pas comparaître à l'audience publique débutant le 22 octobre 2018.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, nos salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des  
Communications,



Marie-Claude Champoux

p.j.

La vice-présidente de l'Office de  
la protection du consommateur,



Marjorie Thérberge

**AVIS DE CONSULTATION DE TÉLÉCOM ET DE RADIODIFFUSION CRTC  
2018-246**

***(RAPPORT SUR LES PRATIQUES DE VENTE AU DÉTAIL DES GRANDES  
ENTREPRISES DE SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATION CANADIENNES)***

**MÉMOIRE**

**DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (MCC)**

**ET**

**DE L'OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR (OPC)**

**AU NOM DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC,**

**AU**

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET  
DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**30 AOÛT 2018**

## **RÉSUMÉ**

Le gouvernement du Québec partage de l'information sur des mesures dont bénéficient les consommateurs québécois qui concluent des contrats avec des fournisseurs de services de télécommunication et de télévision. Ces mesures visent à établir un équilibre contractuel et à assurer la véracité de l'information qui est transmise au consommateur. Elles appartiennent à un système de protection cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par la Loi sur la protection du consommateur et le Code civil du Québec qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.

Le gouvernement du Québec souligne que de telles mesures résultent de l'exercice de sa compétence constitutionnelle exclusive en matière de droits civils.

## **TABLE DES MATIÈRES**

INTRODUCTION .....	1
ENSEMBLE DE PROTECTIONS.....	1
SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES.....	10
SANCTIONS CIVILES .....	11
CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS .....	12
CONCLUSION .....	12

## **INTRODUCTION**

1. Par la présente instance, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) souhaite notamment recueillir de l'information sur les « mesures de protection des consommateurs relatives aux pratiques de vente au détail et aux contrats pour les services de télécommunication actuellement mises en place afin, d'une part, de permettre aux consommateurs de prendre des décisions éclairées quant à leurs services de télécommunication et, d'autre part, de favoriser le traitement équitable des consommateurs dans leurs relations avec les entreprises de services de télécommunication »<sup>1</sup>.
2. Le gouvernement du Québec intervient dans la présente instance afin d'exposer sommairement un portrait de son régime de protection dont bénéficient les consommateurs qui concluent des contrats avec des fournisseurs de services de télécommunication et de télévision et pour rappeler que ce régime découle de l'exercice par le Québec de la compétence qui est la sienne en matière de protection du consommateur.

## **ENSEMBLE DE PROTECTIONS**

3. La protection du consommateur est une préoccupation de première importance pour le gouvernement du Québec. En 2009, il a introduit à sa Loi sur la protection du consommateur (LPC) un régime de protection qui régit les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services fournis à distance. Ce régime s'applique notamment aux fournisseurs de services de télécommunication et de télévision.
4. Les mesures prévues à ce régime se trouvent aux articles 214.1 à 214.11 de la LPC. Elles encadrent le contenu du contrat, son renouvellement et sa résiliation par le consommateur. Elles s'intéressent aussi au dépôt de garantie et au paiement des services pendant que l'équipement nécessaire à leur utilisation est en réparation.
5. L'intégration de ces mesures à la LPC s'est faite en considérant les autres dispositions avec lesquelles elles auraient à cohabiter ainsi que les solutions déjà offertes par cette loi et le Code civil du Québec.
6. Les protections applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance ne sont, en effet, qu'une composante d'un ensemble de protections prévues dans la LPC dont peut se prévaloir le consommateur québécois qui a conclu un contrat avec un fournisseur de services de télécommunication et de télévision.

---

<sup>1</sup> Annexe 2 de l'Avis de consultation de télécom et de radiodiffusion CRTC 2018-246.

7. Sur le contenu de la LPC et des objectifs qu'elle poursuit, rappelons que la Cour suprême du Canada enseigne ce qui suit :

*La Loi sur la protection du consommateur applicable aujourd'hui institue un régime juridique beaucoup plus élaboré que celui établi par sa version précédente. Son adoption témoigne de la volonté du législateur québécois d'étendre la protection de la L.p.c. à un ensemble plus vaste de contrats et de régir explicitement certaines pratiques de commerce jugées dolosives pour le consommateur. Concrètement, la loi est divisée en sept titres qui reflètent les grandes orientations du droit québécois de la consommation. Le titre I, intitulé « Contrats relatifs aux biens et aux services », contient des dispositions qui visent principalement à rétablir l'équilibre contractuel entre le commerçant et le consommateur. Le titre II, intitulé « Pratiques de commerce », assimile à des pratiques interdites certains comportements commerciaux afin d'assurer la véracité de l'information transmise au consommateur par la publicité ou autrement.<sup>2</sup>*

[...]

*Le premier objectif de la L.p.c. est le rétablissement d'un équilibre dans les relations contractuelles entre les commerçants et le consommateur. La nécessité de ce rééquilibrage découle de la faiblesse du pouvoir de négociation du consommateur face aux commerçants, autant lors de la conclusion d'un contrat qu'au moment du règlement de problèmes survenant au cours de leurs relations contractuelles. Elle découle également du risque de vulnérabilité informationnelle auquel est exposé le consommateur à toutes les étapes de ses rapports avec des commerçants. En somme, les obligations imposées aux commerçants et le formalisme des contrats régis par la loi visent à établir un équilibre contractuel entre les commerçants et le consommateur.<sup>3</sup>*

*La L.p.c. possède comme second objectif l'élimination des pratiques déloyales et trompeuses susceptibles de fausser l'information dont dispose le consommateur et de l'empêcher de faire des choix éclairés. Les mesures imposées par le législateur pour atteindre cet objectif se retrouvent, pour la*

---

<sup>2</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 41.

<sup>3</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 160, références omises.

*majorité, au titre II de la L.p.c., dont nous avons discuté plus haut.<sup>4</sup>*

*Par la réalisation de ces deux objectifs, le législateur cherche à sauvegarder l'existence d'un marché efficient où le consommateur peut intervenir avec confiance.<sup>5</sup>*

8. La LPC contient en effet plusieurs mesures qui s'intéressent à la qualité du consentement donné par le consommateur de façon à ce que la décision de conclure un contrat avec une entreprise soit le résultat d'une décision éclairée et réfléchie.
9. Ces différentes mesures visent notamment à favoriser la prise de connaissance par le consommateur des modalités qui régiront le contrat, à permettre au consommateur de résoudre le contrat qu'il a conclu dans certaines circonstances, à limiter la capacité du commerçant à modifier unilatéralement les modalités contractuelles auxquelles le consommateur a initialement adhéré et à rendre responsables les commerçants du contenu de leurs représentations.
10. **Contenu et formation du contrat.** La LPC exige que certains contrats contiennent obligatoirement certains renseignements. C'est le cas du contrat à exécution successive de service fourni à distance qui doit contenir de l'information qui concerne, entre autres, les parties, les services, les tarifs, l'obligation totale du consommateur, l'équipement, les rabais consentis, la durée du contrat, la modification du contrat et sa résiliation par le consommateur. Afin de faciliter la prise de connaissance de ces informations importantes, le Règlement d'application de la LPC prévoit qu'elles doivent être présentées au début du contrat et être rédigées clairement et lisiblement.
11. La LPC assujettit également la formation de certains contrats à des règles de formalisme. Le contrat à exécution successive de service fourni à distance compte au nombre de ces contrats. Les règles de formation du contrat, prévues aux articles 23 à 33 de la LPC, exigent que le contrat qui est proposé au consommateur soit constaté sur un support papier. L'entreprise doit d'abord signer, à la dernière page, le contrat et un double de ce dernier. L'entreprise doit ensuite remettre au consommateur le contrat et lui permettre de prendre connaissance de ses termes et de sa portée. Le consommateur qui accepte de conclure le contrat proposé doit apposer sa signature à la dernière page de ce contrat et de son double.
12. Le contrat n'est formé que lorsque l'entreprise et le consommateur l'ont signé. L'entreprise doit remettre le double du contrat au consommateur après la

---

<sup>4</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 161, référence omise.

<sup>5</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 162.

signature. Le consommateur n'est tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession de ce double du contrat.

13. Ce processus, qui encadre la formation de certains contrats de consommation, donne l'occasion au consommateur, avant qu'il n'accepte de les conclure, de prendre connaissance de l'ensemble des modalités qui y sont prévues et qui sont susceptibles d'avoir des conséquences importantes pour lui. Dans le cas des contrats de services de télécommunication et de télévision, ces modalités peuvent impliquer des sommes importantes et contiennent les règles qui régiront une relation contractuelle pouvant s'échelonner sur de nombreuses années.
14. Puisque selon les règles applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance, le fournisseur de services de télécommunication et de télévision doit indiquer, au tout début du contrat, certaines informations importantes relatives au contrat de service, ce processus facilite également la comparaison des représentations faites par les vendeurs avec le contenu du contrat, et ce, avant que le consommateur n'y appose sa signature et que celui-ci ne soit formé.
15. Il importe de noter que le processus prévu aux articles 23 à 33 de la LPC ne s'applique pas lorsque le contrat est conclu au téléphone ou par Internet, ce mode de conclusion du contrat étant plutôt régi par les articles 54.1 à 54.16 de la LPC. Ces règles, qui s'appliquent au contrat de consommation conclu à distance, y compris celui conclu avec un fournisseur de services de télécommunication et de télévision, exigent de l'entreprise qu'elle porte expressément à la connaissance du consommateur un certain nombre de renseignements avant la conclusion du contrat (description du service, tarif, conditions d'annulation et de résiliation du contrat, etc.) et qu'un exemplaire du contrat, reprenant ces informations, soit transmis au consommateur dans les quinze jours de sa conclusion.
16. **Faculté de résoudre le contrat.** Certains modes de conclusion du contrat peuvent être moins propices à une prise de décision éclairée de la part du consommateur. C'est le cas du contrat conclu avec un commerçant au domicile du consommateur ou du contrat conclu à distance, par exemple par Internet ou par téléphone. Pour ces deux modes de conclusion du contrat, la LPC prévoit que le consommateur peut résoudre, à certaines conditions, le contrat conclu.
17. Si le contrat de consommation, y compris celui conclu avec un fournisseur de service de télécommunication et de télévision, est conclu au domicile du consommateur, celui-ci peut résoudre le contrat, sans frais, à sa seule discrétion, dans les dix jours qui suivent celui où chacune des parties est en possession d'un double du contrat. Le contrat doit contenir un certain nombre d'informations, dont celle relative à cette faculté de résolution. Le

consommateur peut également résoudre le contrat dans un délai d'un an à compter de la date de formation du contrat dans certaines circonstances, notamment dans le cas où le commerçant itinérant n'est pas titulaire du permis requis par la LPC. L'entreprise doit également annexer au double du contrat, qu'elle doit remettre au consommateur, un Énoncé des droits de résolution du consommateur et un formulaire de résolution.

18. Si le contrat de consommation est conclu à distance, le consommateur peut résoudre le contrat si l'entreprise n'a pas porté expressément à sa connaissance les renseignements obligatoires; si, s'agissant d'une offre écrite, elle n'a pas présenté ces renseignements de façon à ce que le consommateur puisse aisément les conserver; si, avant la conclusion du contrat, elle n'a pas donné expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser la proposition et d'en corriger les erreurs; si elle n'a pas transmis au consommateur un exemplaire du contrat dans le délai exigé ou si le contrat transmis est incomplet ou contient de l'information qui diffère de celle donnée avant la conclusion du contrat; ou si elle n'a pas fourni le bien ou le service à l'intérieur d'un certain délai. Le consommateur peut alors résoudre sans frais le contrat en transmettant un avis à cet effet (verbal ou écrit) à l'entreprise à l'intérieur des délais prévus à la LPC. À titre d'exemple quant aux délais applicables, le consommateur peut résoudre le contrat dans les sept jours suivant la réception de son état de compte si c'est à ce moment qu'il constate que le commerçant n'a pas divulgué, avant la conclusion du contrat, tous les renseignements obligatoires ou qu'il ne les a pas divulgués conformément à ce qu'exige la LPC.
19. **Modification du contenu contractuel.** La LPC prévoit également des règles qui limitent la capacité d'un commerçant à modifier unilatéralement les conditions du contrat qui ont été initialement acceptées par le consommateur.
20. L'article 11.2 énonce les conditions auxquelles une entreprise peut prévoir à son contrat une clause par laquelle elle s'octroie la faculté d'en modifier unilatéralement le contenu. Ces conditions s'appliquent à tous les contrats de consommation (contrat de vente, contrat de location, contrat de service, etc.).
21. Selon l'article 11.2 de la LPC, une entreprise ne peut prévoir dans un contrat de consommation une clause qui lui permet d'en modifier les éléments essentiels.
22. Afin qu'une entreprise qui ne s'est pas engagée pour une période déterminée ne soit pas tenue de fournir son service au même prix pendant de nombreuses années, l'article 11.2 de la LPC énonce également que l'entreprise qui a conclu un contrat de service à durée indéterminée peut prévoir une clause qui lui permet d'en modifier les éléments essentiels, dont le prix.

23. Cet article permet aussi qu'un contrat de consommation contienne une clause qui permet à l'entreprise d'en modifier unilatéralement les éléments non essentiels.

24. Dans les cas où une clause de modification unilatérale peut être prévue dans le contrat de consommation, cette clause doit contenir obligatoirement certaines informations. Ces informations concernent les éléments du contrat pouvant faire l'objet d'une modification unilatérale, l'avis qui doit être transmis au consommateur et les droits du consommateur en cas de refus de la modification.

25. **Représentations faites au consommateur.** Plusieurs dispositions de la LPC s'intéressent aux représentations qui sont faites par les commerçants aux consommateurs. À titre d'exemple, la LPC prévoit aux articles 41 et 42 que :

*41. Un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant ou le fabricant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant ou ce fabricant.*

*42. Une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant ou d'un fabricant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant ou ce fabricant.*

26. Certains commerçants tentent de se soustraire aux obligations qui découlent des représentations faites par leur représentant en introduisant dans le contrat de consommation des clauses qui prévoient le contraire de ce qu'énoncent ces articles, pourtant d'ordre public. Le Règlement d'application de la LPC interdit l'insertion au contrat de consommation de plusieurs clauses qui ont pour effet de désinformer le consommateur sur les droits dont il dispose réellement en vertu de la LPC. À titre d'exemple, l'article 25.5 prévoit que :

*25.5. Est interdite la stipulation qui vise à exclure ou limiter l'obligation du commerçant ou du fabricant d'être lié par la déclaration écrite ou verbale à propos d'un bien ou d'un service faite par son représentant.*

27. Le titre II de la LPC s'intéresse quant à lui à la véracité de l'information transmise au consommateur en interdisant plusieurs pratiques de commerce. À l'instar de toutes entreprises, les fournisseurs de services de télécommunication et de télévision doivent respecter les règles qui y sont prévues.

28. Comme le souligne la Cour suprême du Canada, *un des objectifs principaux du titre II de la L.p.c. est la protection du consommateur contre les*

représentations fausses ou trompeuses. Un nombre important de pratiques qu'il interdit sont reliées à la véracité de l'information transmise au consommateur. L'article 219 L.p.c. exprime de façon particulièrement nette cet objectif. En effet, il interdit de façon générale à tout commerçant, fabricant ou publicitaire, de faire par quelque moyen que ce soit, une représentation fausse ou trompeuse à un consommateur. En effet, la notion de « représentation » est définie à l'art. 216 L.p.c. comme comprenant une affirmation, un comportement ou une omission. Des interdictions relatives à certaines représentations spécifiques (art. 220 à 251 L.p.c.) complètent l'art. 219 L.p.c.<sup>6</sup>

29. Parmi les nombreuses pratiques de commerce qui sont interdites par le titre II de la LPC, notons les suivantes :

219. *Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, faire une représentation fausse ou trompeuse à un consommateur.*

220. *Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit :*  
a) *attribuer à un bien ou à un service un avantage particulier;*  
[...]

222. *Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit :*  
a) *invoquer une circonstance déterminée pour offrir un bien ou un service;*  
b) *déprécier un bien ou un service offert par un autre;*  
[...]

224. *Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit :*  
a) *accorder, dans un message publicitaire, moins d'importance au prix d'un ensemble de biens ou de services, qu'au prix de l'un des biens ou des services composant cet ensemble;*  
[...]  
b) *divulguer, dans un message publicitaire, le montant des versements périodiques à faire pour l'achat ou le louage à long terme d'un bien ou l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du bien ou du service ou, dans le cas du louage à long terme d'un bien, la valeur au détail du bien et sans faire ressortir ce prix ou cette valeur d'une façon plus évidente;*  
c) *exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé.*

---

<sup>6</sup>Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 44.

[...]

*Aux fins du paragraphe c du premier alinéa, le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du bien ou du service. Toutefois, ce prix peut ne pas comprendre la taxe de vente du Québec, ni la taxe sur les produits et services du Canada. Le prix annoncé doit ressortir de façon plus évidente que les sommes dont il est composé.*

*225. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut faussement, par quelque moyen que ce soit :*

- a) invoquer une réduction de prix;*
- b) indiquer le prix courant ou un autre prix de référence pour un bien ou un service;*
- c) laisser croire que le prix d'un bien ou d'un service est avantageux.*

*228. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.*

*230. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit :*

- a) exiger quelque somme que ce soit pour un bien ou un service qu'il a fait parvenir ou rendu à un consommateur sans que ce dernier ne l'ait demandé;*
- b) prétexter un motif pour la sollicitation portant sur la vente d'un bien ou la prestation d'un service;*
- c) exiger du consommateur à qui il a fourni, gratuitement ou à un prix réduit, un service ou un bien pendant une période déterminée, un avis au terme de cette période indiquant qu'il ne souhaite pas obtenir ce service ou ce bien au prix courant.*

*232. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, accorder dans un message publicitaire, plus d'importance à la prime qu'au bien ou au service offert.*

*On entend par « prime » un bien, un service, un rabais ou un autre avantage offert ou remis à l'occasion de la vente d'un bien ou de la prestation d'un service et qui peut être attribué ou est susceptible d'être obtenu, immédiatement ou d'une manière différée, chez le commerçant, le fabricant ou le publicitaire, soit à titre gratuit soit à des conditions présentées explicitement ou implicitement comme avantageuses.*

30. L'article 218 de la LPC prévoit que pour déterminer si une représentation constitue une pratique interdite, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés.
31. Selon la Cour suprême du Canada, l'article 218 de la LPC pose le critère de la première impression.<sup>7</sup>
32. Elle est d'avis que le critère de l'impression générale prévu à l'article 218 de la LPC doit être appliqué dans une perspective similaire à celle de « l'acheteur ordinaire pressé », c'est-à-dire celle d'un consommateur qui ne prête rien de plus qu'une attention ordinaire à ce qui lui saute aux yeux lors d'un premier contact avec la représentation.<sup>8</sup>
33. Le consommateur visé par le titre II de la LPC est crédule et inexpérimenté.<sup>9</sup>
34. Le test élaboré afin d'évaluer la véracité d'une représentation est le suivant : *(1) décrire d'abord l'impression générale que la représentation est susceptible de donner chez le consommateur crédule et inexpérimenté; (2) déterminer ensuite si cette impression générale est conforme à la réalité. Dans la mesure où la réponse à cette dernière question est négative, le commerçant aura commis une pratique interdite.*<sup>10</sup>
35. **Code civil du Québec.** Les règles prescrites par la LPC et son Règlement d'application sont complétées par les règles générales du droit civil québécois qui sont principalement prévues au Code civil du Québec et qui régissent à la fois les contrats et les rapports entre les personnes qui concluent ces contrats.
36. Le Code civil du Québec établit les principes qui sont à la base même de la théorie générale des obligations et énonce des règles générales qui s'appliquent à tout contrat, quelle qu'en soit la nature. Ces règles établissent les conditions de formation du contrat que sont le consentement, la capacité, la cause, l'objet et, en certains cas, la forme du contrat et fixent la sanction de l'inobservation de ces obligations.

---

<sup>7</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 57.

<sup>8</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 67.

<sup>9</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 78.

<sup>10</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 78.

## **SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES**

37. Afin de sanctionner les manquements à la loi commis par les commerçants, le législateur a assorti la L.p.c. de sanctions administratives, civiles et pénales qui, conjointement, constituent le « bras armé » de la loi.<sup>11</sup>
38. Les consommateurs sont peu disposés à entreprendre des démarches individuelles pour des réclamations relativement modestes et ces démarches ont, quant à elles, une capacité limitée à amener une entreprise à modifier ses pratiques de commerce et le contenu des contrats qu'elle propose.
39. Ce constat témoigne de l'importance qu'un organisme public, investi des pouvoirs nécessaires à cet effet, ait pour mandat de surveiller l'application des exigences prévues à la LPC, et à son Règlement d'application, de façon à ce que les entreprises utilisent des pratiques de commerce et des contrats qui sont conformes avec l'ensemble des exigences qui y sont prévues. L'OPC est l'organisme responsable de l'application et de la surveillance de la LPC. Pour réaliser ce mandat, la présidente de l'OPC dispose notamment de pouvoirs d'enquête et d'inspection, du pouvoir d'annuler, de suspendre ou de refuser la délivrance d'un permis, du pouvoir de conclure des engagements volontaires et du pouvoir de demander des injonctions, entre autres, pour obtenir de la Cour supérieure qu'elle ordonne à une entreprise de ne plus se livrer à une pratique de commerce interdite ou de cesser d'insérer dans son contrat une clause qui est interdite.
40. À ces pouvoirs s'ajoute la possibilité que des poursuites pénales soient intentées à l'encontre d'une entreprise qui contrevient à la LPC ou au Règlement d'application de la LPC. Le contrevenant est alors passible d'une amende qui peut atteindre 100 000 \$ par infraction, montant qui pourra être doublé en cas de récidive.
41. Les activités de surveillance de l'OPC découlent des plaintes et des dénonciations qui lui sont transmises par les consommateurs, par les commerçants eux-mêmes à l'encontre d'entreprises concurrentes et par des associations de consommateurs. L'OPC planifie également des activités de surveillance préventives, dans le cadre de programmes de surveillance.
42. Ces activités de surveillance consistent en des vérifications, des inspections et des enquêtes pouvant mener à des interventions directes auprès des commerçants. Il peut s'agir, entre autres, d'un avis de rappel des dispositions de la loi, d'un avis d'infraction ou d'une poursuite pénale.
43. Au cours de l'année 2017-2018, l'OPC a reçu 25 560 plaintes de la part du public. Le secteur des télécommunications compte au nombre des principaux secteurs ayant fait l'objet de plaintes.

---

<sup>11</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 99.

## SANCTIONS CIVILES

44. En cas de non-respect par l'entreprise des obligations prévues à la LPC, le consommateur peut exercer un recours civil et demander les réparations prévues à la Loi. Il peut donc obtenir, selon le cas, l'exécution de l'obligation, l'autorisation de la faire exécuter aux frais de l'entreprise, la réduction de son obligation, la résiliation ou la nullité du contrat, et ce, sans préjudice de sa demande en dommages-intérêts compensatoires. Il peut également demander des dommages-intérêts punitifs.
45. Selon la Cour suprême du Canada, *la commission d'une pratique interdite peut entraîner l'application d'une présomption absolue de préjudice. En conséquence, le consommateur n'a pas à prouver le dol et ses conséquences selon les règles ordinaires du droit civil pour avoir accès aux mesures de réparation contractuelles prévues à l'art. 272 L.p.c. De même, le commerçant ou le fabricant poursuivi ne peut soulever un moyen de défense basé sur le « dol éclairé et non préjudiciable ».*<sup>12</sup>
46. *Le consommateur qui souhaite bénéficier de cette présomption doit prouver les éléments suivants : (1) la violation par le commerçant ou le fabricant d'une des obligations imposées par le titre II de la loi; (2) la prise de connaissance de la représentation constituant une pratique interdite par le consommateur; (3) la formation, la modification ou l'exécution d'un contrat de consommation subséquente à cette prise de connaissance, et (4) une proximité suffisante entre le contenu de la représentation et le bien ou le service visé par le contrat. Selon ce dernier critère, la pratique interdite doit être susceptible d'influer sur le comportement adopté par le consommateur relativement à la formation, à la modification ou à l'exécution du contrat de consommation. Lorsque ces quatre éléments sont établis, les tribunaux peuvent conclure que la pratique interdite est réputée avoir eu un effet dolosif sur le consommateur. Dans un tel cas, le contrat formé, modifié ou exécuté constitue, en soi, un préjudice subi par le consommateur. L'application de cette présomption lui permet ainsi de demander, selon les mêmes modalités que celles décrites ci-dessus, l'une des mesures de réparation contractuelles prévues à l'art. 272 L.p.c.*<sup>13</sup>
47. Le consommateur peut intenter un recours individuel ou une action collective. Les actions collectives, qui sont exercées en Cour supérieure conformément aux règles prévues au Code de procédure civile, représentent, en droit de la consommation, un instrument d'accès à la justice d'une importance fondamentale. Il s'agit en effet d'un instrument permettant de rendre justice à une multitude de consommateurs dont les réclamations, souvent modestes, ne favorisent pas la poursuite de démarches individuelles. Il joue non seulement un rôle curatif important, mais également un rôle préventif qui est

<sup>12</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 123.

<sup>13</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 124.

complémentaire au dispositif de sanctions administratives et pénales précédemment décrit.

## **CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS**

48. Annuellement, plus de 130 000 consommateurs communiquent avec l'OPC pour obtenir de l'information sur leurs droits et recours, se renseigner sur un commerçant, porter plainte contre l'un d'entre eux ou dénoncer un manquement à la loi. Ces demandes, traitées par une équipe d'une quarantaine d'inspecteurs en conformité législative et réglementaire répartie sur l'ensemble du territoire québécois, se font principalement par voie téléphonique, alors qu'un certain nombre de consommateurs présentent leur demande par courriel, par le site Web de l'OPC ou en personne dans l'un des onze bureaux régionaux.
49. Un sondage effectué auprès des usagers des services de l'OPC au cours de l'hiver 2016 révèle qu'au moins 80 % des consommateurs sondés sont d'avis que l'information obtenue par téléphone ou sur le site Web de l'OPC leur a été utile. Près de 80 % des répondants sont d'accord pour dire que l'OPC a contribué à résoudre le problème qu'ils avaient avec un commerçant.
50. Le consommateur qui communique avec l'OPC peut obtenir une trousse d'information qui a pour but de l'appuyer dans la résolution de son problème avec le commerçant. En 2017-2018, plus de 27 000 trousse ont été envoyées à des consommateurs. Ces trousse d'information concernent, entre autres, la vente itinérante, les pratiques commerciales interdites, les services de téléphonie, d'Internet et de télévision et l'achat à distance.
51. Chaque trousse vulgarise les dispositions des lois qui s'appliquent à la situation vécue par le consommateur. En plus d'expliquer clairement la démarche à suivre pour régler le problème qui oppose le consommateur à un commerçant, elle comprend un formulaire de mise en demeure que le consommateur peut envoyer à un commerçant.

## **CONCLUSION**

52. Le gouvernement du Québec estime important de soumettre la présente intervention afin de partager avec le CRTC de l'information sur des mesures dont bénéficient les consommateurs québécois qui concluent des contrats de consommation avec des fournisseurs de services de télécommunication et de télévision. Ces mesures visent à établir un équilibre contractuel entre le commerçant et le consommateur et à assurer la véracité de l'information qui lui est transmise.

53. Elles appartiennent à un système de protection cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par la LPC et le Code civil du Québec qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.
54. Le gouvernement du Québec prend acte de la volonté du CRTC de recueillir de l'information sur les pratiques de vente des grandes entreprises de services de télécommunication et, plus particulièrement, d'examiner la relation qu'entretiennent les fournisseurs de services avec les représentants commerciaux et les préposés au service à la clientèle afin d'identifier les éléments de cette relation qui pourraient contribuer à l'utilisation de pratiques trompeuses ou agressives, tels que la structure de rémunération des fournisseurs de services. Toutefois, en ce qui concerne l'encadrement des contrats conclus avec les consommateurs québécois et des pratiques de commerce des fournisseurs qui commercialisent des services auprès de tels consommateurs, peu importe les décisions qui seront prises par le CRTC, le gouvernement du Québec entend maintenir et continuer d'appliquer l'ensemble des règles qui sont prévues dans sa législation de façon à ce que le consommateur québécois puisse bénéficier de l'ensemble des protections que le législateur québécois a soigneusement mis en place au cours des quarante dernières années.
55. Ces protections sont le résultat de l'exercice par le Québec de sa compétence constitutionnelle exclusive en matière de droits civils. À cet égard, le Québec tient à réitérer qu'il revient au Parlement du Québec de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles. Le CRTC se doit, par conséquent, de s'abstenir d'intervenir d'une façon qui constituerait un empiètement ou une atteinte à cet exercice légitime et d'être respectueux des décisions prises par le Parlement du Québec dans l'intérêt des consommateurs québécois.

\*\*\*FIN DU DOCUMENT\*\*\*

Québec, le 19 décembre 2018

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

Monsieur le Secrétaire général,

En réponse à l'Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422 (*Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les services Internet*) et conformément à l'article 26 des *Règles de procédure*, le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications et l'Office de la protection du consommateur, souhaite être considéré comme intervenant dans cette instance réglementaire et soumet les commentaires joints à la présente lettre.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, nos salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des  
Communications,

La présidente de l'Office de la  
protection du consommateur,



Marie-Claude Champoux



Ginette Galarneau

N/Réf. : 33844

P. j.

**AVIS DE CONSULTATION DE TÉLÉCOM CRTC 2018-422**

**(INSTANCE DANS LE BUT D'ÉTABLIR UN CODE OBLIGATOIRE POUR LES  
SERVICES INTERNET)**

**MÉMOIRE**

**DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (MCC)**

**ET**

**DE L'OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR (OPC)**

**AU NOM DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC,**

**AU**

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET  
DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**19 DÉCEMBRE 2018**

## **RÉSUMÉ**

Le Québec a mis en place un dispositif de droits civils qui vise plusieurs des aspects auxquels s'intéresse aussi le code de conduite envisagé par le CRTC sur les services d'accès Internet fixes de détail. Ces divers aspects constituent en fait des éléments incontournables d'un dispositif de droits civils qui énonce les principes applicables à une relation contractuelle. Les mesures prévues à ce dispositif se trouvent au Code civil du Québec et à la Loi sur la protection du consommateur. Elles tiennent compte des particularités que comporte une relation contractuelle lorsque l'une des parties est un consommateur.

Ces mesures appartiennent à un système de protections cohérent et intégré qui résulte de l'exercice par le Québec de sa compétence législative exclusive en matière de propriété et de droits civils.

Le code envisagé par le CRTC contient des mesures qui empièteraient sur cette compétence et ce code pourrait constituer un inquiétant outil de désinformation quant aux droits et recours dont bénéficie véritablement le consommateur québécois.

## **TABLE DES MATIERES**

INTRODUCTION .....	1
UNE INITIATIVE QUI MENACE LES INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS .....	3
LE DISPOSITIF DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR QUÉBÉCOIS.....	5
SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES.....	18
SANCTIONS CIVILES .....	19
CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS .....	19
CONCLUSION .....	20

## **INTRODUCTION**

1. Par le présent avis, le CRTC amorce une instance dans le but d'établir un code de conduite obligatoire portant sur la clarté et le contenu des contrats de services d'accès Internet fixes de détail et sur d'autres questions connexes.
2. Le CRTC se dit inquiet de l'absence de code de conduite pour les services d'accès Internet fixes dans un milieu où de tels codes existent pour les marchés des services sans fil mobiles et des services de télévision.
3. De façon préliminaire, il est d'avis que la création d'un tel code de conduite est nécessaire pour répondre aux préoccupations des consommateurs relatives aux services Internet et d'autres questions connexes, notamment la clarté du contrat, la clarté des offres promotionnelles, la prévention des factures-surprises et la réduction des obstacles pour changer de fournisseur de service.
4. Le CRTC est d'avis que le code sur les services Internet devrait aborder les questions suivantes : clarté; contrat et documents connexes; résumé des renseignements essentiels; modifications du contrat et des documents connexes; outils de gestion de la facture; questions liées à l'équipement; résiliation et prolongation du contrat; dépôt de garantie; débranchement.
5. Dans le document de travail relatif au code sur les services Internet, il est indiqué que le code est créé afin que les consommateurs de services d'accès Internet fixes de détail connaissent mieux leurs droits et leurs responsabilités associés à leurs contrats avec les fournisseurs de services Internet.
6. Si un tel code devait être élaboré, il s'agirait d'un code de conduite supplémentaire qui vise, encore une fois, directement la relation contractuelle entre deux parties, dont l'une est un consommateur, en énonçant des mesures qui tiennent compte de la nature très particulière de cette partie. Ces mesures s'intéressent au consentement éclairé du consommateur, au contenu du contrat, aux conditions selon lesquelles un contenu auquel le consommateur a valablement consenti peut par la suite être modifié unilatéralement par l'autre partie, aux modalités applicables en cas de défaut du consommateur de respecter ses obligations, à la résiliation du contrat par l'une ou l'autre des parties et aux effets d'une telle résiliation.
7. Ces divers aspects, qui ponctuent les différentes étapes d'un lien contractuel, constituent des éléments incontournables d'un dispositif de droits civils qui énonce les principes applicables à une relation contractuelle. Le Code civil du Québec, qui établit les principes qui sont à la base même de la théorie générale des obligations, contient en effet des règles qui s'intéressent à chacun de ces aspects.

8. Plusieurs règles qui sont prévues au Code civil du Québec s'articulent autour du principe de la liberté contractuelle, du consensualisme et de la force obligatoire du contrat. Elles reposent sur la prémisse que les parties sont libres de s'engager et que ce que les parties au contrat ont voulu librement ne peut être inéquitable. L'incapacité d'une telle approche à limiter les excès d'un rapport contractuel de consommation qui est caractérisé par un déséquilibre inhérent entre les parties, notamment parce que le contrat est rédigé exclusivement par le commerçant, est à l'origine du droit québécois de la consommation.
9. Ainsi, aux grands principes qui gouvernent le droit québécois des obligations se greffe une panoplie de dispositions qui tiennent compte des particularités que comporte une relation contractuelle lorsque l'une des parties est un consommateur. En effet, une telle partie comporte des vulnérabilités spécifiques qui requièrent que des modalités particulières soient ajoutées aux grands principes de droits civils prévus au Code civil du Québec qui gouvernent la relation contractuelle entre deux parties. Le Code civil du Québec contient d'ailleurs des dispositions qui visent spécifiquement le contrat de consommation et le contrat d'adhésion. La Loi sur la protection du consommateur (ci-après la LPC) constitue toutefois la pièce maîtresse du droit québécois de la consommation.
10. La LPC énonce que les dispositions qu'elle contient s'ajoutent à toute disposition d'une autre loi qui accorde un droit ou un recours au consommateur. Ces dispositions sont d'ordre public : on ne peut déroger à la LPC par une convention particulière et le consommateur ne peut renoncer à un droit que lui confère la LPC.
11. Comme le rappelle la Cour suprême du Canada, les mesures prévues à cette loi visent à rétablir un équilibre dans les relations contractuelles entre les commerçants et le consommateur :

*La nécessité de ce rééquilibrage découle de la faiblesse du pouvoir de négociation du consommateur face aux commerçants, autant lors de la conclusion d'un contrat qu'au moment du règlement de problèmes survenant au cours de leurs relations contractuelles. Elle découle également du risque de vulnérabilité informationnelle auquel est exposé le consommateur à toutes les étapes de ses rapports avec des commerçants. En somme, les obligations imposées aux commerçants et le formalisme des contrats régis par la loi visent à établir un équilibre contractuel entre les commerçants et le consommateur.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, par. 160, références omises.

12. Le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications du Québec et l'Office de la protection du consommateur du Québec, a participé aux différentes instances portant sur la mise en place d'un code de conduite relatif aux services sans fil mobiles et aux services de télévision.
13. À chaque occasion, il a vigoureusement dénoncé ces initiatives qui contiennent des mesures qui constituent un empiètement inacceptable sur la compétence du Québec en matière de propriété et de droits civils.
14. À chaque occasion, il a rappelé au CRTC qu'il revient au Parlement du Québec de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
15. À chaque occasion, le Québec a rappelé qu'il a exercé la compétence qui est la sienne en matière de propriété et de droits civils et que, conséquemment, le consommateur québécois qui a conclu un contrat à exécution successive de service fourni à distance tel que, notamment, un contrat relatif à des services de téléphonie mobile, à des services de télévision ou à des services d'accès à Internet, bénéficie de nombreuses protections prévues au Code civil du Québec et à la LPC. Ces protections appartiennent à un système de protections cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par ces lois qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.
16. Enfin, à chaque occasion, il a réitéré que peu importe les décisions qui seront prises par le CRTC, le Québec maintiendra et continuera d'appliquer l'ensemble des règles qui sont prévues dans sa législation de façon à ce que le consommateur québécois puisse bénéficier de l'ensemble des protections que le législateur québécois a soigneusement mis en place au cours des quarante dernières années.

## **UNE INITIATIVE QUI MENACE LES INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS**

17. Une analyse comparée des règles prévues au dispositif de protection du consommateur québécois avec celles envisagées au code de conduite pour les services d'accès Internet a tôt fait de révéler que le régime de protection québécois comprend plusieurs protections qui sont nettement supérieures à celles prévues au code de conduite.
18. En élaborant un tel code, le CRTC réussira moins à protéger les consommateurs qu'à fournir à certaines entreprises, peu soucieuses de respecter les plus hauts standards de protection des consommateurs, un formidable outil de désinformation quant aux véritables droits et recours dont bénéficient les consommateurs québécois.

19. Les informations fournies par le CRTC dans son avis de consultation sont elles-mêmes susceptibles d'induire le lecteur en erreur. En effet, l'avis de consultation ne fait aucunement référence aux régimes de protections qui ont été mis en place par les provinces dans le cadre de l'exercice de leur compétence législative exclusive en matière de propriété et de droits civils. À cet égard, il est à noter que plusieurs des règles québécoises exposées dans le présent mémoire ont leurs équivalents dans les autres régimes de protection provinciaux. D'ailleurs, plusieurs de ces règles découlent d'accords d'harmonisation conclus entre les ministres responsables de la protection du consommateur au Canada.
20. Non seulement l'avis de consultation fait-il complètement abstraction des régimes de protection provinciaux, mais le contenu du présent avis laisse croire au lecteur, à tort, qu'à défaut d'élaborer un tel code, le consommateur qui conclut un contrat de service d'accès Internet ne bénéficie d'aucune protection. L'absence de protection pour les consommateurs quant aux éléments envisagés au code dans le secteur des services d'accès Internet serait une telle source d'inquiétude pour le CRTC que celui-ci se dit d'avis que la création d'un code est nécessaire pour répondre aux préoccupations des consommateurs.
21. Force est de constater que l'approche du CRTC dans la présente instance se distingue de celle du CRTC dans l'instance portant sur le code relatif aux services sans fil. En effet, la volonté de ne pas porter atteinte aux intérêts des consommateurs qui bénéficient de protections en vertu des dispositifs de protection provinciaux était une préoccupation présente tout au long de la démarche du CRTC au cours de cette instance. Celui-ci avait en effet manifesté un souci constant à ce que son initiative serve véritablement les intérêts des consommateurs et ne se transforme pas en un outil de désinformation quant à l'ensemble des droits et recours dont disposent réellement les consommateurs et, lorsque de tels recours sont exercés, en un outil servant à tenter de les faire dérailler.
22. Cette volonté du CRTC s'est concrétisée par la mise en place d'un code de conduite s'inspirant grandement du régime québécois de protection du consommateur applicable au contrat à exécution successive de service fourni à distance. Elle s'est également concrétisée par la reconnaissance expresse par le CRTC que son code de conduite cohabite avec les règles provinciales, et ce, malgré les demandes répétées de certaines entreprises à ce que le CRTC considère plutôt son code comme constituant un régime de protection exclusif qui remplace les règles provinciales.
23. Considérant que, dans le cadre de la présente instance, le CRTC est silencieux sur les protections dont bénéficient déjà les consommateurs en vertu des dispositifs provinciaux, dont le dispositif québécois, et qu'il propose de superposer à ce dispositif des mesures qui sont inférieures, la lecture de

l'objectif énoncé au projet de code selon lequel il viserait à ce que les consommateurs de services d'accès Internet connaissent mieux leurs droits et leurs responsabilités associés à leurs contrats avec les fournisseurs de services ne peut que laisser pantois.

## **LE DISPOSITIF DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR QUÉBÉCOIS**

24. Ce dispositif, qui vise à pallier au déséquilibre inhérent qui caractérise toutes les étapes d'une relation contractuelle entre un consommateur et un commerçant, comprend des mesures qui s'intéressent notamment à ce qui suit :

### **Clarté de l'information transmise.**

#### Représentations et pratiques de commerce :

25. Afin de s'assurer de la qualité du consentement donné par le consommateur qui est vulnérable sur le plan informationnel, la LPC interdit ou encadre plusieurs pratiques de commerce susceptibles de l'empêcher de faire des choix éclairés.

26. Elle prévoit que, dans un message publicitaire concernant un bien ou un service, le commerçant doit présenter les informations de façon claire, lisible et compréhensible.

27. Elle interdit au commerçant de faire, par quelque moyen que ce soit une représentation fausse ou trompeuse. Elle définit comme suit ce qu'est une représentation : il s'agit d'une affirmation, un comportement ou une omission. Elle prévoit également que pour déterminer si une représentation constitue une représentation fausse ou trompeuse, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés.

28. Selon la Cour suprême du Canada, la LPC pose le critère de la première impression.<sup>2</sup> Elle est d'avis que le critère de l'impression générale doit être appliqué dans une perspective similaire à celle de « l'acheteur ordinaire pressé », c'est-à-dire celle d'un consommateur qui ne prête rien de plus qu'une attention ordinaire à ce qui lui saute aux yeux lors d'un premier contact avec la représentation.<sup>3</sup>

29. Le test élaboré par la Cour suprême afin d'évaluer la véracité d'une représentation est le suivant : (1) décrire d'abord l'impression générale que la représentation est susceptible de donner chez le consommateur crédule et

---

<sup>2</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 57.

<sup>3</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 67.

inexpérimenté; (2) déterminer ensuite si cette impression générale est conforme à la réalité. Dans la mesure où la réponse à cette dernière question est négative, le commerçant aura commis une pratique interdite.<sup>4</sup>

30. La LPC veut rendre les commerçants responsables du contenu de leurs publicités sur la base de l'impression générale qu'elles donnent. En adoptant une norme aussi exigeante à l'art. 218 L.p.c., le législateur a souhaité que le consommateur examine la publicité commerciale avec confiance plutôt qu'avec méfiance. La loi actuelle souhaite ainsi que le consommateur puisse présumer que l'impression générale donnée par une publicité correspond à la réalité, et non le contraire.<sup>5</sup>

31. La LPC contient d'autres mesures qui visent à responsabiliser les commerçants quant aux représentations qu'ils font aux consommateurs.

32. À titre d'exemple, la LPC prévoit que :

- un bien ou un service fourni doit être conforme à la description qui en est faite dans le contrat.
- un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant.
- une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant.

33. Certains commerçants tentent de se soustraire aux obligations qui découlent des représentations faites par leur représentant en introduisant dans le contrat de consommation des clauses qui prévoient le contraire de ce qu'énonce la LPC, pourtant d'ordre public. Le Règlement d'application de la LPC interdit l'insertion au contrat de consommation de plusieurs clauses qui ont pour effet de désinformer le consommateur sur les droits dont il dispose réellement en vertu de la LPC. À titre d'exemple, l'article 25.5 prévoit que :

*25.5. Est interdite la stipulation qui vise à exclure ou limiter l'obligation du commerçant ou du fabricant d'être lié par la déclaration écrite ou verbale à propos d'un bien ou d'un service faite par son représentant.*

34. La LPC interdit également au commerçant de passer sous silence un fait important.

---

<sup>4</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 78.

<sup>5</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 60.

35. À propos d'un élément aussi fondamental que le prix, la LPC interdit au commerçant :

- d'accorder, dans un message publicitaire, moins d'importance au prix d'un ensemble de biens ou de services, qu'au prix de l'un des biens ou des services composant cet ensemble.
- de divulguer, dans un message publicitaire, le montant des versements périodiques à faire pour l'achat ou le louage à long terme d'un bien ou l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du bien ou du service ou, dans le cas du louage à long terme d'un bien, la valeur au détail du bien et sans faire ressortir ce prix ou cette valeur d'une façon plus évidente.
- d'exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé. Le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du bien ou du service. Toutefois, ce prix peut ne pas comprendre la taxe de vente du Québec, ni la taxe sur les produits et services du Canada.<sup>6</sup> Le prix annoncé doit ressortir de façon plus évidente que les sommes dont il est composé.

36. De plus, aucun commerçant ne peut par quelque moyen que ce soit :

- exiger quelque somme que ce soit pour un bien ou un service qu'il a fait parvenir ou rendu à un consommateur sans que ce dernier ne l'ait demandé.
- exiger du consommateur à qui il a fourni, gratuitement ou à un prix réduit, un service ou un bien pendant une période déterminée, un avis au terme de cette période indiquant qu'il ne souhaite pas obtenir ce service ou ce bien au prix courant.

Contenu contractuel :

37. La LPC exige que les renseignements que doit obligatoirement contenir un contrat à exécution successive de service fourni à distance soient rédigés clairement et lisiblement.

38. La LPC prévoit en outre qu'un contrat de consommation pour lequel un écrit est exigé, ce qui est notamment le cas du contrat à exécution successive de service fourni à distance, doit être clairement et lisiblement rédigé. Un tel contrat doit être rédigé en français. Il peut être rédigé dans une autre langue si

---

<sup>6</sup> Il est à noter qu'en vertu de l'article 91.8 du Règlement d'application de la LPC, le prix annoncé peut également ne pas comprendre les droits exigibles en vertu d'une loi fédérale ou provinciale lorsque, en vertu de cette loi, ces droits doivent être perçus directement du consommateur pour être remis à une autorité publique.

telle est la volonté expresse des parties. S'il est rédigé en français et dans une autre langue, au cas de divergence entre les deux textes, l'interprétation la plus favorable au consommateur prévaut.

39. Si un contrat de consommation est conclu à distance (par exemple, au téléphone ou par internet), les renseignements que doit obligatoirement divulguer le commerçant au consommateur avant la conclusion du contrat doivent être présentés de manière évidente et intelligible et être portés expressément à sa connaissance. Avant la conclusion d'un tel contrat, le commerçant doit aussi donner expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser la proposition et d'en corriger les erreurs.
40. Le Code civil du Québec prévoit que, dans un contrat de consommation ou d'adhésion, la clause illisible ou incompréhensible pour une personne raisonnable est nulle si le consommateur ou la partie qui y adhère en souffre préjudice, à moins que l'autre partie ne prouve que des explications adéquates sur la nature et l'étendue de la clause ont été données au consommateur ou à l'adhérent.
41. Le Code civil du Québec, qui énonce aussi les principes applicables à l'interprétation du contrat, prévoit que dans le doute, le contrat s'interprète en faveur de celui qui a contracté l'obligation et contre celui qui l'a stipulée. Dans tous les cas, il s'interprète en faveur de l'adhérent ou du consommateur.
42. La LPC prévoit également qu'en cas de doute ou d'ambiguïté le contrat de consommation doit être interprété en faveur du consommateur.

## **Contrat.**

### Renseignements dans le contrat :

43. Toujours afin de contribuer à la qualité du consentement donné par le consommateur et de s'assurer que celui-ci aura une copie des modalités contractuelles qui régiront une relation contractuelle pouvant s'échelonner sur de nombreuses années et pouvant impliquer des sommes importantes, la LPC exige que certains contrats soient constatés par écrit et contiennent obligatoirement des renseignements sur les éléments importants du contrat.
44. C'est le cas du contrat à exécution successive de service fourni à distance qui doit être constaté par écrit et contenir de l'information qui concerne, entre autres, les parties, les services, les tarifs, l'obligation totale du consommateur, l'équipement, les rabais consentis, la durée du contrat, la modification du contrat et sa résiliation par le consommateur. Afin de faciliter la prise de connaissance de ces informations importantes, le Règlement d'application de la LPC prévoit qu'elles doivent être présentées, à l'exclusion de toute autre, au début du contrat et être rédigées clairement et lisiblement.

45. Si un contrat de consommation est conclu à distance, incluant un contrat à exécution successive de service fourni à distance, le contrat doit contenir les renseignements obligatoires que le commerçant avait l'obligation de porter expressément à la connaissance du consommateur avant la conclusion du contrat.
46. Si le contrat est conclu au domicile du consommateur, le contrat doit aussi inclure les renseignements obligatoires exigés pour les contrats de consommation conclus avec un commerçant itinérant, dont l'information relative aux droits de résolution de dix jours et d'un an dont dispose le consommateur. Un Énoncé des droits de résolution du consommateur et un formulaire de résolution doit également être annexé au double du contrat qui doit être remis au consommateur.<sup>7</sup>

#### Formation du contrat :

47. La LPC assujettit également la formation des contrats pour lesquels elle exige un écrit, tel que le contrat à exécution successive de service fourni à distance, à des règles de formalisme. Ces règles exigent que le contrat qui est proposé au consommateur soit constaté sur un support papier. L'entreprise doit d'abord signer, à la dernière page, le contrat et un double de ce dernier. L'entreprise doit ensuite remettre au consommateur le contrat et lui permettre de prendre connaissance de ses termes et de sa portée. Le consommateur qui accepte de conclure le contrat proposé doit apposer sa signature à la dernière page de ce contrat et de son double à la suite de toutes les stipulations.
48. Le contrat n'est formé que lorsque l'entreprise et le consommateur l'ont signé. L'entreprise doit remettre le double du contrat au consommateur après la signature. Le consommateur n'est tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession de ce double du contrat.
49. Ce processus, qui encadre la formation de certains contrats de consommation, donne l'occasion au consommateur, avant qu'il n'accepte de les conclure, de prendre connaissance de l'ensemble des modalités qui y sont prévues et qui sont susceptibles d'avoir des conséquences importantes pour lui.

---

<sup>7</sup> Il est à noter que la LPC prévoit que, sous réserve de ce qui est prévu par règlement, ne constitue pas un contrat conclu par un commerçant itinérant, le contrat conclu à l'adresse du consommateur à la demande expresse de ce dernier, à la condition que ce contrat n'ait pas été sollicité ailleurs qu'à l'adresse du commerçant. Le Règlement d'application de la LPC prévoit toutefois que, malgré ce qui précède, constitue un contrat conclu par un commerçant itinérant le contrat conclu à l'adresse du consommateur à la demande expresse de ce dernier, lorsque cette demande expresse fait suite à un contact initialement pris par le commerçant avec ce consommateur, par téléphone ou autrement, en vue d'être autorisé ou invité à passer chez le consommateur pour présenter son produit, pour faire une évaluation ou sous un quelconque prétexte.

50. Puisque selon les règles applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance, le fournisseur de services doit indiquer, au tout début du contrat, certaines informations importantes relatives au contrat de service, ce processus facilite également la comparaison des représentations faites par les vendeurs avec le contenu du contrat, et ce, avant que le consommateur n'y appose sa signature et que celui-ci ne soit formé.
51. Il importe de noter que ces règles de formalisme ne s'appliquent pas lorsque le contrat est conclu au téléphone ou par Internet, ce mode de conclusion du contrat étant plutôt régi par les règles applicables au contrat conclu à distance. Rappelons que ces règles, qui s'appliquent à tout contrat de consommation conclu à distance, exigent de l'entreprise qu'elle porte expressément à la connaissance du consommateur un certain nombre de renseignements avant la conclusion du contrat (description du service, tarif, conditions d'annulation et de résiliation du contrat, etc.) et qu'un exemplaire du contrat, reprenant ces informations, soit transmis au consommateur dans les 15 jours de sa conclusion.
52. Enfin, il est à noter que le Code civil du Québec prévoit que dans un contrat de consommation ou d'adhésion, la clause externe à laquelle renvoie le contrat (par exemple, une clause prévue dans un document connexe externe au contrat) est nulle si, au moment de la formation du contrat, elle n'a pas été expressément portée à la connaissance du consommateur ou de la partie qui y adhère, à moins que l'autre partie ne prouve que le consommateur ou l'adhérent en avait par ailleurs connaissance.
53. Le Règlement d'application de la LPC interdit quant à lui la stipulation qui prévoit que le consommateur est lié par une clause externe malgré le fait qu'elle lui soit inopposable en vertu du Code civil du Québec.

#### Contenu équitable :

54. Le législateur québécois ne s'intéresse pas qu'à la qualité du consentement donné par le consommateur. Il s'intéresse également au caractère équitable du contenu du contrat auquel le consommateur a consenti, contrat qui, tel qu'indiqué précédemment, est dans la vaste majorité des cas rédigé unilatéralement par le commerçant. Le législateur n'admet pas que du simple fait qu'il ait donné son consentement, le consommateur soit lié par l'ensemble des clauses qui s'y trouvent. Le législateur ne donne qu'un effet relatif au consentement.
55. Le Code civil du Québec prévoit que la clause abusive d'un contrat de consommation ou d'adhésion est nulle ou l'obligation qui en découle, réductible. Est abusive toute clause qui désavantage le consommateur ou l'adhérent d'une manière excessive et déraisonnable, allant ainsi à l'encontre de ce qu'exige la bonne foi; est abusive, notamment, la clause si éloignée des

obligations essentielles qui découlent des règles gouvernant habituellement le contrat qu'elle dénature celui-ci.

56. La LPC et son Règlement d'application interdisent au commerçant de prévoir dans un contrat de consommation plusieurs stipulations en raison de leur caractère manifestement abusif. À l'instar de tout contenu contractuel contraire à ce que prévoit la LPC, une stipulation interdite est inopposable au consommateur. Le commerçant qui insère à ses contrats une stipulation interdite peut faire l'objet d'une poursuite pénale.

57. À titre d'exemple, est interdite la stipulation :

- par laquelle un commerçant se dégage des conséquences de son fait personnel ou de celui de son représentant.
- qui réserve à un commerçant le droit de décider unilatéralement:
  - a) que le consommateur a manqué à l'une ou l'autre de ses obligations;
  - b) que s'est produit un fait ou une situation.
- ayant pour effet soit d'imposer au consommateur l'obligation de soumettre un litige éventuel à l'arbitrage, soit de restreindre son droit d'ester en justice, notamment en lui interdisant d'exercer une action collective, soit de le priver du droit d'être membre d'un groupe visé par une telle action.
- qui impose au consommateur, dans le cas de l'inexécution de son obligation, le paiement de frais, de pénalités ou de dommages, dont le montant ou le pourcentage est fixé à l'avance dans le contrat, autres que l'intérêt couru.

58. La LPC interdit également la stipulation par laquelle le commerçant se réserve le droit de modifier de façon unilatérale le contenu contractuel d'un contrat de consommation auquel a consenti un consommateur, à moins que la stipulation ne satisfasse à certaines conditions.

### **Modification unilatérale du contrat par le commerçant.**

59. La LPC interdit en effet la clause par laquelle le commerçant se réserve le droit de modifier unilatéralement les éléments essentiels d'un contrat de consommation. La nature du bien ou du service faisant l'objet du contrat, le prix de ce bien ou de ce service et, le cas échéant, la durée du contrat sont des exemples d'éléments essentiels qui ne peuvent être modifiés unilatéralement par le commerçant.

60. Il y a toutefois une exception si le contrat de consommation est un contrat de service à durée indéterminée. Dans un tel contrat, le commerçant pourra prévoir une clause qui lui permet d'en modifier unilatéralement les éléments

essentiels. Pour ne pas être interdite, une telle clause devra toutefois contenir les informations exigées par la LPC. Elle devra indiquer :

- les éléments qui pourraient faire l'objet d'une modification unilatérale de la part du commerçant;
- le droit du consommateur de refuser la modification et résoudre ou, s'il s'agit d'un contrat à exécution successive, résilier le contrat sans frais en transmettant un avis à cet effet au commerçant au plus tard 30 jours suivant l'entrée en vigueur de la modification, si la modification entraîne l'augmentation de son obligation ou la réduction de l'obligation du commerçant;
- la façon dont le consommateur sera informé de la modification apportée unilatéralement au contrat par le commerçant (le commerçant doit au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur de la modification transmettre au consommateur un avis écrit, rédigé clairement et lisiblement, contenant exclusivement la nouvelle clause ou la clause modifiée avec la version antérieure, ainsi que l'information relative au droit du consommateur de mettre fin au contrat).

61. Dans tout contrat de consommation, le commerçant pourra prévoir une clause qui lui permet d'en modifier les éléments non essentiels. Pour ne pas être interdite, cette clause devra contenir les informations exigées par la LPC précédemment mentionnées.

62. Le Code civil du Québec prévoit quant à lui que l'objet de l'obligation doit être déterminé ou déterminable. Ainsi, une clause de modification unilatérale doit contenir des balises circonstancielles et, le cas échéant, quantitatives de modification, susceptibles de préconfigurer raisonnablement les circonstances et le résultat du changement et ces balises ne doivent pas dépendre du seul contrôle du bénéficiaire de la clause.<sup>8</sup>

#### **Fin du contrat.**

63. Le législateur québécois s'intéresse aussi à la décision du commerçant ou du consommateur de mettre fin unilatéralement au contrat.

#### **Résiliation unilatérale :**

64. Le Code civil du Québec énonce les conditions auxquelles il sera possible pour une partie de mettre fin unilatéralement à un contrat.

---

<sup>8</sup> Didier LLUELLES, Benoît MOORE, *Droit des obligations*, 3<sup>e</sup> éd., Montréal, Les éditions Thémis, 2018, p. 1304.

65. Il sera possible pour une partie de résilier un contrat si l'autre partie est en défaut de respecter ses obligations. Il s'agit de la résiliation « sanction ». Le Code civil du Québec prévoit en effet que le créancier, s'il ne se prévaut pas du droit de forcer, dans les cas qui le permettent, l'exécution en nature de l'obligation contractuelle de son débiteur, a droit à la résolution du contrat, ou à sa résiliation s'il s'agit d'un contrat à exécution successive. Cependant, il n'y a pas droit, malgré toute stipulation contraire, lorsque le défaut du débiteur est de peu d'importance, à moins que, s'agissant d'une obligation à exécution successive, ce défaut n'ait un caractère répétitif; mais il a droit, alors, à la réduction proportionnelle de son obligation corrélative. La réduction proportionnelle de l'obligation corrélative s'apprécie en tenant compte de toutes les circonstances appropriées; si elle ne peut avoir lieu, le créancier n'a droit qu'à des dommages-intérêts.
66. Le Code civil du Québec permet également à une partie de résilier unilatéralement certains contrats bien que l'autre partie ne soit pas en défaut. C'est le cas du contrat de service. Le Code civil du Québec prévoit que le client peut, unilatéralement, résilier le contrat, quoique la prestation du service ait déjà été entreprise. Le prestataire de services ne peut quant à lui résilier unilatéralement le contrat que pour un motif sérieux et, même alors, il ne peut le faire à contretemps; autrement, il est tenu de réparer le préjudice causé au client par cette résiliation. Il est tenu, lorsqu'il résilie le contrat, de faire tout ce qui est immédiatement nécessaire pour prévenir une perte. En cas de résiliation unilatérale par le client ou le prestataire de service, le Code civil du Québec énonce les règles applicables à l'indemnité de résiliation alors exigible.
67. La LPC s'intéresse également à la résiliation unilatérale d'un contrat de service par le commerçant ou par le consommateur.

#### Résiliation unilatérale par le commerçant :

68. La LPC interdit la stipulation qui réserve à un commerçant le droit de résilier unilatéralement un contrat de service à exécution successive à durée déterminée. Une telle clause est toutefois permise si elle ne vise qu'à lui permettre de résilier le contrat en application des règles prévues au Code civil du Québec applicables à la résiliation « sanction » ou en application des règles prévues au Code civil du Québec applicables à la résiliation d'un contrat de service.
69. Un commerçant qui prévoit résilier un contrat de service à exécution successive à durée indéterminée doit, si le consommateur n'est pas en défaut d'exécuter son obligation, lui transmettre un avis écrit, au moins 60 jours avant la date de la résiliation.
70. La LPC prévoit également que si le consommateur a fourni un dépôt de garantie, le commerçant ne peut résilier le contrat à exécution successive de

service fourni à distance pour défaut de paiement à échéance des sommes dues tant que ces sommes n'excèdent pas le montant du dépôt.

71. Le commerçant doit aviser le consommateur par écrit lorsqu'il utilise, en tout ou en partie, le dépôt de garantie pour se rembourser des sommes non payées à échéance.
72. Le commerçant doit restituer au consommateur, avec intérêts, toute somme fournie à titre de dépôt de garantie, déduction faite, le cas échéant, des sommes dues aux termes du contrat, dans un délai de 30 jours suivant la date d'expiration du contrat non renouvelé ou suivant la date de sa résiliation. Le taux d'intérêt applicable est le taux officiel d'escompte de la Banque du Canada majoré de 1%.<sup>9</sup>
73. À propos de la reconduction du contrat, la LPC interdit, dans un contrat à exécution successive de service fourni à distance d'une durée supérieure à 60 jours, la stipulation prévoyant la reconduction du contrat à son échéance sauf pour une durée indéterminée.
74. Le commerçant doit, entre le 90<sup>e</sup> et le 60<sup>e</sup> jour précédant la date d'expiration du contrat à exécution successive de service fourni à distance d'une durée supérieure à 60 jours, transmettre au consommateur un avis écrit l'informant de cette date.

#### Résiliation unilatérale par le consommateur :

75. La LPC énonce les conditions auxquelles un consommateur pourra résilier un contrat à exécution successive de service fourni à distance et établit l'indemnité maximale alors exigible par le commerçant. Ces règles s'inspirent directement des principes prévus au Code civil du Québec qui gouvernent la résiliation d'un contrat de service par le client. Elles s'inspirent également de l'approche retenue à la LPC pour d'autres contrats de consommation incluant d'autres contrats de service à exécution successive.
76. La LPC prévoit que le consommateur peut, à tout moment et à sa discrétion, résilier le contrat en transmettant un avis (verbal ou écrit) au commerçant. Cette résiliation de plein droit prend effet à compter de la transmission de cet avis ou à la date indiquée à cet avis par le consommateur.
77. Toutes les sommes que le commerçant peut alors réclamer du consommateur, autres que le prix des services qui lui ont été fournis, calculé au tarif prévu au contrat, constituent l'indemnité de résiliation. À cette fin, les contrats de service ou de location d'un bien conclus à l'occasion ou en considération du contrat à

---

<sup>9</sup> Il est à noter que le taux officiel d'escompte diffère du taux du financement à un jour de la Banque du Canada.

exécution successive de service fourni à distance forment un tout avec ce dernier.

78. Ainsi, toute somme exigée du consommateur après la résiliation du contrat, autre qu'une somme exigée en contrepartie du service fourni avant la résiliation, est qualifiée d'indemnité de résiliation. Si l'addition de ces sommes donne un montant qui excède celui correspondant à l'indemnité de résiliation maximale exigible en vertu de la LPC, le commerçant contrevient à la loi.
79. La LPC établit les règles qui permettent de calculer le montant de l'indemnité maximale qu'un commerçant peut demander en cas de résiliation unilatérale par le consommateur d'un contrat à exécution successive de service fourni à distance.
80. En cas de résiliation unilatérale d'un contrat à exécution successive de service fourni à distance à durée déterminée, le commerçant ne peut réclamer une indemnité de résiliation supérieure à un certain montant. Le calcul permettant d'établir ce montant varie selon qu'il a consenti ou non un rabais sur le prix de vente d'un bien nécessaire à l'utilisation du service.
81. Lorsque le commerçant a consenti au consommateur un rabais sur le prix de vente de l'équipement nécessaire à l'utilisation du service, il ne peut exiger une indemnité de résiliation qui excède le montant correspondant au rabais consenti sur le prix de vente du bien moins le produit obtenu en multipliant ce rabais par la fraction que constitue le nombre de mois entièrement écoulés au contrat par rapport à la durée totale du contrat. Le mois entamé au moment de la résiliation est assimilé à un mois entièrement écoulé.
82. Lorsque le commerçant n'a accordé au consommateur aucun rabais sur le prix de vente d'un bien nécessaire à l'utilisation du service (ex : le fournisseur n'a accordé aucun rabais ou il a accordé un rabais sur le loyer exigé pour la location d'un modem), l'indemnité de résiliation maximale qu'il peut exiger correspond au moindre des montants suivants : 50 \$ ou un montant représentant au plus 10 % du prix des services prévus au contrat qui n'ont pas été fournis au consommateur.
83. En cas de résiliation par le consommateur d'un contrat à exécution successive de service fourni à distance à durée indéterminée, le commerçant ne peut réclamer une indemnité de résiliation. Il existe toutefois une exception. Le commerçant peut exiger une indemnité de résiliation lorsqu'il accepte qu'il reste un solde impayé sur le prix de vente d'un bien acheté par le consommateur en considération du contrat de service à durée indéterminée et que ce solde est réduit progressivement d'un certain montant en fonction du coût des services utilisés ou en fonction du temps écoulé au contrat. L'indemnité de résiliation ne peut alors excéder le montant du solde du prix de vente du bien au moment de la conclusion du contrat moins le montant obtenu en multipliant 1/48 de ce

solde par le nombre de mois écoulés au contrat. Le mois entamé au moment de la résiliation est assimilé à un mois entièrement écoulé.

84. Le Règlement d'application prévoit également qu'un contrat à exécution successive de service fourni à distance ne peut contenir une clause qui permet à un commerçant d'exiger du consommateur une indemnité de résiliation supérieure à celle prévue à la LPC.

Résolution du contrat :

85. Certains modes de conclusion du contrat peuvent être moins propices à une prise de décision éclairée de la part du consommateur. C'est le cas du contrat de consommation conclu avec un commerçant au domicile du consommateur et du contrat qui est conclu à distance. Pour ces deux modes de conclusion du contrat, la LPC prévoit que le consommateur peut résoudre, à certaines conditions, le contrat conclu.
86. Si le contrat de consommation est conclu au domicile du consommateur, celui-ci peut résoudre le contrat, sans frais, à sa seule discrétion, dans les dix jours qui suivent celui où chacune des parties est en possession d'un double du contrat. Le consommateur peut également résoudre le contrat dans un délai d'un an à compter de la date de formation du contrat dans certaines circonstances, notamment en cas de non-conformité du contrat et dans le cas où le commerçant n'est pas titulaire du permis requis par la LPC.
87. Si le contrat de consommation est conclu à distance, le consommateur peut résoudre le contrat si le commerçant n'a pas, avant la conclusion du contrat, porté expressément à sa connaissance les renseignements obligatoires; si, s'agissant d'une offre écrite, il n'a pas présenté ces renseignements de façon à ce que le consommateur puisse aisément les conserver; si, avant la conclusion du contrat, il n'a pas donné expressément au consommateur la possibilité d'accepter ou de refuser la proposition et d'en corriger les erreurs; s'il n'a pas transmis au consommateur un exemplaire du contrat dans le délai exigé ou si le contrat transmis est incomplet ou contient de l'information qui diffère de celle donnée avant la conclusion du contrat; ou s'il n'a pas fourni le bien ou le service à l'intérieur du délai prévu à la loi. Le consommateur peut alors résoudre sans frais le contrat en transmettant un avis à cet effet (verbal ou écrit) au commerçant à l'intérieur des délais prévus à la LPC.
88. Il convient de distinguer la résolution de la résiliation d'un contrat. Comme l'indique le Code civil du Québec, le contrat résilié cesse d'exister pour l'avenir seulement alors que le contrat résolu est réputé n'avoir jamais existé. Dans ce dernier cas, chacune des parties est tenue de restituer à l'autre les prestations qu'elle a reçues.

89. La LPC, et lorsque celle-ci est silencieuse, le Code civil du Québec énoncent les règles applicables à la restitution des prestations (délai à l'intérieur duquel la restitution doit avoir lieu, partie qui doit assumer les frais de restitution du bien, partie qui est responsable en cas de perte totale ou partielle du bien qui doit être restitué, partie qui est responsable dans le cas où une telle perte est attribuable à une force majeure, règles applicables lorsque la restitution n'est pas possible, etc.).

#### **Obligations liées à l'équipement.**

90. Le commerçant qui fournit un bien à un consommateur, par exemple pour être en mesure d'utiliser un service fourni à distance, est tenu de respecter diverses obligations relatives à la performance du bien notamment quant à son aptitude à servir à l'usage auquel il est destiné.

91. Le Code civil du Québec prévoit notamment que le vendeur est tenu de garantir à l'acheteur que le bien et ses accessoires sont, lors de la vente, exempts de vices cachés qui le rendent impropre à l'usage auquel on le destine ou qui diminuent tellement son utilité que l'acheteur ne l'aurait pas acheté, ou n'aurait pas donné si haut prix, s'il les avait connus.

92. La LPC prévoit quant à elle qu'un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à l'usage auquel il est normalement destiné. Elle prévoit également qu'un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à un usage normal pendant une durée raisonnable, eu égard à son prix, aux dispositions du contrat et aux conditions d'utilisation du bien.

93. Si un commerçant offre une garantie supplémentaire applicable à son équipement, avant de proposer une telle garantie à un consommateur, il doit informer celui-ci, verbalement et par écrit, de l'existence et du contenu des garanties légales prévues à la LPC relatives à la durée raisonnable et l'aptitude du bien à son usage. Il doit également, le cas échéant, l'informer verbalement de l'existence et de la durée de la garantie du fabricant offerte gratuitement à l'égard de cet équipement. À la demande du consommateur, il doit aussi l'informer verbalement de la façon pour lui de prendre connaissance de l'ensemble des autres éléments de cette garantie.<sup>10</sup>

94. La LPC prévoit en outre que le commerçant qui a conclu un contrat à exécution successive de service fourni à distance ne peut exiger le prix des services dont le consommateur a été privé pendant la période de réparation du bien nécessaire à l'utilisation des services, si ce bien a été confié au commerçant pour être réparé pendant la période de garantie et qu'il n'a pas fourni gratuitement de bien de remplacement. De même, le commerçant ne peut

---

<sup>10</sup> Il est à noter que le Règlement d'application de la LPC prévoit, à certaines conditions, des exemptions à l'application de certaines de ces exigences dans le cas où la proposition de conclure un contrat de garantie supplémentaire est formulée à distance, par écrit ou oralement.

exiger du consommateur le prix des services dont il a été privé pendant la période de réparation du bien qu'il a loué du commerçant pour l'utilisation des services.

95. Le Code civil du Québec comprend par ailleurs plusieurs règles qui visent le contrat de louage. Il prévoit notamment que le locateur est tenu de délivrer au locataire le bien loué en bon état de réparation de toute espèce et de lui en procurer la jouissance paisible pendant toute la durée du contrat de location. Il est aussi tenu de garantir au locataire que le bien peut servir à l'usage pour lequel il est loué, et de l'entretenir à cette fin pendant toute la durée de la location.
96. Le commerçant qui loue à long terme de l'équipement à un consommateur est également tenu de respecter les règles prévues à la LPC qui s'appliquent au contrat de location à long terme.

### **SANCTIONS ADMINISTRATIVES ET PÉNALES**

97. Afin de sanctionner les manquements à la loi commis par les commerçants, *le législateur a assorti la L.p.c. de sanctions administratives, civiles et pénales qui, conjointement, constituent le « bras armé » de la loi.*<sup>11</sup>
98. Les consommateurs sont peu disposés à entreprendre des démarches individuelles pour des réclamations relativement modestes et ces démarches ont, quant à elles, une capacité limitée à amener une entreprise à modifier ses pratiques de commerce et le contenu des contrats qu'elle propose.
99. Ce constat témoigne de l'importance qu'un organisme public, investi des pouvoirs nécessaires à cet effet, ait pour mandat de surveiller l'application des exigences prévues à la LPC, et à son Règlement d'application, de façon à ce que les entreprises utilisent des pratiques de commerce et des contrats qui sont conformes avec l'ensemble des exigences qui y sont prévues. L'Office de la protection du consommateur (ci-après OPC) est l'organisme responsable de l'application et de la surveillance de la LPC. Pour réaliser ce mandat, la présidente de l'OPC dispose notamment de pouvoirs d'enquête et d'inspection, du pouvoir d'annuler, de suspendre ou de refuser la délivrance d'un permis, du pouvoir de conclure des engagements volontaires et du pouvoir de demander des injonctions, entre autres, pour obtenir de la Cour supérieure qu'elle ordonne à une entreprise de ne plus se livrer à une pratique de commerce interdite ou de cesser d'insérer dans son contrat une clause qui est interdite.
100. À ces pouvoirs s'ajoute la possibilité que des poursuites pénales soient intentées à l'encontre d'une entreprise qui contrevient à la LPC ou au Règlement d'application de la LPC. Le contrevenant est alors passible d'une

---

<sup>11</sup> *Richard c. Time Inc.*, 2012 CSC 8, par. 99.

amende qui peut atteindre 100 000 \$ par infraction, montant qui pourra être doublé en cas de récidive.

101. Les activités de surveillance de l'OPC découlent des plaintes et des dénonciations qui lui sont transmises par les consommateurs, par les commerçants eux-mêmes à l'encontre d'entreprises concurrentes et par des associations de consommateurs. L'OPC planifie également des activités de surveillance préventives, dans le cadre de programmes de surveillance.
102. Ces activités de surveillance consistent en des vérifications, des inspections et des enquêtes pouvant mener à des interventions directes auprès des commerçants. Il peut s'agir, entre autres, d'un avis de rappel des dispositions de la loi, d'un avis d'infraction ou d'une poursuite pénale.
103. Au cours de l'année 2017-2018, l'OPC a reçu 25 560 plaintes de la part du public. Le secteur des télécommunications compte au nombre des principaux secteurs ayant fait l'objet de plaintes.

### **SANCTIONS CIVILES**

104. En cas de non-respect par un commerçant des obligations prévues à la LPC, le consommateur peut exercer un recours civil et demander les réparations prévues à la Loi. Il peut donc obtenir, selon le cas, l'exécution de l'obligation, l'autorisation de la faire exécuter aux frais de l'entreprise, la réduction de son obligation, la résiliation, la résolution ou la nullité du contrat, et ce, sans préjudice de sa demande en dommages-intérêts compensatoires. Il peut également demander des dommages-intérêts punitifs.
105. Le consommateur peut intenter un recours individuel ou une action collective. Les actions collectives, qui sont exercées en Cour supérieure conformément aux règles prévues au Code de procédure civile, représentent, en droit de la consommation, un instrument d'accès à la justice d'une importance fondamentale. Il s'agit en effet d'un instrument permettant de rendre justice à une multitude de consommateurs dont les réclamations, souvent modestes, ne favorisent pas la poursuite de démarches individuelles. Il joue non seulement un rôle curatif important, mais également un rôle préventif qui est complémentaire au dispositif de sanctions administratives et pénales précédemment décrit.

### **CONTRIBUTION DE L'OPC À LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS**

106. Annuellement, plus de 130 000 consommateurs communiquent avec l'OPC pour obtenir de l'information sur leurs droits et recours, se renseigner sur un commerçant, porter plainte contre l'un d'entre eux ou dénoncer un manquement à la loi. Ces demandes, traitées par une équipe d'une quarantaine d'inspecteurs en conformité législative et réglementaire répartie sur l'ensemble du territoire québécois, se font principalement par voie

téléphonique, alors qu'un certain nombre de consommateurs présentent leur demande par courriel, par le site Web de l'OPC ou en personne dans l'un des onze bureaux régionaux de l'OPC.

107. Un sondage effectué auprès des usagers des services de l'OPC au cours du printemps 2018 révèle que plus de 80 % des consommateurs sondés sont d'avis que l'information obtenue de l'OPC a contribué à résoudre le problème qu'ils avaient avec un commerçant.
108. Le consommateur qui communique avec l'OPC peut obtenir une trousse d'information qui a pour but de l'appuyer dans la résolution de son problème avec le commerçant. En 2017-2018, plus de 27 000 troussees ont été envoyées à des consommateurs. Ces troussees d'information concernent, entre autres, la vente itinérante, les pratiques commerciales interdites, les services de téléphonie, d'Internet et de télévision et l'achat à distance.
109. Chaque trousse vulgarise les dispositions des lois qui s'appliquent à la situation vécue par le consommateur. En plus d'expliquer clairement la démarche à suivre pour régler le problème qui oppose le consommateur à un commerçant, elle comprend un formulaire de mise en demeure que le consommateur peut envoyer à un commerçant.

## **CONCLUSION**

110. Le gouvernement du Québec est d'avis que l'initiative du CRTC constitue une fois de plus un empiètement sur la compétence législative exclusive du Québec en matière de propriété et de droits civils.
111. Il revient au Parlement du Québec de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
112. Le consommateur québécois qui conclut un contrat de consommation avec un fournisseur de service d'accès à Internet bénéficie déjà de nombreuses protections qui appartiennent à un système de protections cohérent et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par la LPC et le Code civil du Québec qu'aux différentes sanctions prévues en cas de contravention à ces droits.
113. Le CRTC doit s'abstenir d'intervenir d'une façon qui puisse constituer un empiètement sur les compétences législatives exclusives du Québec. Aussi, il est attendu que les prochaines démarches du CRTC soient respectueuses des décisions prises par le Parlement du Québec dans l'intérêt des consommateurs québécois.

\*\*\* FIN DU DOCUMENT\*\*\*

**PARLONS TÉLÉ :  
UNE CONVERSATION AVEC LES CANADIENS**

**Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190**

**MÉMOIRE DU  
MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC**

**AU  
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION  
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**Le 25 juin 2014**

## RÉSUMÉ

En réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, le ministère de la Culture et des Communications (MCC) du Québec établit certains constats dans le marché télévisuel québécois :

- L'écoute de la télévision au Québec continue à surpasser celle observée dans l'ensemble du Canada. Et, même si les Québécois ont maintenant le choix de regarder la télévision sur de multiples plateformes numériques, ils continuent de la regarder principalement sur leur écran de télévision traditionnel;
- L'industrie de la télévision privée au Québec est profitable, mais la très grande majorité des bénéficiaires sont enregistrés par les chaînes spécialisées et payantes, celles-ci étant trois fois plus rentables que les stations traditionnelles;
- Les revenus des services hors programmation au Québec sont en forte croissance et la marge bénéficiaire d'exploitation des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) sur leurs services hors programmation est nettement supérieure à celle sur les services de radiodiffusion;
- Le nombre de chaînes spécialisées ou payantes canadiennes de langue française en activité s'est considérablement accru dans les dernières années, mais il demeure encore nettement inférieur au nombre de chaînes anglophones;
- La propriété des services spécialisés et payants de langue française est, à l'instar de celle des stations de télévision généralistes, concentrée entre les mains de quelques entreprises, dont certaines intégrées verticalement;
- Les groupes intégrés dominent grandement le marché québécois. Les deux principales entreprises privées intégrées au Québec, Québecor Média et Bell Média, accaparent plus de 60 % des revenus totaux engendrés par l'industrie de la télévision au Québec.

Désirant promouvoir le système québécois de télévision, le MCC présente ses commentaires sur certains enjeux, notamment : l'adaptation de la réglementation aux nouvelles réalités de la consommation télévisuelle, la distribution et l'assemblage des services, l'accès aux services de programmation non canadiens, l'accès aux services de télévision aux auditoires mal desservis, la programmation locale et le financement de la production, ainsi que les relations entre les abonnés et leurs fournisseurs de services de télévision.

### **1. L'adaptation de la réglementation aux nouvelles réalités de la consommation télévisuelle (exclusivité des genres; mesures de protection des services spécialisés et payants; processus d'attribution de licences)**

Bien qu'il soit favorable à accorder davantage de souplesse aux services spécialisés et payants de langue française pour leur permettre de se concurrencer, le MCC souligne que l'abolition complète de la politique de l'exclusivité des genres serait préjudiciable puisqu'elle pourrait entraîner, pour ces services, des difficultés financières et une diminution de la diversité de la programmation. Le MCC insiste également sur l'importance d'assurer la disponibilité des services francophones au Québec par une

offre obligatoire et sur la nécessité de prendre en compte les particularités de chaque service avant d'imposer des exigences réglementaires normalisées.

## **2. Distribution et assemblage des services de télévision**

Le MCC souhaite préserver le modèle québécois actuel en matière d'assemblage de chaînes puisqu'il offre de la flexibilité aux consommateurs tout en permettant de conserver une diversité de chaînes de langue française. Néanmoins, conscient des risques d'un modèle basé sur l'offre de chaînes à la carte, notamment en ce qui a trait à une hausse possible des coûts d'abonnements, il souhaite que le Conseil réévalue périodiquement l'offre à la carte et ses impacts sur les services facultatifs francophones. Par ailleurs, afin d'augmenter la diversité des services de langue française accessibles aux abonnés de la télédistribution du Québec, le MCC est en faveur de permettre la distribution d'un nombre limité de chaînes d'intérêt public sur le service de base des réseaux de télédistribution au Québec, dont Télé-Québec, le Canal Savoir et les chaînes communautaires. Le MCC croit aussi qu'il est impératif de maintenir la prépondérance des chaînes en français sur le service de base au Québec et de faciliter l'accessibilité des chaînes facultatives francophones en les regroupant dans un même assemblage.

## **3. L'accès aux services de programmation non canadiens**

Le MCC rappelle que, même s'il connaît du succès, le système télévisuel québécois repose sur un équilibre fragile en raison de l'étroitesse du marché et de la langue française qui y prédomine. Dans ce contexte, il n'appuie pas la proposition d'autoriser la distribution au Canada d'un plus grand nombre de services étrangers puisqu'elle pourrait exposer les chaînes canadiennes de langue française à un risque supplémentaire de fragmentation des auditoires au profit des chaînes étrangères, d'autant plus que ces dernières ne sont soumises à aucune exigence en matière de dépenses et de programmation canadienne.

## **4. L'accès aux services de télévision aux auditoires mal desservis**

Souhaitant notamment favoriser le rayonnement de la langue et de la culture d'expression française au Canada, le MCC estime que tous les services canadiens de langue française, incluant Télé-Québec et le Canal Savoir, devraient être offerts par les télédiffuseurs à l'extérieur du Québec. Par ailleurs, afin de permettre aux Québécois ayant une déficience visuelle ou auditive d'avoir accès à des contenus télévisuels sur les nouvelles plateformes, le MCC considère que le CRTC devrait encourager les télédiffuseurs à offrir une programmation adaptée sur le Web et les appareils mobiles, dans la mesure où la technologie et les coûts le permettent.

## **5. Favoriser la programmation locale**

Le MCC estime que l'accès des téléspectateurs québécois à une programmation locale et à de l'information de proximité diversifiée et de qualité doit être protégé en raison du niveau élevé de concentration des médias au Québec. Selon le MCC, en plus du maintien ou de la hausse des exigences en matière de production et de diffusion de

programmation et de nouvelles locales pour les stations de télévision, le moyen le plus efficace pour favoriser la diffusion d'émissions locales et régionales serait de remettre en place un fonds destiné à la programmation locale. De plus, en raison du rôle important joué par les télévisions communautaires autonomes (TVCA), le MCC estime nécessaire de créer un fonds dédié spécifiquement à la programmation communautaire d'accès qui serait réservé aux TVCA.

## **6. Le financement de la production canadienne**

Alors que les besoins en production de contenus canadiens de qualité pour les écrans traditionnels et mobiles ont de fortes chances de continuer d'augmenter, le MCC craint que la capacité financière des télédiffuseurs soit limitée par la stagnation ou la diminution de leurs revenus, ne leur permettant pas à l'avenir, d'accroître leur contribution à la programmation canadienne. Puisqu'un grand nombre d'EDR et de services de programmation offrent aussi leur programmation en ligne ou sur d'autres plateformes exemptées, le MCC croit que le CRTC devrait inclure progressivement les revenus découlant des services hors programmation dans les revenus servant au calcul des contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes. Il suggère aussi au CRTC d'étudier la faisabilité d'imposer aux services payants de programmation par contournement une contribution financière à la programmation canadienne. Par ailleurs, afin de favoriser une diversité des contenus télévisuels, le MCC croit nécessaire d'encourager la production de certains types d'émissions au moyen de conditions de licence. Il souhaite notamment imposer, pour les stations généralistes de langue française, des seuils minimaux de diffusion d'émissions d'intérêt national.

## **7. Les relations entre les abonnés et leurs fournisseurs de services de télédiffusion**

Le gouvernement du Québec rappelle qu'il a déjà introduit à sa *Loi sur la protection du consommateur* un régime de protection qui régit les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services fournis à distance. Ce régime s'applique non seulement aux fournisseurs de services sans fil mobiles, mais également aux fournisseurs de services de télédistribution. Dans ce contexte, le gouvernement du Québec réitère la position qu'il a exprimée dans les différents mémoires qu'il a produits dans le cadre de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2012-557 (*Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil mobiles*).

## TABLE DES MATIÈRES

<b><u>INTRODUCTION.....</u></b>	<b>- 1 -</b>
<b><u>PORTRAIT DES INDUSTRIES DE LA TÉLÉVISION ET DE LA TÉLÉDISTRIBUTION AU QUÉBEC.....</u></b>	<b>- 2 -</b>
LA TÉLÉVISION AU QUÉBEC .....	- 2 -
SITUATION FINANCIÈRE DE L'INDUSTRIE DE LA TÉLÉVISION AU QUÉBEC .....	- 3 -
ÉCOUTE DE LA TÉLÉVISION FRANCOPHONE AU QUÉBEC .....	- 5 -
LES NOUVELLES FORMES D'ÉCOUTE DE LA TÉLÉVISION AU QUÉBEC .....	- 5 -
LA TÉLÉDISTRIBUTION AU QUÉBEC .....	- 7 -
SITUATION FINANCIÈRE DE L'INDUSTRIE DE LA TÉLÉDISTRIBUTION AU QUÉBEC.....	- 7 -
<b><u>L'ADAPTATION DE LA RÉGLEMENTATION AUX NOUVELLES RÉALITÉS DE LA CONSOMMATION DE LA TÉLÉVISION.....</u></b>	<b>- 8 -</b>
LA POSSIBILITÉ D'ABOLIR LA POLITIQUE DE L'EXCLUSIVITÉ DES GENRES .....	- 8 -
L'OBLIGATION DE DISTRIBUTION DES SERVICES DE LANGUE FRANÇAISE .....	- 11 -
SIMPLIFICATION DU PROCESSUS D'ATTRIBUTION DE LICENCES.....	- 13 -
<b><u>LA DISTRIBUTION ET L'ASSEMBLAGE DES SERVICES DE TÉLÉVISION.....</u></b>	<b>- 14 -</b>
UN SERVICE DE BASE À PRÉPONDÉRANCE FRANCOPHONE AU QUÉBEC .....	- 14 -
FORFAITS ET TÉLÉVISION À LA CARTE .....	- 16 -
PRÉVENIR LES PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES .....	- 19 -
<b><u>L'ACCÈS AUX SERVICES DE PROGRAMMATION NON CANADIENS .....</u></b>	<b>- 21 -</b>
<b><u>L'ACCÈS AUX SERVICES DE TÉLÉVISION AUX AUDITOIRES MAL DESSERVIS .....</u></b>	<b>- 23 -</b>
LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE .....	- 23 -
L'ACCÈS À LA PROGRAMMATION POUR LES PERSONNES HANDICAPÉES.....	- 24 -
<b><u>LES MESURES POUR FAVORISER LA PROGRAMMATION LOCALE .....</u></b>	<b>- 25 -</b>
UN FONDS DESTINÉ À LA PROGRAMMATION LOCALE.....	- 26 -
UN FINANCEMENT ADÉQUAT POUR LES TÉLÉVISIONS COMMUNAUTAIRES AUTONOMES .....	- 27 -
<b><u>LES MESURES POUR FAVORISER ET PROMOUVOIR LA PROGRAMMATION CANADIENNE .....</u></b>	<b>- 30 -</b>

<b>LE FINANCEMENT DE LA PROGRAMMATION CANADIENNE .....</b>	<b>- 31 -</b>
<b>LE FONDS DES MÉDIAS DU CANADA ET LES FONDS DE PRODUCTION INDÉPENDANTS CERTIFIÉS ..</b>	<b>- 32 -</b>
<b>ÉLARGISSEMENT DE LA CONTRIBUTION DES ENTREPRISES DE DISTRIBUTION DE RADIODIFFUSION À LA PROGRAMMATION CANADIENNE .....</b>	<b>- 33 -</b>
<b>CONTRIBUTION DES SERVICES DE PROGRAMMATION PAR CONTOURNEMENT.....</b>	<b>- 34 -</b>
<b>PROMOTION DES PRODUCTIONS D'INTÉRÊT NATIONAL.....</b>	<b>- 36 -</b>
<b><u>RELATIONS ENTRE LES ABONNÉS ET LES ENTREPRISES DE DISTRIBUTION DE RADIODIFFUSION .....</u></b>	<b><u>- 37 -</u></b>
<b><u>CONCLUSION .....</u></b>	<b><u>- 38 -</u></b>

## INTRODUCTION

1. Le 24 avril 2014, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié un appel d'observations dans lequel il sollicite de l'information sur les tendances et les futurs développements dans le domaine de la télévision, ainsi que des avis sur les approches possibles en vue de réviser le cadre réglementaire pour le système de télévision.
2. Même si les adultes québécois passent encore beaucoup plus de temps devant leur écran de télévision que devant celui de leur ordinateur<sup>1</sup>, le ministère de la Culture et des Communications (MCC) du Québec est conscient de l'évolution rapide des modes de consommation des contenus télévisuels et de l'accroissement exponentiel de l'offre sur les nouvelles plateformes.
3. Dans ce contexte de fragmentation grandissante de la consommation de la télévision, le MCC est encore plus sensible qu'auparavant à la création, à la diversité et à l'accessibilité de contenu télévisuel de langue française de qualité sur toutes les plateformes existantes et à venir.
4. Toutefois, le Ministère constate aussi que, pour des raisons géographiques, économiques ou générationnelles, tous les citoyens ne sont pas égaux devant la multiplication des plateformes sur lesquelles les contenus sont disponibles. En privilégier quelques-unes au détriment d'autres créerait des inégalités et réduirait l'accès des contenus à certaines catégories de la population.
5. Le MCC croit donc important de favoriser la présence des contenus québécois sur l'ensemble des plateformes disponibles, y compris sur les supports conventionnels comme les écrans de télévision.
6. Alors que l'objectif premier de la démarche du CRTC est de fournir plus de choix et de protections aux consommateurs, ses nombreuses propositions pourraient aussi avoir des impacts importants sur la santé financière de plusieurs intervenants dans les industries de la télédiffusion, de la production et de la distribution au Québec.
7. Soucieux de promouvoir le système québécois de télévision et sa spécificité, le MCC juge important de présenter au CRTC ses commentaires sur certaines des questions abordées dans la troisième étape de la conversation *Parlons télé*, notamment celles concernant l'adaptation de la réglementation aux nouvelles réalités de la consommation télévisuelle, la distribution des services et leur accès, l'accès aux services de programmation non canadiens, l'accès aux services de télévision aux auditoires mal desservis, la programmation locale, le financement de la production, ainsi que les relations entre les abonnés et leurs fournisseurs de services.
8. Le Ministère tient également à rappeler au Conseil qu'il doit « tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les marchés de langue française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue »<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> 32 heures par semaine en moyenne devant leur écran de télévision comparativement à 17 heures sur Internet; source TVB; BBM Analytics, Retour sur échantillon automne 2013, BBM PPM 2012/13, moyenne 52 semaines, Total Québec, T18+.

<sup>2</sup> Loi sur la Radiodiffusion, article 5(2)a).

9. Sauf mention contraire, les analyses et les recommandations du MCC dans ce mémoire ne s'appliquent qu'au marché québécois de langue française.

## **PORTRAIT DES INDUSTRIES DE LA TÉLÉVISION ET DE LA TÉLÉDISTRIBUTION AU QUÉBEC**

### **La télévision au Québec**

10. Selon le dernier rapport de surveillance des communications du CRTC, il y avait, toutes langues confondues, 744 services de télévision autorisés à diffuser au Canada en 2012, dont 141 de langue française, représentant seulement environ 19 % de toutes les chaînes<sup>3</sup>.
11. Au Québec, on dénombre plus d'une centaine de chaînes de langue française en activité, dont<sup>4</sup> :
- 26 chaînes généralistes appartenant, ou affiliées, aux trois grands réseaux francophones en activité au Québec, soit Radio-Canada, TVA et V;
  - 35 chaînes spécialisées ou payantes, dont plus de la moitié appartiennent aux deux groupes intégrés que sont Bell Média et Québecor Média;
  - 11 chaînes de vidéo sur demande ou à la carte;
  - Deux (2) chaînes éducatives;
  - 35 chaînes communautaires autonomes soutenues financièrement par le Ministère;
  - Une (1) chaîne multiculturelle.
12. On constate que le nombre de chaînes spécialisées ou payantes de langue française s'est considérablement accru dans les dernières années, celui-ci étant passé de 12 en 1999, à 21 en 2005 et à 35 en 2014<sup>5</sup>.
13. La propriété des services spécialisés et payants de langue française est, à l'instar de celle des stations de télévision généralistes, concentrée entre les mains de quelques entreprises, dont certaines détiennent également des réseaux et des stations généralistes de télévision. Tel est le cas de Québecor Média qui possède huit (8) chaînes spécialisées ainsi que six (6) stations généralistes, de même que la Société Radio-Canada qui possède six (6) stations généralistes de langue française et trois (3) chaînes spécialisées. Le plus important joueur dans le secteur des canaux spécialisés et payants demeure cependant Bell Média qui possède des actifs dans au moins 13 d'entre eux<sup>6</sup>.
14. De leur côté, les propriétaires indépendants (V Interactions, RNC Media, Télé Inter-Rives, Serdy Média, Pelmorex Communications, Avis de recherche, etc.) possèdent au total une vingtaine de services spécialisés et payants et de stations généralistes.
15. Soulignons aussi la présence de Télé-Québec qui est le diffuseur public à vocation éducative et culturelle, aussi partenaire du Canal Savoir, la télévision universitaire

<sup>3</sup> CRTC, Rapport de surveillance des communications, Septembre 2013.

<sup>4</sup> Compilation du MCC notamment d'après les données du CRTC, relevés statistiques et financiers, télévision traditionnelle, services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2009-2013.

<sup>5</sup> Données compilées par le MCC.

<sup>6</sup> Le CRTC doit approuver la vente de la chaîne Disney Junior à DHX Media de même que la vente des chaînes MusiquePlus et MusiMax à Groupe V Média inc.

appartenant à un consortium formé de la plupart des universités et collèges de la province et de TFO.

16. Pour sa part, TV5 Québec Canada a le mandat de promouvoir et de faire rayonner la diversité culturelle, sociale et linguistique de la francophonie canadienne et internationale.
17. Mentionnons enfin qu'on retrouve dans le marché québécois de langue anglaise<sup>7</sup> :
  - Quatre (4) chaînes généralistes canadiennes appartenant aux quatre grands réseaux anglophones en activité au Québec, soit CBC, Rogers Communications, Shaw Media et Bell Média;
  - Plus de 110 chaînes spécialisées ou payantes canadiennes;
  - Neuf (9) chaînes de vidéo sur demande ou à la carte.

### **Situation financière de l'industrie de la télévision au Québec<sup>8</sup>**

#### *Les revenus*

18. En 2013, les revenus de l'ensemble de l'industrie de la télévision au Québec s'élevaient à 1,67 G\$, en légère baisse de 0,7 % par rapport à 2012.
19. Les télévisions généralistes accaparaient 59 % de ces revenus, contre 41 % pour les services spécialisés et payants.
20. Les services privés récoltaient 62 % des revenus totaux et les chaînes publiques 38 %.
21. Au Québec, les revenus des chaînes généralistes privées ont enregistré une croissance annuelle moyenne<sup>9</sup> de 0,5 % entre 2009 et 2013 (-0,6 % dans le reste du Canada), alors que les services spécialisés et payants de langue française ont connu une augmentation annuelle moyenne de 8,2 % (+6,8 % dans le reste du Canada) sur la même période.
22. Avec 477 M\$ de revenus au Québec en 2013, la télévision traditionnelle de Radio-Canada enregistrerait une augmentation annuelle moyenne de 3,0 % (-1,0 % dans le reste du Canada) de ces revenus sur la même période.
23. Les revenus publicitaires de l'ensemble de l'industrie de la télévision québécoise se sont élevés à près de 579 M\$ en 2013, 65 % de ces recettes allant aux chaînes généralistes et 35 % aux services spécialisés et payants.
24. Toutefois, alors que le taux de croissance annuel moyen des revenus de publicité des chaînes spécialisées et payantes de langue française a été de 6,7 % au Québec (+6,7 % dans le reste du Canada), les services privés de télévision traditionnelle enregistreraient quant à eux une augmentation annuelle moyenne de seulement 0,8 % (-0,8 % dans le reste du Canada) sur la même période.
25. De son côté, la télévision traditionnelle de Radio-Canada enregistrerait au Québec une augmentation annuelle moyenne de 6,2 % (+2,1 % dans le reste du Canada) de ces revenus de publicité sur la même période.

---

<sup>7</sup> Données compilées par le MCC.

<sup>8</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, télévision traditionnelle, services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2009-2013; Télé-Québec, rapport annuel 2012-2013.

<sup>9</sup> Taux de croissance annuel composé (TCAC).

26. Les revenus d'abonnements des services spécialisés et payants de langue française ont augmenté quant à eux de 8,9 % en moyenne chaque année entre 2009 et 2013 pour s'élever à près de 478 M\$ en 2013.

#### *La rentabilité*

27. L'industrie de la télévision privée au Québec est profitable. Son bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) a été de 191 M\$ en 2013, contre 147 M\$ en 2009.
28. Cependant, en 2013, seulement 12,7 % du BAII de l'industrie de la télévision privée québécoise provenait des services de télévision traditionnelle, la très grande majorité des bénéfices étant enregistrées par les chaînes spécialisées et payantes.
29. La marge bénéficiaire avant intérêts et impôts (MAII) démontre que les services spécialisés et payants sont trois fois plus rentables que les stations traditionnelles au Québec : la MAII de ces services égale, en moyenne, 23,8 % par an durant la période 2009-2013 contre 7,1 % pour les stations traditionnelles.
30. Par ailleurs, la rentabilité des services de télévision privés généralistes du Québec est meilleure que celle de leurs consocérateurs du reste du Canada qui ont enregistré une MAII moyenne annuelle de -1,3 %.
31. Bien que beaucoup moins élevé que celui de la télévision spécialisée et payante, le rendement de la télévision privée généraliste au Québec demeure toutefois relativement stable entre 2009 et 2013, sa MAII de 5,6 % en 2013 étant quasiment identique à celle de 5,5 % en 2009.

#### *Les dépenses*

32. Au Québec, les dépenses de l'ensemble de l'industrie de la télévision privée s'élèvent à 895 M\$ en 2013 contre 756 M\$ en 2009. Toutefois, seules les chaînes spécialisées et payantes ont accru leurs dépenses de 8,3 % en moyenne annuelle, alors que dans le même temps, les dépenses des services privés de télévision traditionnelle connaissaient une croissance nulle, en moyenne, chaque année.
33. Avec 430 M\$ de dépenses en 2013, la télévision traditionnelle de Radio-Canada enregistrerait quant à elle une augmentation annuelle moyenne de 1,4 % de ces dépenses d'exploitation sur la même période.
34. La part des dépenses d'exploitation des stations privées traditionnelles dans l'industrie québécoise diminue continuellement depuis 1999. Elles sont d'ailleurs moins importantes que les dépenses des chaînes spécialisées et payantes depuis 2010. En 2013, elles ne représentaient que 42,8 % des dépenses totales de l'industrie de la télévision privée au Québec.
35. Durant la période 2009-2013, les dépenses de programmation se sont accrues en moyenne de 4,5 % annuellement et constituent la principale dépense de l'industrie privée de la télévision au Québec prise dans son ensemble. Elle y consacre globalement 71,4 % de ses dépenses d'exploitation en 2013 contre 70,9 % en 2009.
36. La programmation d'émissions canadiennes y monopolise d'ailleurs une part importante de ses dépenses d'exploitation. Là encore, de 2009 à 2013, la portion des dépenses consacrée annuellement au contenu canadien par la télévision

spécialisée et payante surpasse en moyenne celle de la télévision privée traditionnelle. Alors que cette dernière y affecte, en moyenne, chaque année, 49,0 % de ses dépenses d'exploitation, l'ensemble des services spécialisés y attribue, en moyenne, 58,0 % de leurs dépenses annuelles. Dans le reste du Canada, au cours de la même période, la portion des dépenses annuelles d'exploitation consacrée, en moyenne, au contenu canadien est moindre : 43,4 % dans le cas des services spécialisés et 28,2 % dans le cas des stations traditionnelles privées.

### *L'emploi*

37. En 2013, l'industrie de la télévision de langue française employait environ 5800 personnes au Québec<sup>10</sup>.

### **Écoute de la télévision francophone au Québec**

38. L'écoute de la télévision au Québec continue à surpasser celle observée dans l'ensemble du Canada. En effet, les Québécois francophones regardent beaucoup leur écran de télévision, soit 33,2 heures par semaine<sup>11</sup>, ce qui est nettement supérieur aux Canadiens des autres provinces et territoires qui la regardent 27,6 heures par semaine.
39. C'est aussi beaucoup plus que le temps passé à écouter la radio (18,5 heures) ou à naviguer sur Internet (16,1 heures)<sup>12</sup>.
40. Aussi, les Québécois francophones regardent beaucoup la télévision en français. Les chaînes de télévision francophones obtiennent près de 93 % de l'écoute.
41. En décroissance depuis plusieurs années, la part de marché de la télévision généraliste francophone est maintenant inférieure à celles des services spécialisés. Ainsi, en 2013, les chaînes spécialisées de langue française ont obtenu 48 % de l'écoute des Québécois francophones, les chaînes généralistes de langue française 45 % et les chaînes de langue anglaise 7 %<sup>13</sup>. L'écoute des services télévisuels de langue anglaise par les francophones est stable depuis plusieurs années.
42. Au Québec, la préférence des téléspectateurs francophones va toujours à l'écoute des émissions québécoises. Les dix (10) émissions les plus regardées pendant la saison 2012-2013 ont toutes été des productions réalisées au Québec<sup>14</sup>.

### **Les nouvelles formes d'écoute de la télévision au Québec**

43. Avec le développement des nouvelles technologies numériques, les Québécois ont maintenant le choix de regarder la télévision où ils le souhaitent et quand ils le souhaitent.

---

<sup>10</sup> Compilation du MCC d'après les données du CRTC, relevés statistiques et financiers, télévision traditionnelle, services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2009-2013 et des fiches entreprises du journal Les Affaires.

<sup>11</sup> TVB; BBM Analytique, sondages BBM PPM moyenne 52 semaines 2012-2013, Québec franco, 18 ans et plus.

<sup>12</sup> TVB; BBM Analytics, Retour sur échantillon automne 2013, BBM PPM 2012/13, moyenne 52 semaines, Québec franco, T18+.

<sup>13</sup> Rapport de gestion Groupe TVA 2013; Sondages BBM, Québec franco, du 1er janvier au 31 décembre 2013, lu-di 2a-2a, T2+.

<sup>14</sup> Guide Médias 2014 Infopresse, Sondages BBM, Québec franco, du 1er septembre 2012 au 30 avril 2013, lu-di 2a-2a, T2+.

44. Ils sont 44 % à posséder un enregistreur numérique personnel qui leur permet de regarder en différé leurs émissions favorites<sup>15</sup>.
45. Aussi, grâce au leadership de Vidéotron, les Québécois bénéficient depuis plusieurs années d'une offre abondante de contenus sur demande en français, à la fois gratuits et payants. En 2013, Vidéotron a reçu 101 274 319 commandes de contenus gratuits et 9 924 833 commandes de titres payants<sup>16</sup>. Si 14 % des Québécois affirment regarder au moins une émission de télévision offerte sur un service de vidéo sur demande<sup>17</sup> par mois, ce sont 34 % des abonnés au service numérique de Vidéotron qui utilisent la vidéo sur demande.
46. Cependant, si 92 % des Québécois affirment toujours regarder la télévision sur leur écran traditionnel<sup>18</sup>, ils profitent aussi de la multiplication des plateformes numériques pour suivre leurs émissions préférées. Ainsi, comme les autres Canadiens, 41 % des Québécois regardent la télévision par Internet<sup>19</sup> et 4 % ne la regardent que par Internet<sup>20</sup>. Parmi les différentes façons d'accéder à des contenus télévisuels par Internet, 36 % des Québécois le font sur un écran d'ordinateur, 11 % sur une tablette électronique, 7 % sur un téléphone intelligent et 7 % sur un téléviseur connecté à Internet<sup>21</sup>. La part des Québécois qui écoutent la télévision à partir d'un appareil mobile s'élève donc à 18 %<sup>22</sup>.
47. Par ailleurs, le visionnement de contenus télévisuels en ligne dépend étroitement de l'équipement numérique que possèdent les téléspectateurs ainsi que de l'offre d'émissions. La tablette électronique, lancée en 2010, est un appareil répandu auprès des Québécois qui sont déjà près d'un tiers à en posséder une<sup>23</sup>. Aussi, 53 % des Québécois sont propriétaires d'un téléphone intelligent<sup>24</sup>. Quant au téléviseur intelligent, 25 % des Québécois en possèdent un<sup>25</sup>.
48. Même si Netflix est beaucoup moins populaire chez les francophones du Québec que chez les autres Canadiens<sup>26</sup>, 9 % l'ont utilisé pour regarder du contenu vidéo<sup>27</sup>.
49. En même temps que les consommateurs s'approprient les nouvelles technologies et les nouveaux appareils disponibles, les télédiffuseurs du Québec déclinent une offre grandissante de contenus sur diverses plateformes numériques et mobiles. La quasi-totalité des services de télévision de langue française propose en ligne des émissions en direct, en rediffusion et/ou du contenu exclusif. Aussi, les services de vidéos en ligne par contournement ICI TOU.TV (Société Radio-Canada) et Club Illico (Vidéotron) sont offerts sur la télévision, le Web et les appareils mobiles. Quant à La Fabrique culturelle (Télé-Québec), une nouvelle plateforme vidéo de

<sup>15</sup> Observateur des technologies médias, automne 2013, Québec total; Q13a.

<sup>16</sup> CRTC, Vidéo sur demande (VSD) 2013, Données statistiques cumulatives - année de radiodiffusion se terminant le 31 août 2013.

<sup>17</sup> Observateur des technologies médias, automne 2013, Québec total; Q9.

<sup>18</sup> *Ibid.*, Q69.

<sup>19</sup> *Ibid.*, Q39a.

<sup>20</sup> *Ibid.*, Q4.

<sup>21</sup> *Ibid.*, Q41a,b,d.

<sup>22</sup> Tablette et téléphone intelligent.

<sup>23</sup> Observateur des technologies médias, automne 2013, Québec total; Q19a.

<sup>24</sup> *Ibid.*, Q19c.

<sup>25</sup> *Ibid.*, Q12c.

<sup>26</sup> 24 % chez les Canadiens anglophones.

<sup>27</sup> Observateur des technologies médias, automne 2013, Québec total; Q49.

diffusion culturelle lancée en mars 2014, elle est également accessible sur le Web et les appareils mobiles.

### **La télédistribution au Québec**

50. En 2013, 86 % des foyers québécois étaient abonnés à un service de distribution de radiodiffusion<sup>28</sup>. Au Québec, 58 % des foyers étaient abonnés à un service par câble, 16 % à un service satellite et 12 % à un service de télévision IP<sup>29</sup> (comme Bell Fibe et Telus Optik).
51. Le nombre de foyers québécois abonnés à un service de distribution de radiodiffusion par câble et par téléphonie était de 2,3 millions en 2013, soit une augmentation moyenne annuelle de 3,8 % entre 2009 et 2013<sup>30</sup>. Il faut toutefois souligner que cette croissance est principalement causée par une forte hausse des abonnements aux services de télévision IP. Selon Mediastats<sup>31</sup>, le nombre d'abonnements aux services de télévision IP a enregistré une hausse de 87,4 % entre 2012 et 2013.
52. Au Québec, 87 % des abonnés à un service de distribution de radiodiffusion se disent satisfaits ou très satisfaits de leur fournisseur, comparativement à 78 % des abonnés dans le reste du Canada<sup>32</sup>.
53. En 2013, l'industrie de la télédistribution employait environ 7600 personnes au Québec<sup>33</sup>.

### **Situation financière de l'industrie de la télédistribution au Québec**

54. Les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) ne dévoilant pas leurs revenus par province, nous ne ferons référence dans cette partie qu'aux résultats provenant des activités des entreprises de câblodistribution.

#### *Revenus des services de distribution de radiodiffusion<sup>34</sup>*

55. En 2013, les revenus de la distribution de radiodiffusion<sup>35</sup> au Québec s'élevaient à 1,43 G\$<sup>36</sup>. Ces revenus ont enregistré une croissance annuelle moyenne de 7,4 % entre 2009 et 2013 (+5,4 % dans le reste du Canada).
56. À elle seule, l'entreprise dominante au Québec, Vidéotron, a enregistré en 2013 un revenu total de 1,10 G\$ soit 77 % du total des revenus de l'industrie de la câblodistribution au Québec.

<sup>28</sup> Observateur des technologies médias, automne 2013, Québec total; Q4.

<sup>29</sup> Télévision par protocole internet (IPTV).

<sup>30</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

<sup>31</sup> MediaStats, Subscriber and Rate Data, 30 septembre 2013.

<sup>32</sup> Observateur des technologies médias, Québec total, printemps 2013; Q6.

<sup>33</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

<sup>34</sup> Services de programmation de base fournis par les distributeurs ainsi que les revenus générés par les services non de base qui incluent la programmation facultative offerte par les distributeurs.

<sup>35</sup> Services de programmation de base et non de base fournis par les câblodistributeurs. Ce qui exclut la location de canaux, les services d'accès à internet et les services de téléphonie, ainsi que les revenus générés par les petites annonces, les téléachats/services généraux et les infopublicités.

<sup>36</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

57. Entre 2009 et 2013, les entreprises de câblodistribution du Québec ont enregistré une marge bénéficiaire d'exploitation moyenne de 13,9 %, ce qui est beaucoup plus faible que la moyenne canadienne de 22,7 % sur la même période<sup>37</sup>.

*Revenus des services hors programmation*<sup>38</sup> (Internet et téléphonie)

58. En 2013, les revenus des services hors programmation au Québec s'élevaient à 1,77 G\$. Ces revenus ont enregistré une croissance annuelle moyenne de 13 % entre 2009 et 2013 (+10,2 % dans le reste du Canada)<sup>39</sup>.
59. Par ailleurs, la marge bénéficiaire d'exploitation des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) sur leurs services hors programmation a été, en moyenne sur les cinq (5) dernières années, de 72 % de leurs revenus<sup>40</sup>.

**L'ADAPTATION DE LA RÉGLEMENTATION AUX NOUVELLES RÉALITÉS DE LA CONSOMMATION DE LA TÉLÉVISION**

**La possibilité d'abolir la politique de l'exclusivité des genres**

Question 58 : Des mesures réglementaires sont-elles nécessaires afin de promouvoir la diversité de la programmation? Le cas échéant, quelles seraient les meilleures mesures afin d'atteindre cet objectif?

et

Question 59 : Quelles seraient les conséquences, tant positives que négatives, de supprimer la politique de l'exclusivité des genres? Quel serait le meilleur délai pour mettre en œuvre cette approche en tenant compte de toutes les conséquences possibles?

60. Actuellement, les services spécialisés et payants de catégorie A obtiennent des licences sur la base d'un service par genre<sup>41</sup> et le Conseil leur impose des conditions de licence pour s'assurer qu'ils demeurent fidèles au genre pour lequel ils ont obtenu une licence. Ces services ne peuvent ni se faire concurrence directement entre eux, ni être concurrencés directement par des services de catégorie B et de catégorie C. Les EDR ont également l'obligation de les distribuer dans leurs marchés linguistiques et dans les marchés des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).
61. Dans le cadre du présent avis de consultation, le Conseil examine la possibilité d'éliminer la politique de l'exclusivité des genres et les mesures de protection des services spécialisés et payants. Il mentionne notamment que l'industrie des services spécialisés et payants est à maturité et qu'avec le nombre grandissant de services spécialisés, les genres empiètent de plus en plus les uns sur les autres. Il ajoute que les conditions sur la nature d'une chaîne peuvent limiter sa capacité à

<sup>37</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

<sup>38</sup> Location de canaux, services d'accès à internet et services de téléphonie.

<sup>39</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> Comme Canal D, Évasion ou MusiquePlus.

réorienter sa programmation pour satisfaire aux préférences de l'auditoire et que cette politique nuirait à l'arrivée de nouveaux services facultatifs.

62. Selon la nouvelle approche proposée, les services de programmation ne seraient plus obligés de respecter un genre en particulier et pourraient exploiter un genre élargi. Tous les services facultatifs se feraient donc concurrence et offriraient des émissions de tout type ou genre. Enfin, l'exigence de distribuer tous les services de catégorie A serait éliminée, sauf pour ceux qui ont une ordonnance de distribution en vertu de l'article 9(1)h) et pour les services de nouvelles nationales de catégorie C spécialisés.

#### *Un équilibre économique fragile*

63. Avant d'adopter l'approche qu'il envisage dans le marché francophone, le Conseil doit d'abord considérer la viabilité économique des services spécialisés et payants de langue française.
64. Selon le Ministère, l'abolition complète de l'exclusivité des genres pourrait entraîner de sérieuses difficultés financières et être préjudiciable aux services spécialisés et payants de langue française puisqu'ils disposent, pour se rentabiliser, d'un marché beaucoup plus petit que celui des services de langue anglaise. La concurrence entre deux chaînes dans un même créneau les amènerait à se partager le marché, ce qui entraînerait pour chacune d'elles des revenus moins élevés. La concurrence entre des services pourrait aussi contribuer à faire augmenter les coûts d'acquisition des émissions. Au final, ces pressions sur les revenus et les dépenses se répercuteraient probablement sur la qualité et la diversité des émissions puisque chaque service aurait moins de ressources à consacrer à l'acquisition et à la production d'émissions canadiennes.
65. D'autre part, permettre l'exploitation d'un service sans réglementer sa nature reviendrait pratiquement à abolir les notions de services thématiques. En plus de miner la viabilité économique de plusieurs services spécialisés et payants de langue française, cela amplifierait la concurrence avec les chaînes généralistes qui se trouvent déjà dans une situation financière précaire et qui ne peuvent bénéficier de revenus d'abonnements pour se rentabiliser.

#### *Une diversité menacée*

66. Par ailleurs, contrairement à ce que laisse entendre le Conseil dans son appel d'observations, le Ministère estime que la suppression de l'exclusivité des genres entraînerait une diminution de la diversité en matière de programmation. Alors que certains services facultatifs de langue française pourraient disparaître, d'autres pourraient modifier leur programmation et opter pour des genres populaires plus rentables au détriment des autres genres, ce qui entraînerait une diminution de la diversité des genres offerts.
67. D'ailleurs, en 2008, dans le cadre de la révision du cadre réglementaire des EDR et des services de programmation facultatifs, le Conseil avait justifié le maintien de la politique d'exclusivité des genres pour la majorité des services de télévision

payante et spécialisée en mentionnant qu'elle favorisait le développement d'une grande diversité de programmation canadienne<sup>42</sup>. Il ajoutait :

« (...) adopter le principe des forces du marché pourrait inciter les concurrents à se procurer les émissions les plus populaires et les plus rentables dans un genre donné. Cela pourrait réduire la diversité des émissions offertes aux téléspectateurs et, dans la mesure où il s'agirait d'émissions non canadiennes, pourrait réduire les ressources disponibles pour appuyer la création de nouvelles émissions canadiennes »<sup>43</sup>.

68. Le MCC tient aussi à exprimer son inquiétude concernant l'incidence de cette approche sur les obligations en matière de contenu canadien et en termes de contribution à la création canadienne. Tel que souligné par le Conseil, en plus d'assurer la diversité des genres d'émissions, la politique de l'exclusivité du genre permet de :

« (...) fournir un certain soutien aux services spécialisés et payants de catégorie A afin de leur permettre de respecter leurs obligations en matière de contenu canadien et autre programmation, lesquelles sont généralement plus importantes que celles des autres types de services payants et spécialisés »<sup>44</sup>.

69. En diminuant les protections pour les services existants de catégorie A, le Ministère craint que le Conseil décide aussi d'abaisser leurs exigences en matière de contenu canadien afin qu'ils soient en adéquation avec celles des services de catégorie B, ce qui pourrait se traduire par une diminution de la programmation canadienne.

### **Recommandation 1**

Compte tenu de ce qui précède, le Ministère recommande au Conseil :

- **de ne pas abolir la politique de l'exclusivité des genres pour les services spécialisés et payants de langue française et de poursuivre son approche actuelle qui consiste à introduire la concurrence dans un genre en particulier que lorsqu'il est convaincu qu'un environnement concurrentiel ne réduit pas de façon significative la diversité des services offerts aux abonnés et leur contribution à la création d'émissions canadiennes.**

#### *Plus de souplesse dans la programmation commune*

70. Le Ministère reconnaît néanmoins qu'il existe des chevauchements dans la programmation de certains services et que les genres empiètent de plus en plus les uns sur les autres. Il reconnaît également qu'une concurrence partielle peut s'avérer stimulante à certaines occasions.
71. Ainsi, afin d'accorder davantage de souplesse aux services spécialisés et payants tout en protégeant la spécificité et la nature de chacun, le MCC estime que le

<sup>42</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2008-100, paragraphe 267.

<sup>43</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2008-100 paragraphe 268.

<sup>44</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, paragraphe 106.

Conseil pourrait augmenter progressivement la limite de la programmation commune permise entre les services spécialisés et payants.

### **Recommandation 2**

Le MCC recommande au Conseil :

- a) **de permettre une concurrence partielle entre des services spécialisés ou payants en limitant la programmation commune à 15 % de leur grille horaire dès la première année du nouveau cadre réglementaire et à 20 % lors de la troisième année;**
- b) **d'évaluer dans cinq (5) ans la possibilité d'augmenter la limite de la programmation commune à un maximum de 25 % de la grille horaire.**

Question 60 : Même en l'absence de l'exclusivité du genre, les services de programmation devraient-ils être tenus d'identifier les genres élargis d'émissions qu'ils offrent afin que les consommateurs reçoivent de ces services le type d'émissions auxquelles ils s'attendent? Quels devraient être ces genres élargis?

72. Le Ministère réitère qu'il considère que la politique de l'exclusivité des genres devrait être maintenue pour les services spécialisés et payants de langue française en raison notamment de l'étroitesse du marché québécois et afin d'assurer une diversité en matière de programmation offerte aux consommateurs.

### **Recommandation 3**

Si le Conseil décide tout de même d'abolir cette politique, le Ministère lui demande, afin de préserver une diversité de programmation :

- **de maintenir une description détaillée de la nature de chaque service spécialisé ou payant de langue française dans leurs conditions de licence.**

### **L'obligation de distribution des services de langue française**

73. Les deux (2) principales entreprises privées intégrées au Québec, Québecor Média et Bell Média<sup>45</sup>, possédaient, en 2013, 31 services de télévision de langue française et accaparaient 60,6 % des revenus totaux engendrés par l'industrie de la télévision au Québec (86,5 % des revenus de la télévision privée)<sup>46</sup>.

<sup>45</sup> Avant la vente effective des chaînes Historia, Séries+, Télétoon et Télétoon rétro à Corus le 20 décembre 2013 et excluant les services sur demande et à la carte de Bell Média.

<sup>46</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, télévision traditionnelle, services spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande, 2009-2013.

74. Ces groupes intégrés, qui contrôlent l'accès des contenus télévisuels aux abonnés à la télédistribution, mais aussi aux nouvelles plateformes de distribution, dominent donc grandement le marché québécois.
75. Dans ce contexte, le Ministère est préoccupé par la proposition de supprimer l'obligation de distribuer les services de catégorie A. Cette obligation devrait plutôt être maintenue et même élargie à l'ensemble des services de programmation de langue française sur le territoire québécois, notamment pour assurer la promotion des petits diffuseurs indépendants et des nouveaux services.
76. D'une part, très peu, voire aucun service spécialisé ou payant de langue française peut se rentabiliser au Québec s'il n'est pas distribué par le principal distributeur puisque celui-ci détient environ 73 % de tous les abonnés québécois au câble<sup>47</sup>. À ce titre, la suppression de la distribution obligatoire serait particulièrement dommageable pour les services spécialisés et payants de catégorie A indépendants puisqu'ils n'ont pas un grand pouvoir de négociation. C'est pourquoi, de l'avis du Ministère, les services canadiens spécialisés et payants de langue française ne devraient pas avoir à négocier leur accès avec les EDR s'ils ont reçu une licence du Conseil.
77. D'autre part, le Ministère constate que la distribution numérique permet aux EDR d'offrir de plus en plus de services, parmi lesquels on retrouve une grande majorité de services de langue anglaise. Or, dans un contexte où la population et les abonnés de langue française sont fortement majoritaires au Québec, le Ministère considère que les EDR devraient donner priorité à la distribution de services de programmation canadiens de langue française.
78. D'ailleurs, la qualité des émissions québécoises est appréciée par les Québécois qui préfèrent majoritairement les productions d'ici. En effet, au printemps 2014, les 30 émissions les plus regardées au Québec ont été des productions francophones québécoises<sup>48</sup>. Cette préférence des Québécois pour les productions francophones d'ici les distingue assurément des téléspectateurs du marché anglophone. En 2012, alors que 75 productions canadiennes de langue française se retrouvaient parmi les 100 émissions les plus regardées dans le marché francophone, ce ne sont que 23 productions canadiennes qui étaient parmi les 100 émissions les plus regardées dans le marché anglophone<sup>49</sup>.

#### **Recommandation 4**

- **Le Ministère recommande au Conseil d'obliger toutes les EDR de plus de 2 000 abonnés dans les marchés de langue française à distribuer tous les services spécialisés et payants francophones.**

<sup>47</sup> MediaStats, Subscriber and Rate Data, 30 septembre 2013.

<sup>48</sup> Le Journal de Québec, « TVA domine les sondages BBM du printemps », 6 mai 2014, <http://www.journaldequebec.com/2014/05/06/tva-domine-les-sondages-bbm-du-printemps>.

<sup>49</sup> Environnement médiatique 2013, Document présenté au conseil d'administration de CBC/Radio-Canada, 26 novembre 2013; Eurodata, Top 100 Programs (autre les nouvelles et les sports), 2012.

### **Recommandation 5**

Compte tenu que les services de catégories B et de catégorie C pourront bénéficier d'une plus grande accessibilité aux services de distribution et étant donné l'importance d'assurer la diffusion de la programmation canadienne, le Ministère demande au Conseil de :

- **ne pas diminuer les exigences actuelles des services de catégorie B et de catégorie C en matière de diffusion de contenu canadien.**

### **Simplification du processus d'attribution de licences**

*Question 62 : Les types de services existants devraient-ils être regroupés afin de simplifier le processus d'attribution de licence? Existe-t-il d'autres moyens de simplifier ce processus que ceux établis au paragraphe 114 précédent?*

79. Le Conseil songe à simplifier le processus d'attribution de licences existant et propose de regrouper tous les services de programmation en trois types : les services de base, les services facultatifs et les services sur demande. Il mentionne que « ces trois types de services seraient exploités en vertu d'un ensemble d'exigences normalisées établies à la suite d'un processus public »<sup>50</sup>.
80. Étant donné que les particularités qui caractérisent les chaînes varient grandement de l'une à l'autre, il apparaît très difficile d'élaborer des exigences normalisées pour tous les services facultatifs, à moins d'y inclure plusieurs exceptions. Par exemple, il serait impossible pour une chaîne spécialisée canadienne comme TV5 Québec Canada, dont la programmation est axée sur la francophonie internationale, d'avoir des exigences identiques en programmation canadienne qu'une chaîne spécialisée canadienne qui offre des nouvelles nationales.
81. En 2013, le Conseil a justement mis en place plusieurs mesures de protection, dont la distribution obligatoire, en vue de garantir aux services de nouvelles nationales un accès plus large et plus équitable au système canadien de radiodiffusion. Le Conseil estimait que ces mesures étaient nécessaires en raison du rôle vital que ces services jouent pour l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>51</sup>. De plus, le Conseil évalue actuellement la possibilité de modifier les critères d'attribution de licences de ces services puisqu'il a reconnu que ceux-ci n'étaient peut-être pas assez sévères pour garantir des émissions de nouvelles de grande qualité. Cet exemple démontre qu'il peut parfois être justifié et nécessaire d'établir des critères et des obligations différents entre les services de programmation.

<sup>50</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, paragraphe 114.

<sup>51</sup> Voir politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2013-734.

## **Recommandation 6**

En conséquence, le MCC recommande au Conseil :

- **de maintenir les catégories de services actuels et de continuer à établir des critères d'attribution de licence au cas par cas dans le marché de langue française.**

## **LA DISTRIBUTION ET L'ASSEMBLAGE DES SERVICES DE TÉLÉVISION**

### **Un service de base à prépondérance francophone au Québec**

Question 1 : Quels seraient les effets éventuels, positifs et négatifs, de l'approche proposée énoncée aux paragraphes 40 à 48 plus haut sur les différentes composantes du système de radiodiffusion (y compris les consommateurs, les services facultatifs, les EDR, le secteur de la production, les CLOSM et les services à caractère ethnique)?

et

Question 3 : Quelles stations de télévision locales devraient être comprises dans un petit service de base que proposeraient les EDR par SRD?

et

Question 11 : Comment les EDR pourront-elles continuer à donner priorité à la distribution des services de programmation canadiens? Est-il nécessaire de maintenir l'exigence selon laquelle chaque abonné doit recevoir une prépondérance de services canadiens?

82. Dans le rapport que le CRTC a présenté en réponse au décret 2013-1167<sup>52</sup>, il énonce une opinion préliminaire selon laquelle la distribution et l'assemblage des services de télévision devraient être réexaminés afin de maximiser les choix et la souplesse offerts aux consommateurs.
83. Cependant, et comme il le précise dans sa réponse, « le Conseil propose d'exiger que les EDR offrent à leurs abonnés un petit service de base entièrement canadien et qu'elles en fassent la promotion afin que les Canadiens soient informés de sa disponibilité. Ce service de base ne comprendrait que :
- les stations de télévision canadiennes locales;
  - les services 9(1)h);
  - les services éducatifs provinciaux, dans les provinces où un tel service existe;
  - dans certains cas, la chaîne communautaire et le service de programmation législatif provincial.

(...) Tous les autres services seraient exclus de ce petit service de base »<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> Le 7 novembre 2013, le Gouverneur général en conseil publiait le décret C.P. 2013-1167 demandant au CRTC de faire rapport, au plus tard le 30 avril 2014, sur la manière qui permettrait à la fois de maximiser, pour les consommateurs canadiens, les possibilités de s'abonner à des services de télévision payante et spécialisée à la carte, et de mettre en œuvre, de la manière la plus appropriée, la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, tout en tenant compte des objectifs de la réglementation prévus au paragraphe 5(2) de cette même Loi.

<sup>53</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, paragraphes 41 et 43.

84. Afin d'augmenter la diversité des services de langue française accessibles aux abonnés de la télédistribution du Québec, le MCC est toujours en faveur de permettre la distribution de chaînes d'intérêt public sur le service de base des réseaux de télédistribution au Québec.
85. Il considère donc essentiel le maintien d'un service de base obligatoire qui permette aux abonnés de partager des valeurs et des réalités communes en ayant accès aux stations de télévision généralistes privées et publiques, locales et régionales, ainsi qu'à Télé-Québec et au Canal Savoir, aux services 9(1)h), au canal de l'Assemblée nationale et aux télévisions communautaires.
86. Le Ministère se réjouit donc de constater que la proposition du CRTC ne remet pas en cause l'existence d'un tel service de base.
87. Mais le MCC est conscient que l'ajout ou le retrait d'un canal au sein d'un bloc de services de télévision de base a un impact sur le prix de ce bloc et sur la facture mensuelle des abonnés. Il croit donc que le service de base doit être limité.
88. C'est pourquoi il appuie le CRTC dans sa volonté d'exclure du service de base des EDR, tous les autres services de programmation, détenteurs de licences, exemptés et non canadiens, y compris les services américains.

#### **Recommandation 7**

- **Dans ce contexte, le MCC appuie la proposition du CRTC d'exiger que toutes les EDR offrent à leurs abonnés un petit service de base entièrement canadien, qui ne comprendrait que :**
  - **les stations de télévision canadiennes locales et régionales;**
  - **les services 9(1)h);**
  - **les services éducatifs provinciaux, comme Télé-Québec et le Canal Savoir;**
  - **dans certains cas, la chaîne communautaire et le service de programmation législatif provincial, comme le Canal de l'Assemblée nationale.**

89. Toutefois, afin de mieux répondre aux besoins de la majorité des Québécois, le Ministère croit qu'il est impératif de maintenir la prépondérance des chaînes en français sur les services de base des systèmes de distribution du Québec.

#### **Recommandation 8**

- **Le MCC recommande donc au CRTC, lors de l'examen des nouvelles demandes de distribution obligatoire en vertu de l'article 9(1)h), d'accorder au Québec la priorité à celles proposant des services en langue française.**

## **Forfaits et télévision à la carte**

Question 1 : Quels seraient les effets éventuels, positifs et négatifs, de l'approche proposée énoncée aux paragraphes 40 à 48 plus haut sur les différentes composantes du système de radiodiffusion (y compris les consommateurs, les services facultatifs, les EDR, le secteur de la production, les CLOSM et les services à caractère ethnique)?

et

Question 4 : Quelle serait l'incidence de cette approche sur le caractère abordable des services de télévision? Par exemple, y aurait-il un effet particulier sur le coût des services de sport?

90. Aujourd'hui, les consommateurs ont une multitude de possibilités pour accéder à du contenu audiovisuel quand ils le veulent et où ils le veulent. Cela les incite à exiger de plus en plus de choix et de flexibilité de la part des EDR dans la sélection de leurs services de programmation. Lors de la consultation menée par le Conseil, de nombreux participants ont d'ailleurs réclamé la possibilité de s'abonner à des chaînes sur une base individuelle (à la carte).
91. Afin de maximiser les choix et la souplesse offerts aux consommateurs, le Conseil propose une approche selon laquelle les EDR auraient « (...) l'obligation de permettre aux abonnés de choisir individuellement (à la carte) les services de programmation facultatifs et de leur permettre de créer leurs propres forfaits personnalisés de services de programmation facultatifs (sur mesure) »<sup>54</sup>. Le Conseil ajoute que son approche permettrait aux EDR de continuer à offrir aux abonnés les services de programmation facultatifs en forfaits pré-assemblés comme elles le font présentement.

### *Préserver l'équilibre et la diversité dans le marché télévisuel québécois*

92. L'approche proposée par le Conseil est semblable à ce qui est déjà offert au Québec par plusieurs EDR. En effet, Vidéotron offre à ses clients la possibilité de créer des forfaits sur mesure de services facultatifs depuis 1999. D'autres entreprises comme Bell, Cogeco et Télius lui ont emboîté le pas et offrent également cette option aux consommateurs québécois. Il est également possible pour les consommateurs, dans certains cas, de sélectionner des chaînes sur une base individuelle. Ceux-ci ont néanmoins toujours le loisir de sélectionner des blocs thématiques et des forfaits de chaînes pré-assemblées s'ils le désirent.
93. Le Ministère constate que le modèle actuellement en place dans le marché québécois fonctionne relativement bien. Il offre de la flexibilité aux consommateurs tout en permettant de conserver une certaine diversité de chaînes spécialisées et payantes de langue française.
94. De manière générale, les services spécialisés et payants de langue française obtiennent de bons résultats, tant en termes de revenus que d'écoute. Tel que mentionné au paragraphe 20 de ce document, entre 2009 et 2013, ceux-ci ont

---

<sup>54</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, paragraphe 44.

connu une augmentation annuelle moyenne de leurs revenus de 8,2 %, comparativement à une hausse de 6,8 % dans le reste du Canada. De plus, ces services demeurent très rentables avec une MAll moyenne de 23,8 % par an durant la période 2009-2013.

95. Il faut mentionner que l'écoute de la télévision au Québec continue à surpasser celle observée dans l'ensemble du Canada et que la majorité de l'écoute des Québécois francophones va désormais aux chaînes spécialisées et payantes de langue française<sup>55</sup>. Compte tenu qu'il y a un nombre plus restreint de services spécialisés et payants de langue française dans le marché québécois, la plupart étant canadiens, et que la majorité de la population québécoise est francophone, les abonnés québécois qui ont la possibilité de choisir des forfaits sur mesure sélectionnent souvent une part élevée de services canadiens de langue française. Cela assure à ces derniers des revenus relativement stables. Le fait que les services facultatifs francophones soient largement disponibles dans les forfaits sur mesure offerts au Québec ainsi que dans les forfaits pré-assemblés contribue aussi à faciliter leur sélection par les abonnés québécois.
96. D'autre part, le Ministère observe que les consommateurs québécois sont en grande majorité satisfaits de leur service de télévision. En effet, 87 % des Québécois abonnés à un service de télévision se disent assez ou très satisfaits de leur fournisseur de télévision comparativement à 78 % des abonnés dans le reste du Canada<sup>56</sup>. Ces données sont confirmées par d'autres études<sup>57</sup>.
97. Aussi, les Québécois francophones auraient un intérêt moindre à se désabonner de leur service de télévision comparativement aux anglophones de l'extérieur de la province. L'offre de services à la carte pourrait être un des facteurs qui expliquent ce résultat<sup>58</sup>.
98. Néanmoins, le Ministère estime que l'offre obligatoire de services facultatifs sur une base individuelle pourrait aussi entraîner des conséquences négatives, en particulier lorsque combinée à d'autres propositions comme l'abolition de la politique sur l'exclusivité des genres et les mesures de protection des services spécialisés et payants.
99. Même si les services de langue française sont moins à risque, certaines chaînes pourraient subir une diminution du nombre d'abonnés. Cette approche pourrait entraîner des pertes de revenus pour l'ensemble du système si d'autres mécanismes ne sont pas mis en place, et donc une diminution du financement global alloué à la programmation canadienne. Ultiment, cela pourrait mener à la disparition de services spécialisés et payants de langue française et se traduire par une perte de diversité dans le système télévisuel francophone.
100. Les chaînes de créneau et les chaînes indépendantes seraient particulièrement à risque comparativement aux services appartenant à des entités intégrées

---

<sup>55</sup> Rapport de gestion du Groupe TVA; Sondages BBM, Québec franco, du 1er janvier au 31 décembre 2013, lu-di 2a-2a, T2+.

<sup>56</sup> Observateur des technologies médias, printemps 2013, Québec total; Q6.

<sup>57</sup> Voir notamment Harris/Decima, Rapport de recherche quantitative présenté au CRTC, 24 avril 2014; Harris/Decima pour Rogers Communications Inc., TV Subscription Omnibus Study, 15 novembre 2013; Environics Research Group pour Public Interest Advocacy Centre, Telephone Survey about Consumer Choice in TV Service, 23-26 août 2012.

<sup>58</sup> Observateur des technologies médias, Désabonnement – Analyse du marché canadien, 8 avril 2014.

verticalement, en particulier si elles se retrouvent dans des forfaits peu attrayants ou si elles sont disponibles uniquement sur une base individuelle.

### *Conséquences sur les prix*

101. Le Ministère tient à rappeler au Conseil l'importance d'assurer l'accessibilité à la programmation télévisuelle à un coût abordable, tel qu'énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>59</sup>.
102. Par ailleurs, il importe de mentionner que le coût est la principale préoccupation des consommateurs relativement au service de télévision. C'est ce qui ressort du rapport de recherche quantitative commandé par le Conseil. En effet, le prix est l'élément qui récolte le plus haut taux d'insatisfaction, devant la flexibilité de choisir les chaînes voulues<sup>60</sup>.
103. Or, comme le souligne le Conseil :

« le modèle d'affaires actuel des services de programmation repose sur le maintien de niveaux d'abonnés minimum. Si le nombre d'abonnés diminue, le tarif chargé par les services de programmation aux EDR pourrait augmenter. (...) Cette pratique pourrait se traduire par une augmentation du tarif de détail payé par l'abonné »<sup>61</sup>.
104. Une telle augmentation serait particulièrement néfaste pour les consommateurs qui regardent de nombreuses chaînes de télévision.
105. Même s'ils auront encore la possibilité de s'abonner à des forfaits pré-assemblés, rien ne garantit que le prix de ces forfaits n'augmentera pas non plus en raison des pertes de revenus globales subies par les chaînes. Certaines EDR affirment d'ailleurs s'attendre à une augmentation des tarifs de gros, y compris des tarifs de gros pour les services offerts dans un bouquet de chaînes<sup>62</sup>.
106. Le Ministère note aussi que le Conseil ne propose aucun mécanisme qui empêcherait les EDR d'exiger des tarifs excessifs pour les chaînes sélectionnées à la carte, ce qui découragerait assurément les consommateurs de choisir des chaînes de cette manière. C'est pourquoi il sera important pour le Conseil d'assurer un suivi et de réévaluer périodiquement le coût des services de programmation facultatifs.

### **Recommandation 9**

Afin de préserver le modèle québécois actuel qui offre de la flexibilité aux consommateurs tout en permettant de conserver une diversité de chaînes spécialisées et payantes de langue française, le Ministère recommande :

- **d'obliger toutes les EDR de plus de 2 000 abonnés au Québec de permettre à leurs abonnés de choisir les services de programmation facultatifs à la carte et de leur permettre de créer leurs propres forfaits personnalisés de services de programmation facultatifs, à condition que ces services soient également disponibles dans un forfait de chaînes pré-assemblées.**

<sup>59</sup> Article 3(1)f)(ii).

<sup>60</sup> Harris/Decima, Rapport de recherche quantitative présenté au CRTC, 24 avril 2014.

### **Recommandation 10**

Afin de faciliter leur accessibilité pour les consommateurs québécois, et compte tenu du nombre limité de chaînes facultatives de langue française, le Ministère demande que :

- **tous les services spécialisés et payants de langue française soient regroupés au Québec dans un même assemblage, à l'exception de ceux qui ont un statut de distribution obligatoire au service de base, à moins que les parties en conviennent autrement.**

### **Recommandation 11**

Afin de bien pouvoir mesurer tous les effets des nouvelles approches adoptées par le Conseil, en particulier de l'obligation pour les EDR d'offrir les services télévisuels sur une base individuelle, le Ministère recommande :

- **d'effectuer d'ici cinq (5) ans une réévaluation de l'offre à la carte et de ses impacts sur les services spécialisés et payants de langue française, en particulier en ce qui a trait au prix et à la diversité de ces services.**

## **Prévenir les pratiques anticoncurrentielles**

*Question 47 : Des mesures, telles que l'imposition d'exigences de distribution, de dispositions à l'égard de la préférence induite ou d'autres mesures telles que celles énoncées dans le code sur l'intégration verticale, sont-elles nécessaires pour assurer la disponibilité de sources de programmation non intégrées verticalement ou d'EDR à l'avenir?*

107. Une entité intégrée verticalement possède, à la fois, au moins une grande entreprise de télédistribution et des services de programmation (stations généralistes, services spécialisés et payants). Cependant, les composantes de cette entité auront à négocier les conditions de distribution entre elles et aussi, avec ses concurrents.
108. Les distributeurs et les diffuseurs indépendants qui ont une capacité financière restreinte disposent d'un pouvoir de négociation relativement faible face à ces grands groupes intégrés. De fait, ce sont surtout ces derniers qui fixent le prix de détail des services ainsi que les conditions de mise en marché.
109. Un tel pouvoir peut se traduire par des durées de négociation très longues lors d'ententes contractuelles ou de renouvellement de contrats de distribution avec

<sup>61</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, paragraphe 47.

<sup>62</sup> Voir notamment Telus, Response to Request for Information – Order in Council, 17 janvier 2014.

des services spécialisés n'appartenant pas à la même entreprise intégrée verticalement.

110. Le Ministère estime donc que des mesures telles que celles imposées à Bell lors du rachat des actifs du Groupe Astral Media<sup>63</sup> doivent être généralisées à tous les groupes intégrés verticalement du Québec afin de garantir que ces grandes entreprises traitent de manière équitable les distributeurs et les télédiffuseurs indépendants.

#### **Recommandation 12**

Ainsi, le MCC recommande au CRTC d'imposer à tous les groupes intégrés du Québec que :

- a) les articles pertinents du Code de déontologie à l'égard des interactions et des ententes commerciales soient imposés comme conditions de licence à tous les services de programmation et de distribution de télévision de ces groupes;**
- b) toutes les ententes d'affiliation soient déposées au CRTC afin qu'il puisse surveiller les ententes de distribution et de programmation conclues;**
- c) les télédistributeurs intégrés se soumettent au processus de règlement des différends si une entente d'affiliation ne peut être conclue 120 jours avant la date d'expiration d'une entente existante.**

#### *Politique de non-exclusivité des contenus*

111. Dans sa décision du 21 septembre 2011, concernant le cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale<sup>64</sup>, le Conseil a décidé que la programmation conçue d'abord pour les écrans de télévision ne pourrait être offerte en exclusivité à des services mobiles ou à des services d'accès Internet au détail.
112. Les droits de ces émissions doivent être offerts aux concurrents selon des ententes de diffusion ou autres ententes semblables. L'objectif de cette mesure était de garantir aux consommateurs l'accès à la programmation la plus populaire via une variété de distributeurs.
113. Cependant, afin d'encourager l'innovation en matière de programmation, le Conseil a permis la distribution exclusive des émissions spécialement conçues pour les services mobiles ou pour les services d'accès Internet.
114. Le Ministère croit que ces décisions doivent être maintenues car elles assurent à la fois l'accessibilité de la programmation à l'ensemble des Québécois et la création de contenus dédiés spécialement pour les services mobiles ou d'accès Internet, ce qui encourage une plus grande présence de contenus originaux et complémentaires sur ces plateformes.

<sup>63</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310.

<sup>64</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601.

### **Recommandation 13**

- **Le MCC demande au CRTC de maintenir sa politique de non-exclusivité des contenus télévisuels sur les services mobiles ou Internet.**

#### **L'ACCÈS AUX SERVICES DE PROGRAMMATION NON CANADIENS**

*Question 13 : Existe-t-il un moyen d'éliminer les obstacles à l'entrée au Canada de plus de services de programmation non canadiens, sans entraîner d'incidence négative indue sur le système canadien de télévision?*

et

*Question 14 : Quelles sont les approches possibles en vue d'autoriser la distribution au Canada des services non canadiens, particulièrement en l'absence de l'exigence de genres pour les services canadiens?*

115. Dans son avis de consultation, le Conseil indique vouloir examiner s'il est approprié d'instaurer une nouvelle approche en vue d'autoriser la distribution au Canada de services de programmation non canadiens. Un moyen proposé serait d'autoriser la distribution de tous les services non canadiens au Canada, à l'exception de ceux pour lesquels il serait démontré que leur distribution entraînerait une incidence négative indue sur le système canadien de télévision.
116. Cette nouvelle approche remplacerait la politique générale actuelle qui consiste à autoriser la distribution au Canada des services non canadiens qui ne sont pas en concurrence, en tout ou en partie, avec les services canadiens payants et spécialisés. Cette politique s'appuie sur des facteurs comme le genre et la nature des services canadiens pour déterminer si les services étrangers sont en concurrence avec ceux-ci.
117. Comme indiqué précédemment, le Ministère s'oppose à l'abolition de la politique de l'exclusivité des genres pour les services spécialisés et payants de langue française en raison des impacts que cela susciterait dans le marché télévisuel québécois, notamment à l'égard de la viabilité économique des services actuels.
118. Le Ministère craint que la nouvelle approche proposée par le Conseil visant à accroître l'accès aux services étrangers au Canada soit défavorable aux chaînes de télévision de langue française. Certes, le système télévisuel québécois connaît du succès, mais il repose sur un équilibre fragile en raison de l'étroitesse du marché et de la langue prédominante, le français.

#### *Les services non canadiens de langue anglaise et de langue tierce*

119. D'une part, l'entrée de plusieurs nouveaux services de télévision étrangers dans le système réglementé canadien pourrait entraîner une réduction de la proportion déjà faible des chaînes francophones dans l'offre télévisuelle (19 % du total des

services autorisés à diffuser au Canada en 2012<sup>65</sup>). En effet, la majorité des services de programmation non canadiens sont de langue anglaise ou de langue tierce.

120. Du fait de la situation linguistique particulière du Québec, il apparaît primordial pour le MCC de défendre, protéger et promouvoir les contenus télévisuels de langue française.
121. Il importe également de tenir compte du contexte actuel de l'évolution des modes d'écoute de la télévision. À l'ère numérique, plusieurs moyens permettent aux téléspectateurs canadiens de regarder des chaînes de télévision et des contenus étrangers sans recourir aux services d'une entreprise de distribution de télévision. La télévision par contournement ainsi que le visionnement en ligne permettent d'accéder à une offre de chaînes et de contenus qui ne sont pas tous autorisés pour distribution au Canada.
122. Cette multiplication de l'offre se traduit déjà par une marginalisation évidente des contenus canadiens de langue française sur les nouvelles plateformes. D'où l'importance d'en assurer l'accessibilité à la télévision.

#### *Les services non canadiens de langue française*

123. D'autre part, la nouvelle approche proposée par le Conseil en vue d'autoriser la distribution au Canada d'un plus grand nombre de services étrangers se traduirait aussi fort possiblement par une augmentation de la concurrence provenant de nouveaux services de langue française, mais de propriété non canadienne.
124. En effet, en modifiant le critère d'entrée au Canada, c'est-à-dire la prise en compte d'une incidence négative induite sur le système canadien de télévision au lieu de la concurrence, il serait plus difficile pour les intervenants canadiens de prévoir les répercussions à moyen ou long terme sur l'ensemble du système télévisuel québécois ou sur certains télédiffuseurs et de s'opposer à l'arrivée au pays de services étrangers. Cela pourrait même décourager d'éventuelles interventions.
125. Les chaînes canadiennes de langue française seraient alors exposées à un risque supplémentaire de diminution de leurs auditoires au profit des chaînes étrangères de langue française. Cela pourrait affaiblir la capacité de certains services télévisuels à maintenir une programmation originale et de qualité, enjeu à la base même de la politique canadienne de la radiodiffusion comprise dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Cette conséquence serait défavorable au système télévisuel de langue française, d'autant plus que les chaînes étrangères ne sont soumises à aucune exigence en matière de dépenses et de programmation canadienne.

---

<sup>65</sup> CRTC, Rapport de surveillance des communications, Septembre 2013.

#### **Recommandation 14**

Par conséquent, le MCC ne croit pas qu'un plus grand accès aux services de programmation étrangers au Québec soit approprié. Compte tenu de la place importante qu'occupe la télévision auprès de l'ensemble des Québécois et de sa contribution à leur identité, le Ministère recommande :

- a) **de maintenir la politique générale actuelle qui consiste à autoriser la distribution des services non canadiens qui ne sont pas en concurrence, en tout ou en partie, avec les services canadiens payants et spécialisés;**
- b) **de tenir compte de la problématique distincte qui prévaut au Québec, en regard de sa situation linguistique et de son propre système télévisuel, si une nouvelle approche de distribution des services non canadiens est adoptée.**

#### **L'ACCÈS AUX SERVICES DE TÉLÉVISION AUX AUDITOIRES MAL DESSERVIS**

##### **Les communautés de langue officielle en situation minoritaire**

*Question 39 : Les CLOSM ont-elles un accès approprié à une diversité de services de programmation dans leur langue? Si non, des mesures réglementaires sont-elles nécessaires pour atteindre cet objectif?*

126. En novembre 2006, le gouvernement du Québec a adopté la *Politique du Québec en matière de francophonie canadienne*. Celle-ci exprime la vision du gouvernement québécois à l'effet que le Québec et les communautés francophones et acadiennes doivent renforcer leurs liens et que le Québec souhaite exercer un leadership rassembleur au sein de la francophonie canadienne dans le respect de la diversité de celles-ci.
127. Tel que signifié au Conseil lors d'instances antérieures, le gouvernement du Québec croit que les francophones de l'extérieur du Québec devraient bénéficier des avantages offerts par les nouvelles technologies notamment celui de recevoir plus de services télévisuels canadiens en français qu'auparavant. En effet, avec la transition au numérique maintenant complétée, la capacité de transmission des réseaux de télédistribution s'est considérablement accrue au cours des dernières années. À cet égard, le gouvernement du Québec salue toute initiative qui s'inscrit dans l'objectif d'offrir un accès plus large aux francophones de partout au Canada à une radiodiffusion en français.
128. Le gouvernement du Québec est préoccupé par les trois (3) vagues de compressions dans les services en français de la Société Radio-Canada (2009, 2012 et 2014). Radio-Canada joue un rôle important dans le développement et l'épanouissement des communautés francophones et acadiennes. Le radiodiffuseur public assure une présence essentielle en français à la grandeur du pays. Dans plusieurs régions du pays à majorité anglophone, la SRC est un des seuls médias à assurer une présence télévisuelle et radiophonique en français. Le Québec croit essentiel que Radio-Canada, en tant que radiodiffuseur public

pancanadien, reflète les enjeux et les intérêts des francophones où qu'ils se trouvent à travers le pays et que les services en français soient préservés sur l'ensemble du territoire canadien.

129. L'annonce de l'abolition du Fonds d'amélioration de la programmation locale (FAPL), en juillet 2012, a entraîné une importante diminution de la programmation locale dans plusieurs communautés francophones. L'accès à une programmation locale et à de l'information de proximité, diversifiée et de qualité doit être garanti.

#### **Recommandation 15**

Afin de favoriser le rayonnement de la langue et des cultures d'expression française au Canada, le resserrement des liens ainsi que le partage des valeurs entre les diverses communautés de langue française, le MCC recommande :

- a) que les entreprises de télédistribution situées à l'extérieur du Québec soient obligées d'offrir tous les services canadiens de langue française.
- b) Cette offre élargie devrait inclure Télé-Québec, une chaîne québécoise qui offre une programmation éducative et culturelle distinctive dont une partie importante de celle-ci est consacrée aux émissions jeunesse et familiale, ainsi que le Canal Savoir, une chaîne dédiée à la vulgarisation des connaissances.

#### **L'accès à la programmation pour les personnes handicapées**

Question 43: Quelles autres mesures les radiodiffuseurs peuvent-ils prendre afin d'améliorer l'accès à la programmation pour les personnes handicapées, y compris, mais non limité à l'accès aux guides d'émissions, peu importe la plateforme sur laquelle la programmation est diffusée?

130. L'évolution des modes d'écoute de la télévision fait en sorte que les nouvelles plateformes sont de plus en plus utilisées pour accéder à des contenus télévisuels. Étant donné que la diffusion de contenu en ligne et au moyen d'appareils mobiles par les services canadiens n'est pas soumise à la réglementation du CRTC<sup>66</sup>, les mesures facilitant l'accès des émissions aux personnes ayant une déficience visuelle ou auditive (vidéodescription, description sonore et sous-titrage) ne s'y appliquent pas. Néanmoins, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, le système télévisuel canadien doit offrir une programmation adaptée aux personnes atteintes d'une déficience au fur et à mesure de la disponibilité des moyens<sup>67</sup>.
131. Considérant qu'une grande partie de la programmation présentée par les services réglementés canadiens sur les plateformes numériques est aussi diffusée à la télévision traditionnelle, plusieurs émissions ont préalablement été soumises aux règles actuelles du Conseil sur le sous-titrage et la vidéodescription.

<sup>66</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-329

<sup>67</sup> Article 3(1)p).

### **Recommandation 16**

Dans ce contexte, afin de permettre aux Québécois ayant une déficience visuelle ou auditive d'avoir accès à des contenus télévisuels sur les nouvelles plateformes, le Ministère recommande au CRTC :

- **d'encourager les télédiffuseurs à offrir une programmation adaptée sur le Web et les appareils mobiles, dans la mesure où la technologie et les coûts le permettent.**

### **LES MESURES POUR FAVORISER LA PROGRAMMATION LOCALE**

Question 23 : Existe-t-il des solutions de rechange pour favoriser la programmation locale? Quel rôle, s'il en est, le Conseil devrait-il jouer pour assurer la présence de la programmation locale ? Quelles mesures devraient être adoptées?

et

Question 25 : Quel rôle, s'il en est, le Conseil devrait-il jouer pour préserver la diversité des stations de télévision locales dans le marché de langue française? Des mesures précises pour ce marché devraient-elles être adoptées?

132. La programmation locale revêt une importance particulière pour le Ministère. Depuis plusieurs années, il s'est manifesté à maintes reprises auprès du CRTC pour lui faire part de sa grande préoccupation concernant la programmation et l'information locale et régionale, notamment en 2012 dans le cadre de l'examen du FAPL<sup>68</sup>.
133. Selon le Ministère, l'accès des téléspectateurs québécois à une programmation locale et à de l'information de proximité, diversifiée et de qualité est, plus que jamais à protéger étant donné le niveau élevé de concentration des médias au Québec. Ceci est particulièrement important pour les téléspectateurs qui se situent dans les petits marchés au Québec.

#### *La concentration de la propriété*

134. Le Québec se distingue par un degré d'intégration verticale très prononcé dû au fait que de grands groupes propriétaires de chaînes télévisuelles contrôlent aussi les plus importantes entreprises de télédistribution ainsi que des plateformes populaires de diffusion de contenus (portail Internet, service de vidéo sur demande, etc.), laissant peu de place aux médias indépendants.
135. Comme le reconnaissait le Conseil en 2008 au moment de mettre en place le FAPL, l'une des conséquences de la concentration de la propriété est de permettre aux grands groupes de concentrer leurs ressources de production dans les grands centres, au détriment des marchés locaux plus petits qui voient l'offre de programmation locale et de nouvelles provenant de leurs communautés diminuer<sup>69</sup>. En raison de sa petite taille, la situation dans le marché francophone du Québec est encore plus problématique.

<sup>68</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-788.

<sup>69</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2008-100, paragraphes 345-346.

### *L'information locale*

136. Le Ministère souhaite aussi insister sur l'importance de favoriser la production de nouvelles et d'information locales, étant donné qu'elle contribue à la vie démocratique des collectivités et qu'elle est une composante essentielle du développement des communautés régionales.
137. Cela est d'autant plus vrai que, malgré la multiplication des sources d'information engendrée par le développement des nouvelles technologies de communication numérique, la télévision demeure la première source d'information utilisée par les Québécois pour consulter l'actualité ou les nouvelles, devant les journaux imprimés et Internet<sup>70</sup>. De plus, soulignons que l'actualité locale et régionale demeure, année après année, le sujet qui revêt le plus d'intérêt chez les Québécois parmi toutes les rubriques d'information<sup>71</sup>.
138. Conscient de cette situation, et afin notamment d'accroître la diversité des sources d'information et de permettre l'expression des voix des collectivités locales, le gouvernement du Québec gère depuis maintenant plus de 40 ans un programme d'aide aux médias communautaires qui a permis de soutenir financièrement 35 télévisions communautaires autonomes (TVCA) en 2013-2014 dans diverses régions du Québec.

### **Un fonds destiné à la programmation locale**

139. Le Ministère estime que le moyen le plus efficace pour favoriser la diffusion d'émissions locales et régionales serait de remettre en place un fonds destiné à la programmation locale semblable au FAPL.
140. En effet, les objectifs établis lors de la création du FAPL demeurent aussi pertinents aujourd'hui qu'en 2008. Pour rappel, ceux-ci étaient de :  
« (...) faire en sorte que les téléspectateurs dans les petits marchés canadiens continuent de recevoir une diversité d'émissions locales, en particulier d'émissions de nouvelles locales; améliorer la qualité et la diversité des émissions locales diffusées dans ces marchés; veiller à ce que les téléspectateurs des marchés de langue française ne soient pas désavantagés par la taille réduite de ces marchés »<sup>72</sup>.
141. En juillet 2012, lors de sa décision de l'abolir progressivement, le Conseil estimait que le FAPL avait : « (...) contribué avec succès à maintenir et, dans certains cas, à accroître la programmation locale, ainsi qu'à assurer la survie de stations locales offrant ce type de programmation, tant au cours de la crise économique que dans les années qui l'ont suivie »<sup>73</sup>.
142. Si la décision en 2012 d'abolir progressivement le FAPL a été justifiée notamment par le fait que la situation financière des stations admissibles s'était améliorée, on constate aujourd'hui, comme le reconnaît d'ailleurs le Conseil dans son appel

<sup>70</sup> CEFRIO, « NETendances 2013 - Internet comme source d'information et mode de communication », Vol. 4, No. 6, Novembre 2013.

<sup>71</sup> Sébastien Charlton, Daniel Giroux et Michel Lemieux, *Comment les Québécois s'informent-ils ?*, Centre d'études sur les médias, novembre 2013.

<sup>72</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2008-100, paragraphe 359.

<sup>73</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-385, paragraphe 14.

d'observations, que la situation financière des stations locales demeure précaire. La fragmentation accrue des auditoires et la concurrence de plus en plus vive ne devraient pas modifier ce constat dans les prochaines années.

143. Le Ministère croit cependant que le modèle du FAPL devrait être amélioré afin de favoriser encore davantage les productions locales et régionales. Il croit notamment que la totalité des montants devrait être allouée à des émissions diffusées exclusivement dans les marchés locaux.

#### **Recommandation 17**

Compte tenu de l'importance d'assurer une programmation locale de qualité, en particulier des émissions de nouvelles locales, et du contexte financier actuel, le Ministère recommande au Conseil :

- a) **de mettre en place un fonds destiné à la programmation locale dont la totalité du financement serait allouée à des émissions diffusées exclusivement dans les marchés locaux;**
- b) **de maintenir, ou d'augmenter s'il le juge à propos, les exigences en programmation et en nouvelles locales des stations dans les marchés de langue française, en particulier pour celles situées à l'extérieur de la région de Montréal.**

#### **Un financement adéquat pour les télévisions communautaires autonomes**

*Question 37 : Le modèle actuel de financement des canaux communautaires est-il toujours approprié?*

144. Au Québec, les TVCA jouent un rôle important dans les communautés qu'elles desservent. En plus d'être des sources d'information locale et régionale, elles présentent des émissions d'intérêt public qui abordent des sujets tels que le développement socio-économique, le fonctionnement des institutions et le déroulement des activités sociales et culturelles de leur communauté.
145. Dans le contexte québécois caractérisé par un niveau élevé de concentration des médias, ces télévisions constituent en partie une réponse au maintien d'une certaine diversité des voix.
146. Afin de diversifier l'offre d'information locale et régionale, de favoriser l'accessibilité et la participation de la population aux médias ainsi que de contribuer au développement des régions, le Ministère a versé en 2013-2014, en aide au fonctionnement, 1 215 617 \$ à 35 TVCA. Ce montant représente environ 16 % des revenus totaux des TVCA.
147. Le gouvernement du Québec appuie également les médias communautaires par l'entremise de la publicité gouvernementale. Un énoncé de politique adopté par le gouvernement québécois en 1995 incite les ministères et organismes à consacrer 4 % de leurs dépenses annuelles en placement publicitaire auprès des médias communautaires. En 2013-2014, les montants alloués à la publicité

gouvernementale dans les télévisions communautaires autonomes se sont élevés à 397 064 \$, ce qui exclut les montants alloués par les sociétés d'État.

### *Stabiliser le financement des TVCA*

148. En 2010, jugeant que le secteur de la télévision communautaire avait bénéficié de façon importante de l'augmentation de l'ensemble des contributions des EDR à l'expression locale<sup>74</sup>, le Conseil avait décidé que les montants alloués à l'expression locale devaient demeurer stables. Il avait par la suite choisi de plafonner la contribution des EDR pouvant être allouée aux télévisions communautaires à 1,5 % de leurs revenus bruts de radiodiffusion<sup>75</sup>. S'inquiétant des conséquences de cette proposition sur les équilibres financiers des TVCA et afin de leur assurer un financement adéquat, le MCC s'y était opposée et avait plutôt recommandé de maintenir les contributions des EDR à l'expression locale à 2 % de leurs revenus bruts de radiodiffusion.
149. Il importe de mentionner que même si les contributions des câblodistributeurs québécois à l'expression locale ont augmenté dans les dernières années, passant de 26,7 M\$ en 2011 à 29,7 M\$ en 2013<sup>76</sup>, les TVCA n'ont reçu l'an dernier des câblodistributeurs québécois qu'un peu plus de 1,5 M\$<sup>77</sup>. Ce montant ne représente qu'une très faible partie des sommes dédiées aux canaux communautaires par les EDR parce que celles-ci consacrent la majorité des sommes consenties à l'expression locale de leurs propres canaux de télévision communautaire. Ainsi, depuis plusieurs années, ce n'est qu'entre 5 % et 7 % du total versé à l'expression locale par les EDR au Québec qui va aux TVCA<sup>78</sup>.

### **Recommandation 18**

Tel que proposé en janvier 2014 dans le cadre de la révision de l'approche du Conseil concernant les avantages tangibles (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-558), et afin de s'assurer que les TVCA puissent continuer de jouer adéquatement leur rôle dans les communautés qu'elles desservent, le Ministère recommande au Conseil :

- **de créer un fonds dédié spécifiquement à la programmation communautaire d'accès réservé aux télévisions communautaires autonomes et sans but lucratif.**

### *Propositions de financement*

150. Le Ministère désire proposer au Conseil deux (2) avenues de financement pour ce fonds.

<sup>74</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-622.

<sup>75</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-154.

<sup>76</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

<sup>77</sup> Données compilées par le MCC.

<sup>78</sup> Idem.

151. D'abord, le MCC souhaite réitérer qu'une proportion des avantages tangibles découlant d'un changement de propriété ou de contrôle d'entreprises de télévision devrait être allouée aux télévisions communautaires autonomes, comme c'est le cas en radio, puisqu'elles aussi font partie et contribuent au système canadien de radiodiffusion.

#### **Recommandation 19**

Ainsi, il recommande au Conseil :

- **d'exiger qu'un minimum de 5 % des avantages tangibles découlant d'un changement de propriété ou de contrôle d'entreprises de télévision soit versé dans le fonds dédié spécifiquement à la programmation communautaire d'accès.**

#### **Recommandation 20**

Toutefois, le Ministère est conscient que les sommes provenant des avantages tangibles ne sont pas récurrentes. Ainsi, afin de permettre aux télévisions communautaires de bénéficier d'un financement plus stable, le MCC recommande au Conseil de :

- **rétablir la part de la contribution des EDR allouée à l'expression locale à 2 % en exigeant que la contribution supplémentaire de 0,5 % soit allouée au fonds dédié à la programmation communautaire d'accès des TVCA.**

#### *La transmission en direct*

Question 24 : Une intervention d'ordre réglementaire est-elle nécessaire afin de maintenir l'accès aux stations de télévision locales et, le cas échéant, quelle est la meilleure façon d'y arriver ? Étant donné que la grande majorité des Canadiens reçoivent leurs services de télévision en s'abonnant au câble ou au satellite, existe-t-il des raisons convaincantes de maintenir et de soutenir la transmission en direct? L'arrêt de la transmission en direct permettrait-il aux stations de télévision locales de consacrer davantage de ressources à la programmation? Si le Conseil décidait que la transmission en direct n'était plus requise, dans quel délai cette mesure devrait-elle être mise en œuvre?

152. Constatant que la majorité des Canadiens reçoivent aujourd'hui leurs services de télévision en s'abonnant au câble ou au satellite, le Conseil évalue la possibilité d'arrêter la transmission en direct, ce qui permettrait aux stations de télévision de diminuer leurs coûts d'exploitation.

153. D'entrée de jeu, soulignons que le Ministère est préoccupé par la participation de tous les citoyens à la vie démocratique et qu'il souhaite favoriser l'accessibilité de tous les Québécois aux services télévisuels, tant sur le plan géographique qu'économique. Le MCC considère également que la télévision généraliste se

caractérise entre autres par l'universalité et la gratuité de ses services auprès de la population.

154. Ainsi, bien qu'au Québec seulement 7 % des gens regardent encore la télévision par voie hertzienne<sup>79</sup>, il importe de prendre en compte que ces téléspectateurs sont plus susceptibles d'avoir des revenus moins élevés<sup>80</sup>. Ce type de service de télévision demeure donc important puisqu'il offre un choix supplémentaire aux citoyens et parce qu'il favorise l'accessibilité à la télévision pour tous.
155. Par ailleurs, si le Conseil allait de l'avant avec cette proposition, les résidents qui dépendent exclusivement de la télévision hertzienne dans le sud du Québec, notamment à Montréal, n'auraient plus accès aux stations de télévision qui desservent directement leur marché, mais seraient par contre en mesure de capter certaines stations anglophones en provenance des États-Unis. Selon le Ministère, il ne serait pas acceptable que les Québécois francophones qui dépendent de la télévision hertzienne n'aient pas la possibilité d'avoir accès à des stations de télévision dans leur langue.
156. Enfin, l'arrêt de la transmission en direct pourrait à long terme permettre aux stations de télévision de réduire leurs coûts, mais rien ne garantit que les ressources ainsi dégagées seraient réinvesties dans la programmation locale. De l'avis du Ministère, il existe d'autres moyens beaucoup plus efficaces pour améliorer la programmation locale avant d'envisager l'arrêt de la transmission en direct.

#### **Recommandation 21**

Compte tenu de l'importance de favoriser l'accessibilité de tous les Québécois aux services télévisuels, le Ministère recommande au Conseil :

- a) de ne pas mettre fin à la transmission en direct;**
- b) d'effectuer d'ici cinq (5) ans une réévaluation de la situation.**

#### **LES MESURES POUR FAVORISER ET PROMOUVOIR LA PROGRAMMATION CANADIENNE**

Question 29 : Les mécanismes de financement pour la programmation canadienne doivent-ils être modifiés pour tenir compte des changements dans la façon dont la programmation canadienne est regardée?

et

Question 36 : La méthode actuelle de calcul des contributions à la programmation canadienne est-elle toujours appropriée? Par exemple, le Conseil devrait-il mettre à jour sa définition de revenus de radiodiffusion afin d'englober toutes les activités de radiodiffusion des titulaires?

<sup>79</sup> Observateur des technologies médias, automne 2013, Québec total; Q.4.

<sup>80</sup> Observateur des technologies médias, La vie sans service de télévision payant : les téléspectateurs hertziens et les débranchés - Analyse du marché canadien, 8 avril 2014.

157. Le Ministère note que la situation de la programmation canadienne est fragile. En effet, le volume de production télévisuelle de langue française au Canada s'est élevé à 602 M\$ en 2012-2013, en baisse de 2,3 % par rapport à l'année précédente. Ce montant représente 26 % du total canadien<sup>81</sup>.
158. Au Québec, le volume de la production, toutes langues confondues, s'est élevé à 744 M\$, soit 32 % du total canadien<sup>82</sup>. C'est une baisse de 1,7 % par rapport à l'année précédente.

### **Le financement de la programmation canadienne**

159. La programmation télévisuelle est financée par les apports de sources canadiennes diverses des secteurs public et privé ainsi que par ceux de télédiffuseurs, distributeurs et autres bailleurs de fonds étrangers du secteur privé.
160. Toutefois, la répartition des différentes sources de son financement diffère grandement selon le marché linguistique. Dans le marché canadien de langue française, le financement de la production provient des droits de licence des radiodiffuseurs canadiens (46 %), de crédits d'impôt des gouvernements fédéral et provinciaux (28 %), de contributions du Fonds des médias du Canada (FMC) (16 %) et de fonds de production indépendants ou encore d'investissements ou de prêts de capital de risque (10 %)<sup>83</sup>.
161. Le MCC craint que la capacité financière des gouvernements et des télédiffuseurs, particulièrement des chaînes conventionnelles, soit limitée par la stagnation ou la diminution de leurs revenus, ne leur permettant pas, dans l'avenir, d'accroître leur contribution à la programmation canadienne.
162. De plus, comparativement à ceux des autres provinces et territoires, les télédiffuseurs privés du Québec continuent de consacrer une proportion plus importante de leurs dépenses et de leurs revenus aux émissions canadiennes.
163. En effet, de 2009 à 2013, la part moyenne des dépenses de programmation des services spécialisés et payants de langue française allouée à la programmation canadienne a été de 77,2 %, et celle consacrée par les télédiffuseurs généralistes privés du Québec a été de 72,0 %.
164. Ces dépenses surpassent nettement celles de leurs homologues canadiens qui ont été de 57,7 % pour les services spécialisés et payants et de 37,2 % pour les télédiffuseurs généralistes privés.
165. Aussi, afin de ne pas désavantager les télédiffuseurs du Québec par rapport à leurs nouveaux concurrents des secteurs non réglementés, comme les services de programmation par contournement<sup>84</sup>, le Ministère ne pense pas qu'il serait opportun d'augmenter leurs exigences en matière de dépenses en émissions canadiennes.

---

<sup>81</sup> Estimations fondées sur les données du BCPAC dans Profil 2013 – Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada.

<sup>82</sup> Idem.

<sup>83</sup> Idem.

<sup>84</sup> Services proposant du contenu télévisuel payant ou gratuit, sur abonnement ou à la demande, et accessible par Internet comme Netflix, iTunes, Illico Club à volonté, ICI tou.tv, etc.

## **Recommandation 22**

- **Le Ministère recommande au CRTC de ne pas augmenter, dans le marché de langue française, les exigences faites aux télédiffuseurs quant à leurs dépenses à consacrer aux émissions canadiennes.**

### **Le Fonds des médias du Canada et les Fonds de production indépendants certifiés**

166. Selon le Règlement sur la distribution de radiodiffusion, « le titulaire qui doit contribuer à la programmation canadienne en vertu du présent article verse :
- a) d'une part, au fonds de production canadien, au moins 80 % de la contribution totale requise;
  - b) d'autre part, à un ou à plusieurs fonds de production indépendants, le reste de la contribution totale requise »<sup>85</sup>.
167. De par son mandat, qui est de favoriser, développer, financer et promouvoir la production de contenus canadiens et d'applications pour toutes les plateformes audiovisuelles, le FMC joue un rôle prépondérant dans le financement de la production télévisuelle et indépendante en assurant un appui à une grande variété de programmes dans toutes les régions du pays.
168. Toutefois, malgré un budget de programmes de 368 M\$ en 2014-2015, le Ministère craint que les sommes disponibles au FMC pour le financement de la production indépendante stagnent, alors même que les besoins en production de contenus canadiens de qualité pour les écrans traditionnels, mais aussi pour les écrans mobiles, ont de fortes chances de continuer d'augmenter.
169. D'ailleurs, les contributions des EDR au FMC plafonnent déjà. Selon les états financiers du FMC, ces contributions ont même diminué pour la première fois cette année, passant de 218,2 M\$ en 2012 à 216,7 M\$ en 2013<sup>86</sup>.
170. Quant aux contributions du gouvernement du Canada, elles sont stables depuis plusieurs années.
171. Dans son mémoire sur la révision de l'approche concernant les avantages tangibles<sup>87</sup>, le MCC avait appuyé, sous certaines conditions<sup>88</sup>, la proposition du CRTC d'allouer au moins 64 % des avantages tangibles au FMC.
172. Mais le Ministère est conscient que la récupération par le FMC d'une plus grande partie des avantages tangibles liés aux transactions dans le secteur de la télévision ne garantit aucunement la stabilité dans son financement, compte tenu de la nature

<sup>85</sup> Contribution à l'expression locale, à la programmation canadienne et à la télévision communautaire – article 34 (1).

<sup>86</sup> États financiers du Fonds des médias du Canada au 31 mars 2013.

<sup>87</sup> En réponse à l'avis de consultation en radiodiffusion CRTC 2013-558.

<sup>88</sup> À condition que ces contributions soient versées uniquement aux programmes convergents de ces fonds, puisque ce sont les seuls qui appuient la création d'émissions de télévision, et que les avantages tangibles acheminés au FMC soient alloués en respectant la répartition actuelle du financement de celui-ci entre les marchés de langue française (un tiers) et de langue anglaise (deux tiers).

ponctuelle de ces transactions et du niveau déjà relativement élevé de la concentration dans le secteur de la télévision.

173. Par ailleurs, les Fonds de production indépendantes (FPIC) soutiennent des secteurs plus ciblés, mais non moins importants, comme l'animation, les webséries, les dramatiques, etc.

### **Recommandation 23**

**C'est pourquoi, le MCC recommande au Conseil :**

- a) de s'assurer que le FMC et les FPIC puissent bénéficier d'un financement suffisant et récurrent afin de répondre aux besoins croissants de la production canadienne en augmentant la contribution des EDR à la programmation canadienne;**
- b) de maintenir la répartition actuelle d'au moins 80 % de la contribution totale requise au FMC et le reste à un ou à plusieurs fonds de production indépendants;**
- c) de s'assurer que cette hausse des contributions des EDR ne se fasse pas aux dépens de la contribution de l'EDR à la programmation locale.**

### **Élargissement de la contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion à la programmation canadienne**

174. Le Ministère constate que les contributions des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes ont diminué de 6 % en 2013 par rapport à l'année précédente<sup>89</sup>, principalement en raison de l'abolition du FAPL, alors que leurs revenus continuent d'augmenter, particulièrement les revenus de leurs services hors programmation<sup>90</sup>.
175. L'écart entre les revenus tirés des services de radiodiffusion et ceux découlant des activités de télécommunication, comme le téléphone ou Internet, va vraisemblablement s'accroître dans les prochaines années.
176. Or, les contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes sont calculées en fonction des seuls revenus découlant des activités de radiodiffusion.
177. Comme un grand nombre d'EDR et de services de programmation qui détiennent une licence offrent aussi leur programmation en ligne ou sur d'autres plateformes exemptées, le Ministère croit que le CRTC doit tenir compte des changements dans la façon dont la programmation canadienne est diffusée et regardée. Il lui recommande donc d'inclure progressivement les revenus découlant des services hors programmation dans les revenus servant au calcul des contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes.

<sup>89</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, distribution de radiodiffusion 2009-2013.

<sup>90</sup> Location de canaux, services d'accès à Internet et services de téléphonie.

#### **Recommandation 24**

Le MCC recommande au Conseil d'augmenter la contribution des EDR à la programmation canadienne en :

- a) **maintenant pour les cinq (5) prochaines années l'exigence pour les EDR qui détiennent une licence et les EDR exemptées qui comptent plus de 2 000 abonnés de verser à la programmation canadienne 5 % de leurs revenus bruts découlant de leurs activités de radiodiffusion;**
- b) **exigeant des EDR qui détiennent une licence de verser à la programmation canadienne 0,5 % de leurs revenus bruts découlant des services hors programmation la première année, 1,0 % la deuxième année, 1,5 % la troisième année, 2,0 % la quatrième année et 2,5 % la cinquième année.**

#### **Recommandation 25**

Si le Conseil est dans l'impossibilité d'inclure les revenus des services hors programmation dans le calcul des contributions des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes, le Ministère lui recommande :

- **d'augmenter progressivement le pourcentage des revenus bruts des EDR découlant de leurs activités de radiodiffusion alloué à la programmation canadienne.**

#### **Recommandation 26**

- **Le MCC demande au Conseil d'effectuer d'ici cinq (5) ans une réévaluation des contributions des EDR pour s'assurer que la programmation canadienne est financée de façon adéquate.**

#### **Contribution des services de programmation par contournement**

178. La plupart des services de programmation qui détiennent une licence offrent maintenant leur programmation en ligne ou sur d'autres plateformes exemptées.

179. Si la grande majorité de ces activités n'est financée que par la publicité et n'engendre pas encore des revenus substantiels, certains services, notamment les services de programmation par contournement, offrent du contenu sur demande ou par abonnement moyennant un tarif variant selon les services.

180. Même si nous ne disposons pas encore de données fiables sur les revenus engrangés par ces services, le Ministère croit que ces activités à but lucratif devraient être considérées comme des activités de radiodiffusion, et par

conséquent devraient soutenir la programmation canadienne au même titre que les services de programmation détenant une licence.

181. Dans son rapport du 15 novembre 2013, le Groupe de travail sur les enjeux du cinéma québécois, présidé par François Macerola de la Société de développement des entreprises culturelles, faisait la même analyse et recommandait que le CRTC exerce son pouvoir d'exiger des services de programmation par contournement qu'ils contribuent au financement des contenus qu'ils diffusent<sup>91</sup>.

#### **Recommandation 27**

- **Le MCC demande au CRTC d'étudier la faisabilité d'imposer aux services payants de programmation par contournement, canadiens et non canadiens, une contribution financière à la programmation canadienne.**

#### *Promotion de la programmation canadienne*

Question 30 : Est-il nécessaire d'adopter de nouvelles mesures réglementaires en vue d'encourager la production, la promotion ou la diffusion d'émissions canadiennes nouvelles, innovatrices et captivantes? Le cas échéant, quelles doivent être ces mesures?

182. Selon le Ministère, les exigences en matière de contenu canadien ont permis de renforcer le système de radiodiffusion francophone et de développer les talents et les ressources québécoises nécessaires à la production d'émissions télévisuelles.
183. Or, le 22 mars 2010, le CRTC a décidé de faire passer de 60 % à 55 % la part de la programmation consacrée aux émissions canadiennes par les stations de télévision traditionnelles de langue anglaise et de langue française<sup>92</sup>.
184. Dans une lettre transmise au CRTC le 6 janvier 2011 à la suite de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-903, le MCC a manifesté son incompréhension à l'égard de l'application de cette décision dans le marché télévisuel de langue française.
185. Le MCC ne pense pas qu'il faille réduire une exigence qui a permis de développer une programmation de langue française originale et attrayante.

#### **Recommandation 28**

Puisqu'une diminution des exigences en matière de contenu canadien risque de se traduire par une plus grande offre de contenus télévisuels étrangers, le Ministère recommande au Conseil :

- a) de rétablir, pour les services généralistes de langue française, l'exigence de 60 % de la programmation consacrée aux émissions canadiennes;**
- b) de maintenir, lors du renouvellement de leur licence, les exigences de contenu canadien de toutes les chaînes spécialisées minimalement au même niveau que dans leurs licences actuelles.**

<sup>91</sup> De L'œuvre à son public - Rapport du groupe de travail sur les enjeux du cinéma; Recommandation 15, option 3, page 64.

## **Promotion des productions d'intérêt national**

Question 32 : Le conseil doit-il encourager la production de certains types d'émissions comme il l'a fait dans le passé? Le cas échéant, quels types d'émissions doit-il soutenir?

et

Question 33 : Quelle sorte de mesures incitatives doit-il adopter? L'élimination de certaines exigences, par exemple celles en matière de diffusion, serait-elle un moyen efficace et approprié pour favoriser la production de programmation canadienne ou de certains types d'émissions?

et

Question 34 : Si les exigences en matière de diffusion sont réduites ou éliminées de façon générale, existera-t-il encore un besoin pour des exigences de diffusion précises pour certains types de programmation, par exemple les émissions locales ou les émissions pour enfants?

186. Récemment<sup>93</sup>, le Conseil a décidé d'exempter certains services généralistes de langue française d'exigences quant à la diffusion d'émissions d'intérêt national<sup>94</sup>, sous prétexte que la popularité de telles émissions assure à elle seule qu'elles continueront à être diffusées.
187. Le Ministère, quant à lui, pense qu'avec la diminution déjà observée des revenus publicitaires des réseaux généralistes, certains services pourraient être tentés de programmer en plus grand nombre des genres d'émissions tout aussi populaires que les émissions d'intérêt national, mais bien moins coûteux.
188. Or, toujours soucieux de favoriser une diversité des contenus télévisuels, quel que soit l'écran utilisé, le MCC croit qu'il est plus que jamais nécessaire d'encourager la production de certains types d'émissions au moyen de conditions de licence.
189. Ainsi, le MCC estime que des mesures réglementaires demeurent nécessaires pour assurer la disponibilité de certaines catégories d'émissions, notamment les plus coûteuses d'entre elles.

### **Recommandation 29**

le MCC recommande donc :

- **d'imposer aux stations généralistes de langue française des seuils minimaux de diffusion d'émissions d'intérêt national.**

<sup>92</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167.

<sup>93</sup> Le 26 avril 2012 lors des décisions concernant les obligations des télédiffuseurs privés de langue française dans le cadre des renouvellements de licences d'Astral Media inc., de Quebecor Média inc., de Serdy Média inc. (Évasion), et de la réévaluation de certaines conditions de licences de V Interactions inc. (Décisions de radiodiffusion CRTC 2012-241 / 242 / 243 / 245).

<sup>94</sup> Catégories d'émissions 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 8a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8b) Vidéoclips, 8c) Émissions de musique vidéo et 9 Variétés.

### *La production indépendante*

190. La *Loi sur la radiodiffusion* stipule que la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion « doit faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants »<sup>95</sup>.
191. Dans ses plus récentes décisions, le Conseil a estimé que le fait d'exiger qu'une partie appréciable des émissions d'intérêt national soit produite par le secteur indépendant était la meilleure façon d'atteindre les objectifs de la Loi à cet égard.
192. Avec le crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique ou télévisuelle québécoise, le gouvernement du Québec supporte financièrement le développement de l'industrie de la production indépendante.
193. Cette mesure explique grandement que les services de télévision privée généralistes québécois allouent près de la moitié (49 %) de leurs dépenses de programmation en contenu canadien à la production indépendante, alors que les stations des autres provinces ne leur en attribuent qu'à peine 14 %<sup>96</sup>.
194. Le MCC considère donc que les exigences actuelles des stations de télévision traditionnelles et spécialisées en matière de production indépendante doivent être maintenues.

#### **Recommandation 30**

Le ministère recommande au CRTC :

- a) **de ne pas exiger des télédiffuseurs généralistes québécois qu'ils dépensent un pourcentage précis de leurs revenus à la production indépendante;**
- b) **de maintenir les exigences actuelles en matière de production indépendante pour les services spécialisés de langue française.**

### **RELATIONS ENTRE LES ABONNÉS ET LES ENTREPRISES DE DISTRIBUTION DE RADIODIFFUSION**

Question 78 : Pourrait-on appliquer aux EDR des lignes directrices ou un code de conduite sur certaines questions comme celles des frais de résiliation anticipée, semblables à celles énoncées dans le Code sur les services sans fil? Le cas échéant, veuillez indiquer précisément ce qui devrait y figurer.

et

Question 79 : Est-il nécessaire ou souhaitable de créer un poste d'ombudsman de l'industrie dont le mandat pourrait, par exemple, être semblable à celui du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications? Le cas échéant, quels coûts seraient associés à la création et au maintien d'un poste d'ombudsman de l'industrie?

<sup>95</sup> Article 3(1)(v) de la Loi.

<sup>96</sup> CRTC, relevés statistiques et financiers, télévision traditionnelle 2009-2013.

195. Faisant écho à certaines préoccupations exprimées aux étapes 1 et 2 de *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens* en ce qui concerne les relations contractuelles entre les abonnés et les EDR, le Conseil évoque la possibilité d'adopter des lignes directrices sur les relations abonnés-EDR, de créer un poste d'ombudsman et d'établir un code de conduite pour les EDR<sup>97</sup>.
196. En relation avec ses propositions, le gouvernement du Québec tient à rappeler au Conseil qu'il a exercé, à ce chapitre, la compétence constitutionnelle qui est la sienne en matière de protection du consommateur en introduisant à sa *Loi sur la protection du consommateur* (chapitre P-40.1)<sup>98</sup> un régime de protection qui régit les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services fournis à distance. Ce régime s'applique non seulement aux fournisseurs de services sans fil mobiles, mais également aux fournisseurs de services de télédistribution.
197. Les mesures prévues à ce régime se trouvent aux articles 214.1 à 214.11 de la *Loi sur la protection du consommateur*. Elles encadrent le contenu du contrat, son renouvellement et sa résiliation par le consommateur. Elles s'intéressent aussi au dépôt de garantie et à la réparation de l'appareil nécessaire à l'utilisation des services achetés.
198. Les dispositions prévues à ce régime sont le résultat de consultations multiples avec les acteurs concernés et de la volonté de privilégier une approche cohérente et intégrée avec les autres protections consenties à la *Loi sur la protection du consommateur* et au Code civil du Québec.
199. Dans le cadre de l'*Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil mobiles*<sup>99</sup>, le gouvernement du Québec a exposé de manière détaillée le processus ayant conduit à l'adoption de ce régime de protection ainsi que le dispositif de protection des consommateurs québécois dans lequel un tel régime a été intégré.
200. Le gouvernement du Québec réitère la position qu'il a exprimée dans les différents mémoires qu'il a produits à cette occasion, à savoir qu'il revient à l'Assemblée nationale, et à elle seule, de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
201. Une telle initiative constituerait en effet un empiètement sur un champ de compétence qui est du ressort exclusif des provinces.

## CONCLUSION

202. Alors que l'industrie de la télévision est en pleine mutation et qu'elle doit faire face à la concurrence de nouveaux services sur les plateformes mobiles et Internet, le Ministère considère qu'il est approprié d'accorder plus de flexibilité aux

---

<sup>97</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190, paragraphes 134 et 135.

<sup>98</sup> La *Loi sur la protection du consommateur* est accessible sur le site Internet suivant : [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html)

<sup>99</sup> Avis de consultation de télécom CRTC 2012-557.

- consommateurs, tout en assurant une plus grande diversité et une plus large accessibilité des contenus télévisuels québécois de langue française.
203. Toutefois, dans cet univers sans limite, le MCC ne croit pas que la meilleure façon de faire la promotion des contenus télévisuels d'ici soit d'accentuer la déréglementation des industries de la télévision et de la distribution de radiodiffusion déjà amorcée.
204. Le Ministère pense plutôt qu'il faut augmenter les ressources des télédiffuseurs et des producteurs pour financer et promouvoir les émissions québécoises et canadiennes, en augmentant le niveau de contribution des télédiffuseurs à la programmation canadienne.
205. Pour cela, le MCC croit que le Conseil devrait inclure progressivement les revenus découlant des services hors programmation dans les revenus servant au calcul des contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes et étudier la faisabilité d'imposer aux services payants de programmation par contournement une contribution financière à la programmation canadienne.
206. Par ailleurs, dans un monde où les changements sont extrêmement rapides, le MCC estime qu'il sera important pour le Conseil d'effectuer un suivi des implications de ces mesures dans les prochaines années pour s'assurer que le financement des industries de la télévision et de la télédiffusion continue d'être adéquat.

« FIN DU DOCUMENT »

# Étude des crédits 2016-2017

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

## Demande de renseignements particuliers du deuxième groupe d'opposition

- 36 - Liste et copie des interventions et des mémoires déposés par le Ministère devant des agences gouvernementales fédérales (exemple : CRTC) pour 2014-2015 et 2015-2016.

\*\*\*\*\*

### Année 2015-2016

**25 mai 2015** : Mémoire conjoint du MCC et de l'Office de la protection du consommateur (OPC) dans le cadre de l'appel d'observations sur un document de travail à l'égard du Code des fournisseurs de services de télévision (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-105).

**14 juillet 2015** : Mémoire conjoint du MCC, du ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations (MEIE)<sup>1</sup> et du Secrétariat du Conseil du trésor (SCT) dans le cadre de l'appel d'observations sur l'examen des services de télécommunication de base (Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134).

**14 septembre 2015** : Mémoire du MCC dans le cadre de l'appel d'observations sur la révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318).

**21 septembre 2015** : Réponses du MCC, du MEIE et du SCT à des demandes de renseignements soumises au gouvernement du Québec dans le cadre de l'examen des services de télécommunications de base (Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134).

**5 novembre 2015** : Mémoire du MCC dans le cadre de l'avis de consultation sur la révision du cadre politique relatif à la programmation télévisuelle locale et communautaire (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421).

**25 janvier 2016** : Réponse du MCC, du MEIE et du SCT à une demande de renseignement du CRTC dans le cadre de son instance réglementaire sur l'examen des services de télécommunication de base (Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134).

**16 février 2016** : Lettre d'observations finales du MCC dans le cadre de l'avis de consultation sur la révision du cadre politique relatif à la programmation télévisuelle locale et communautaire (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421-3).

<sup>1</sup> Le MEIE a changé de nom et se nomme aujourd'hui « ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation ».

Québec, le 25 mai 2015

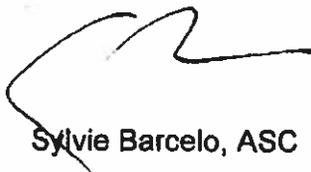
Monsieur John Traversy  
Secrétaire général  
Conseil de la radiodiffusion et des  
télécommunications canadiennes  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Monsieur le Secrétaire général,

En réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-105 (*Appel aux observations sur un document de travail à l'égard du Code des fournisseurs de services de télévision*) et conformément à la procédure qui y est énoncée, le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) et l'Office de la protection du consommateur (OPC), souhaite être considéré comme intervenant dans cette instance réglementaire et soumet les commentaires qui sont joints à la présente lettre.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, nos salutations distinguées.

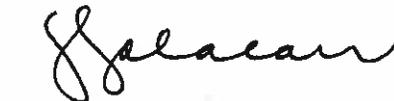
La sous-ministre de la Culture  
et des Communications,



Sylvie Barcelo, ASC

Rj.

La présidente de l'Office de la  
protection du consommateur,



Ginette Galarneau

**AVIS DE CONSULTATION DE RADIODIFFUSION CRTC 2015-105**

**(APPEL AUX OBSERVATIONS SUR UN DOCUMENT DE TRAVAIL À L'ÉGARD DU  
CODE DES FOURNISSEURS DE SERVICES DE TÉLÉVISION)**

**MÉMOIRE  
DU  
MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC  
ET DE  
L'OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DU QUÉBEC  
AU NOM DU  
GOUVERNEMENT DU QUÉBEC**

**AU  
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES  
TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**25 MAI 2015**

## **RÉSUMÉ**

Le gouvernement du Québec réitère la position qu'il a exprimée en octobre 2014 dans le cadre de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190 à savoir qu'il revient à l'Assemblée nationale, et à elle seule, de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles et que la création d'un code qui régirait certains aspects de la relation entre les fournisseurs de services de télévision et leurs abonnés constitue un empiètement sur un champ de compétence qui est du ressort exclusif des provinces.

Le gouvernement du Québec expose également le processus qui a conduit à l'introduction, à la *Loi sur la protection du consommateur*, d'un régime de protection applicable notamment au contrat de services de télévision, décrit quelques-unes des mesures prévues à ce régime de même que le dispositif de protection dans lequel un tel régime a été intégré.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>COMPÉTENCE CONSTITUTIONNELLE.....</b>	<b>2</b>
<b>MODIFICATIONS LÉGISLATIVES .....</b>	<b>2</b>
<b>RÉGIME DE PROTECTION APPLICABLE AU CONTRAT À EXÉCUTION SUCCESSIVE DE SERVICE FOURNI À DISTANCE .....</b>	<b>3</b>
<b>COMPOSANTE D'UN ENSEMBLE DE RÈGLES .....</b>	<b>5</b>
<b>RECOURS ADMINISTRATIFS ET PÉNAUX .....</b>	<b>10</b>
<b>RECOURS CIVILS .....</b>	<b>10</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>10</b>

## **INTRODUCTION**

1. Le 24 avril 2014, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (Conseil) a amorcé une consultation afin de procéder à l'examen formel de ses politiques sur la télévision (*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190*).
2. Dans le cadre de cette consultation, le gouvernement du Québec a transmis, en juin 2014, des commentaires portant, entre autres, sur la proposition du Conseil d'adopter des lignes directrices ou un code de conduite appelés à régir les relations entre les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) et leurs clients.
3. Essentiellement, ces commentaires visaient à rappeler au Conseil que le Québec a introduit à sa *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) un régime de protection qui régit déjà les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services de télévision et qu'il revient à l'Assemblée nationale, et à elle seule, de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
4. En août 2014, le Conseil a publié un document de travail énonçant diverses propositions relatives à la réglementation future du système canadien de télévision et mettant, notamment, de l'avant l'idée d'un nouveau code des EDR régissant leurs relations avec leurs abonnés et comportant des dispositions semblables à celles du Code sur les services sans fil. Le Conseil proposait également de nommer, pour l'ensemble de l'industrie, un ombudsman ayant pour mandat d'appliquer ce nouveau code.
5. À la suite de l'audience publique de septembre 2014, le gouvernement du Québec a soumis au Conseil, le 3 octobre 2014, des observations finales sur le document de travail du Conseil ainsi que sur certaines interventions faites au cours de cette audience publique. Il a saisi cette occasion pour réitérer les commentaires formulés en juin 2014 à propos des relations entre les EDR et leurs abonnés.
6. Le 26 mars 2015, le Conseil a rendu la décision *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-104*. Dans cette politique, le Conseil a annoncé la création d'un code qui régirait certains aspects de la relation entre les fournisseurs de services de télévision et leurs abonnés. Le code serait administré par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication.
7. De façon concomitante, le Conseil a publié un projet de code afin d'obtenir des commentaires sur le contenu de celui-ci (*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-105 - Appel aux observations sur un document de travail à l'égard du Code des fournisseurs de services de télévision*).
8. Le projet de code prévoit des règles qui s'intéressent notamment aux offres des fournisseurs de services, aux ententes, aux modifications qui peuvent être apportées à celles-ci, aux appels de service logés par les clients ainsi qu'aux interruptions et au débranchement de services.

9. Le gouvernement du Québec souhaite saisir l'occasion que lui offre la présente instance réglementaire pour rappeler que l'initiative du Conseil constitue un empiètement sur un champ de compétence qui est du ressort exclusif des provinces, pour exposer le processus ayant conduit à l'adoption, au Québec, d'un régime de protection applicable notamment au contrat de services de télévision et pour décrire ce régime de même que le dispositif de protection dans lequel il a été intégré.

## **COMPÉTENCE CONSTITUTIONNELLE**

10. Le Québec déplore la décision du Conseil d'aller de l'avant dans l'élaboration et la mise en œuvre d'un code applicable aux fournisseurs de services de télévision et il s'objecte à cette initiative qui constitue un empiètement sur ses compétences constitutionnelles exclusives qui n'a aucunement lieu d'être.
11. En effet, les relations contractuelles entre les consommateurs et les entreprises sont couvertes par le paragraphe 92 (13) de la Loi constitutionnelle de 1867 qui accorde la compétence exclusive aux provinces en matière de propriété et de droits civils.
12. Encore récemment, dans *Banque de Montréal c. Marcotte*, la Cour suprême a rappelé une fois de plus que « La protection du consommateur est un domaine de compétence provinciale et est régie au Québec par la L.p.c. dont l'application relève de l'Office de la protection du consommateur. »<sup>1</sup>.
13. Le Québec a exercé cette compétence en introduisant dans la LPC des règles de protection du consommateur régissant les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services fournis à distance, dont les fournisseurs de services de télévision.
14. Les mesures prévues à ce régime de protection sont le résultat de consultations multiples avec les acteurs concernés et de la volonté de privilégier une approche cohérente et intégrée avec les autres protections consenties à la LPC et au *Code civil du Québec* (CcQ).

## **MODIFICATIONS LÉGISLATIVES**

15. Au début de l'année 2008, dans le cadre de ses travaux visant à moderniser la LPC, l'Office de la protection du consommateur (OPC) a effectué, auprès de diverses parties intéressées, une première consultation sur une série d'orientations législatives envisagées, lesquelles portaient sur plusieurs matières, dont les contrats à exécution successive de service fourni à distance (catégorie de contrat comprenant les contrats de services de télévision). À l'été 2008, l'OPC a procédé à une seconde consultation portant sur un projet de recommandations de modifications législatives. Ces consultations multiples visaient à ce que les recommandations de modifications

---

<sup>1</sup> 2014 CSC 55, paragraphe 74.

législatives tiennent compte, à la fois, des attentes exprimées par les consommateurs et des préoccupations soulevées par les entreprises.

16. Donnant suite aux recommandations de l'OPC, la ministre de la Justice d'alors a présenté, à l'été 2009, le projet de loi 60 (*Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur et d'autres dispositions législatives*) qui introduisait un régime particulier à l'égard des contrats à exécution successive de service fourni à distance. Ce régime prévoyait notamment de nouvelles règles relatives aux renseignements que doit contenir le contrat, à son renouvellement et à sa résiliation par le consommateur.
17. Le projet de loi a fait l'objet de consultations particulières en commission parlementaire au cours desquelles les différents acteurs concernés ont à nouveau eu l'occasion de s'exprimer sur son contenu.
18. Une fois le projet de loi adopté à l'unanimité par l'Assemblée nationale, un processus de consultations portant sur un projet de modifications au *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur (RPC)*, qui venait préciser les modalités d'application de certaines des nouvelles mesures législatives, a également été amorcé. Un projet de règlement a été publié à la *Gazette officielle du Québec* le 28 avril 2010 et il a finalement été adopté le 11 juin 2010.
19. L'ensemble des nouvelles règles introduites à la LPC et au RPC sont entrées en vigueur le 30 juin 2010.

## **RÉGIME DE PROTECTION APPLICABLE AU CONTRAT À EXÉCUTION SUCCESSIVE DE SERVICE FOURNI À DISTANCE**

20. Le régime de protection applicable au contrat à exécution successive de service fourni à distance se trouve aux articles 214.1 à 214.11 de la LPC. Ce régime encadre le contenu du contrat, son renouvellement et sa résiliation par le consommateur. Il s'intéresse aussi au dépôt de garantie et au paiement des services alors que l'équipement nécessaire à leur utilisation est en réparation.
21. **Contenu du contrat de services.** À l'article 214.2 de la LPC, le législateur exige que le contrat de services soit constaté par écrit et contienne obligatoirement certaines informations.
22. Les informations requises concernent les parties (identité et coordonnées du consommateur et du commerçant), les services (description détaillée des services choisis par le consommateur et leurs restrictions d'utilisation), les tarifs (le tarif mensuel des services choisis par le consommateur, le tarif mensuel des frais connexes), l'obligation totale du consommateur (la somme totale que le consommateur doit déboursier mensuellement en vertu du contrat), l'équipement (description du bien vendu, incluant l'information selon laquelle il a été remis à neuf ou pas, et prix courant), le rabais obtenu sur le prix de vente de l'équipement nécessaire à l'utilisation du service (montant du rabais et mention selon laquelle seul

ce rabais servira au calcul de l'indemnité de résiliation qui pourra être exigée des consommateurs), la durée du contrat (date de conclusion et d'expiration du contrat, durée du contrat, conditions que le consommateur doit respecter pour mettre fin au contrat à son échéance), la modification et la résiliation du contrat par le consommateur (les circonstances permettant au consommateur de modifier ou de mettre un terme au contrat et les conséquences financières qui y sont associées).

23. Afin de faciliter la prise de connaissance et la compréhension de ces informations importantes, qui pourraient être appelées à régir une relation contractuelle de longue durée, des règles encadrent la façon dont elles doivent être présentées dans le contrat. Les informations exigées à l'article 214.2 de la LPC doivent en effet être présentées au début du contrat et être rédigées clairement et lisiblement.
24. **Reconduction du contrat de services.** L'article 214.3 de la LPC prévoit qu'un contrat à exécution successive de service fourni à distance, s'il a une durée de plus de 60 jours, ne peut contenir une clause prévoyant sa reconduction à son échéance pour une période déterminée. Un tel contrat peut toutefois contenir une clause qui prévoit sa reconduction pour une période indéterminée.
25. **Résiliation du contrat de services par le consommateur.** Selon l'article 214.6 de la LPC, le consommateur peut, à tout moment et à sa discrétion, résilier un contrat à exécution successive de service fourni à distance. Il lui suffit de transmettre, verbalement ou par écrit, un avis au commerçant. La résiliation prend effet à la date de transmission de l'avis ou à la date indiquée à l'avis par le consommateur.
26. Le commerçant peut, à certaines conditions, réclamer une indemnité au consommateur qui a résilié le contrat. La LPC identifie, aux articles 214.7 et 214.8, quelles sont ces conditions et énonce les règles permettant d'établir le montant maximal que pourra obtenir le fournisseur de services.
27. En cas de résiliation unilatérale par le consommateur d'un contrat de services de télévision à durée déterminée, le fournisseur de services ne peut réclamer une indemnité de résiliation supérieure à un certain montant. Le calcul permettant d'établir ce montant varie selon que le fournisseur de services a consenti ou non un rabais sur le prix de vente d'un bien nécessaire à l'utilisation du service.
28. Si, à l'occasion de la conclusion du contrat de services, le fournisseur de services a consenti au consommateur un rabais sur le prix de vente de l'équipement nécessaire à l'utilisation du service, il peut exiger une indemnité de résiliation, mais celle-ci ne peut excéder le montant correspondant à ce rabais moins le montant obtenu en multipliant ce rabais par la fraction que constitue le nombre de mois entièrement écoulés au contrat par rapport à la durée totale du contrat. Le mois entamé au moment de la résiliation est assimilé à un mois entièrement écoulé (article 214.7 de la LPC et article 79.10 du RPC).
29. Lorsque le fournisseur de services n'a accordé aucun rabais sur le prix de vente d'un bien nécessaire à l'utilisation du service, l'indemnité de résiliation maximale qu'il peut

exiger correspond au moindre des montants suivants: 50 \$ ou un montant représentant au plus 10 % du prix des services prévus au contrat qui n'ont pas été fournis au consommateur (article 214.7 de la LPC).

30. En cas de résiliation par le consommateur d'un contrat de services de télévision à durée indéterminée, l'entreprise ne peut réclamer une indemnité de résiliation que si certaines conditions sont rencontrées. Le fournisseur de services ne peut en effet exiger une indemnité de résiliation que si, au moment de la conclusion du contrat de services, il accepte qu'il reste un solde impayé sur le prix de vente d'un bien acheté par le consommateur en considération du contrat de services et que ce solde est réduit progressivement d'un certain montant en fonction du coût des services utilisés ou en fonction du temps écoulé au contrat. L'indemnité de résiliation ne peut alors excéder le montant du solde du prix de vente du bien au moment de la conclusion du contrat de services moins le montant obtenu en multipliant 1/48 de ce solde par le nombre de mois écoulés au contrat. Le mois entamé au moment de la résiliation est assimilé à un mois entièrement écoulé (article 214.8 de la LPC et article 79.11 du RPC).
31. L'articulation du régime de protection applicable à ces contrats particuliers (contenu du contrat, nécessité d'un écrit, droit de résiliation, indemnité de résiliation maximale, etc.) s'inspire de l'approche retenue dans la LPC pour régir d'autres types de contrats de services pour lesquels le législateur a aussi estimé qu'il était nécessaire de consentir des protections particulières. L'intégration de ces nouvelles mesures de protection s'est faite en considérant les autres dispositions avec lesquelles elles auraient à cohabiter ainsi que les solutions déjà offertes par la LPC et le *Code civil du Québec*.

### **COMPOSANTE D'UN ENSEMBLE DE RÈGLES**

32. Les protections applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance ne représentent en effet qu'une composante d'un ensemble de protections prévues dans la LPC dont peut se prévaloir le consommateur québécois qui a conclu un contrat de consommation avec un fournisseur de services de télévision.
33. Contrat conclu à distance. Par exemple, le consommateur qui a conclu un contrat de services de télévision par téléphone ou par Internet bénéficie non seulement des protections prévues aux articles 214.1 et suivants de la LPC, mais également des protections qui visent à protéger les consommateurs qui concluent des contrats de consommation à distance (c'est-à-dire au téléphone ou par Internet).
34. Ces règles, qui sont prévues aux articles 54.1 à 54.16 de la LPC, exigent de l'entreprise qu'elle porte expressément à la connaissance du consommateur certains renseignements avant la conclusion du contrat (description du service, tarif, conditions d'annulation et de résiliation du contrat, etc.) et qu'un exemplaire du contrat écrit, reprenant ces informations, soit transmis au consommateur dans les 15 jours de sa conclusion. Il est à noter que l'exigence d'un écrit n'emporte pas l'obligation que cet écrit soit constaté sur un support papier.

35. En cas de non-respect par l'entreprise de ces obligations, le consommateur peut résoudre sans frais son contrat à l'intérieur d'un certain délai prévu à la loi en transmettant un avis à cet effet (verbal ou écrit) à l'entreprise. Par exemple, dans le cas où le fournisseur de services n'a pas transmis l'exemplaire du contrat dans le délai requis, le consommateur peut résoudre le contrat dans un délai de 30 jours suivant sa conclusion. La résolution du contrat emporte la résolution de tout contrat accessoire. Si, à la suite de la résolution du contrat, le consommateur n'a pas été remboursé des sommes qu'il a payées au moyen d'une carte de crédit, il pourra demander à l'émetteur de la carte utilisée de lui rétrofacturer ces sommes.
36. **Contrat conclu avec un commerçant itinérant.** Si le contrat de services de télévision est conclu au domicile du consommateur, celui-ci bénéficie non seulement des protections prévues aux articles 214.1 à 214.11 de la LPC, mais également des protections qui s'appliquent lorsqu'un contrat de consommation est conclu avec une entreprise qui fait du commerce porte-à-porte (articles 55 à 65 de la LPC). En vertu de ces règles, le consommateur peut résoudre le contrat, sans frais, à sa seule discrétion, dans les 10 jours qui suivent celui où chacune des parties est en possession d'un double du contrat. Le contrat doit contenir certaines informations, dont celle relative à cette faculté de résolution. L'entreprise doit également annexer au double du contrat, qu'elle doit remettre au consommateur, un Énoncé des droits de résolution du consommateur et un formulaire de résolution. Une entreprise qui conclut des contrats de services au domicile du consommateur doit aussi être titulaire d'un permis délivré par le président de l'OPC.
37. **Formation du contrat conclu en personne.** Si le contrat de services de télévision est conclu en personne (par exemple en magasin ou au domicile du consommateur), le fournisseur de services doit aussi respecter les règles de formation du contrat prévues aux articles 23 à 33 de la LPC.
38. Ces règles exigent que le contrat qui est proposé au consommateur soit constaté sur un support papier. Le fournisseur de services doit d'abord signer, à la dernière page, le contrat de services et un double de ce contrat. Le fournisseur de services doit ensuite remettre le contrat au consommateur et lui permettre de prendre connaissance de ses termes et de sa portée. Le consommateur qui accepte de conclure le contrat proposé doit apposer sa signature à la dernière page de ce contrat et de son double.
39. Le contrat n'est formé que lorsque le fournisseur de services et le consommateur l'ont signé. Le fournisseur de services doit remettre le double du contrat au consommateur après la signature. Le consommateur n'est tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession de ce double du contrat.
40. Ce processus, qui encadre la formation de certains contrats de consommation, dont le contrat à exécution successive de service fourni à distance, donne l'occasion au consommateur, avant qu'il n'accepte de le conclure, de prendre connaissance de l'ensemble des modalités qui y sont prévues et qui sont susceptibles d'avoir des conséquences importantes pour lui. Dans le cas des contrats de services de télévision,

ces modalités peuvent impliquer des sommes importantes et régir une relation contractuelle pouvant s'échelonner sur de nombreuses années.

41. Puisque selon les règles applicables au contrat à exécution successive de service fourni à distance, le fournisseur de services de télévision doit indiquer, au tout début du contrat, certaines informations importantes relatives au contrat de services (article 214.2 de la LPC et article 79.8 du RPC), ce processus facilite également la comparaison des représentations faites par les vendeurs avec le contenu du contrat, et ce, avant que le consommateur n'y appose sa signature et que celui-ci ne soit formé.
42. Encore une fois, ce processus ne s'applique pas lorsque le contrat est conclu au téléphone ou par Internet, ce mode de conclusion du contrat étant plutôt régi par les articles 54.1 à 54.16 de la LPC.
43. **Clauses qui sont interdites.** En outre, à l'instar de tous les contrats de consommation, le contrat de consommation conclu avec un fournisseur de services de télévision ne peut contenir certaines clauses.
44. En effet, la LPC et le RPC interdisent aux entreprises de prévoir dans leurs contrats certaines clauses considérées comme étant particulièrement désavantageuses pour le consommateur (notamment aux articles 10 et suivants de la LPC et aux articles 25.5 à 25.9 du RPC). Les interdictions qui y sont prévues portent, entre autres, sur les matières suivantes : exclusion de responsabilité, arbitrage obligatoire et autres restrictions au droit d'ester en justice, dommages fixés à l'avance en cas de défaut du consommateur, exclusion des garanties légales, exclusion des représentations faites par les vendeurs, modification et résiliation unilatérales du contrat par l'entreprise, etc.
45. **Montant fixé à l'avance en cas de défaut du consommateur.** L'article 13 de la LPC compte au nombre des articles qui interdisent certaines clauses dans les contrats de consommation. Cet article interdit la stipulation qui impose au consommateur, dans le cas de l'inexécution de son obligation, le paiement de frais, de pénalités ou de dommages, dont le montant ou le pourcentage est fixé à l'avance dans le contrat, autres que l'intérêt couru. Cette interdiction vise à ce que le montant réclamé du consommateur en défaut corresponde aux véritables dommages subis par l'entreprise. Ainsi, en application de l'article 13 de la LPC, un fournisseur de services ne peut fixer à l'avance les frais qu'il exigera du consommateur si celui-ci est en défaut de respecter un rendez-vous.
46. **Modification unilatérale du contrat par le fournisseur de services.** L'article 11.2 de la LPC donne un autre exemple de clause interdite par la loi. Cet article énonce les conditions auxquelles une entreprise peut prévoir dans son contrat une clause par laquelle elle s'octroie la faculté d'en modifier unilatéralement le contenu. Ces conditions s'appliquent à tous les contrats de consommation (contrat de vente, contrat de location, contrat de service, etc.), incluant les contrats de services de télévision.

47. Selon l'article 11.2 de la LPC, une entreprise ne peut prévoir dans un contrat de consommation une clause qui lui permet d'en modifier unilatéralement les éléments essentiels. Ainsi, le prix (tarif, frais, etc.) prévu à un contrat de consommation ne peut être modifié unilatéralement par l'entreprise en cours de contrat. Il est en de même de sa durée.
48. Toutefois, l'article 11.2 permet à une entreprise de prévoir dans un contrat de service à durée indéterminée une clause qui lui permet d'en modifier unilatéralement les éléments essentiels, dont le prix des services.
49. Cet article prévoit également qu'un contrat de consommation peut contenir une clause qui permet à l'entreprise d'en modifier unilatéralement les éléments non essentiels.
50. Dans les cas où une clause de modification unilatérale peut être prévue dans le contrat de consommation, cette clause doit obligatoirement prévoir ce qui suit :
- a) *les éléments du contrat pouvant faire l'objet d'une modification unilatérale;*
  - b) *que le commerçant doit, au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur de la modification, transmettre au consommateur un avis écrit, rédigé clairement et lisiblement, contenant exclusivement la nouvelle clause ou la clause modifiée ainsi que la version antérieure, la date d'entrée en vigueur de la modification et les droits du consommateur énoncés au paragraphe c;*
  - c) *que le consommateur pourra refuser cette modification et résoudre ou, s'il s'agit d'un contrat à exécution successive, résilier le contrat sans frais, pénalité ou indemnité de résiliation, en transmettant un avis à cet effet au commerçant au plus tard 30 jours suivant l'entrée en vigueur de la modification, si la modification entraîne l'augmentation de son obligation ou la réduction de l'obligation du commerçant.*
51. L'exigence qu'un avis soit transmis au consommateur, avec un contenu obligatoire et exclusif, permet au consommateur d'être précisément informé de la nature de la modification qui sera apportée et de sa date d'entrée en vigueur. L'avis permet également au consommateur d'être informé à nouveau de son droit de résilier le contrat sans frais s'il est en désaccord avec une modification qui augmentera son obligation ou réduira celle de l'entreprise. L'exigence de transmission de l'avis au consommateur vise à s'assurer que l'entreprise ne se contente pas de publier sur son site Web les informations relatives à une modification.
52. **Résiliation unilatérale du contrat par le fournisseur de services.** À ces interdictions s'ajoutent celles qui s'appliquent à certains types de contrats de consommation. Par exemple, l'article 11.3 de la LPC interdit la clause par laquelle une entreprise se réserve le droit de résilier unilatéralement un contrat de service à exécution successive à durée déterminée, sauf en application des articles 1604 et 2126 du CcQ et, dans ce dernier cas, que conformément à l'article 2129 de ce Code.

53. Ainsi, compte tenu de l'article 11.3 de la LPC, un contrat de services de télévision à durée déterminée ne peut contenir une clause permettant au fournisseur de services de le résilier unilatéralement, sauf si la clause lui permet de le résilier en cas de non-respect par le consommateur de ses obligations (conformément à ce que prévoit l'article 1604 du CcQ) ou de le résilier pour un motif sérieux (conformément à ce que prévoit l'article 2126 du CcQ). Dans ce dernier cas, la clause ne doit pas exclure ou limiter le droit du consommateur d'être indemnisé pour le préjudice qu'il aurait pu subir du fait de la résiliation (article 2129 du CcQ).
54. **Pratiques de commerce interdites.** À l'instar de toutes entreprises, les entreprises de services de télévision ne peuvent recourir à des pratiques de commerce qui sont interdites aux articles 215 et suivants de la LPC. Ces règles interdisent notamment à une entreprise de faire, par quelque moyen que ce soit, une représentation fautive ou trompeuse à un consommateur (article 219 de la LPC). Elles interdisent aussi à une entreprise de divulguer, dans un message publicitaire, le montant des paiements périodiques à faire pour l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du service ni le faire ressortir de façon plus évidente (article 224 b) de la LPC). Une entreprise ne peut également, par quelque moyen que ce soit, accorder dans un message publicitaire, plus d'importance au rabais qu'au bien ou au service offert. En outre, une entreprise ne peut exiger pour un service un prix supérieur à celui qui est annoncé (article 224 c) de la LPC). Le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du service. Toutefois, ce prix peut ne pas comprendre les sommes qui, en vertu d'une loi fédérale ou provinciale, doivent être perçues directement du consommateur pour être remises à une autorité publique (article 91.8 du RPC). Le prix annoncé doit ressortir de façon plus évidente que les sommes dont il est composé.
55. **Contrat de location à long terme.** La LPC prévoit également des règles particulières qui s'appliquent au contrat de location d'un bien qui prévoit une période de location de quatre mois ou plus. Ces règles sont prévues aux articles 150.1 à 150.32 de la LPC. Elles s'intéressent notamment à la formation du contrat de location constaté par écrit, au loyer, à la perte et à la détérioration du bien loué, aux droits du commerçant en cas d'inexécution par le consommateur de ses obligations et à la résiliation du contrat. Le régime de protection applicable au contrat de location d'un bien prévoit également des règles particulières applicables au contrat qui comporte une option conventionnelle d'achat du bien loué et au contrat de louage à valeur résiduelle garantie.
56. **Code civil du Québec.** Les protections prévues à la LPC sont, quant à elles, complétées par celles qui se trouvent dans le CcQ. Un fournisseur de services de télévision doit donc aussi respecter les exigences qui y sont prévues. Le CcQ comprend des protections applicables au contrat de consommation qui portent, entre autres, sur les matières suivantes : clauses abusives, clauses externes, clauses illisibles. Il comprend également une protection qui s'intéresse à la loi applicable au contrat de consommation lorsqu'une situation comporte un élément d'extranéité (article 3117 du CcQ). Des règles particulières s'appliquant au contrat de service et au contrat de location y sont également prévues.

## **RECOURS ADMINISTRATIFS ET PÉNAUX**

57. Les consommateurs sont peu disposés à entreprendre des démarches individuelles pour des réclamations relativement modestes et ces démarches ont, quant à elles, une capacité limitée à amener une entreprise à modifier ses pratiques de commerce et le contenu des contrats qu'elle propose.
58. Ces constats témoignent de l'importance qu'un organisme public, investi des pouvoirs nécessaires à cet effet, ait pour mandat de surveiller l'application des exigences prévues à la LPC de façon à ce que les entreprises utilisent des pratiques de commerce et des contrats qui sont conformes à la loi. L'OPC est l'organisme responsable de l'application et de la surveillance de la LPC. Pour réaliser ce mandat, son président dispose notamment de pouvoirs d'enquête et d'inspection, du pouvoir de conclure des engagements volontaires et du pouvoir de demander des injonctions, entre autres, pour obtenir de la Cour supérieure qu'elle ordonne à une entreprise de ne plus se livrer à une pratique de commerce interdite ou de cesser d'insérer dans son contrat une clause qui est interdite.
59. À ces pouvoirs s'ajoute la possibilité que des poursuites pénales soient entreprises à l'encontre d'une entreprise qui contrevient à la LPC. Le contrevenant est alors passible d'une amende qui peut atteindre 100 000 \$, montant qui pourra être doublé en cas de récidive.

## **RECOURS CIVILS**

60. En cas de non-respect par une entreprise des obligations prévues à la LPC, le consommateur peut exercer un recours civil (individuel ou collectif) et demander les réparations prévues à la loi. Il peut donc obtenir, selon le cas, l'exécution de l'obligation, l'autorisation de la faire exécuter aux frais de l'entreprise, la réduction de son obligation, la résiliation ou la nullité du contrat, et ce, sans préjudice de sa demande en dommages-intérêts. Il peut également demander des dommages-intérêts punitifs.
61. Le recours collectif, qui est exercé en Cour supérieure conformément aux règles prévues au *Code de procédure civile*, représente, en droit de la consommation, un instrument d'accès à la justice d'une importance fondamentale. Il s'agit en effet d'un instrument permettant de rendre justice à une multitude de consommateurs dont les réclamations, souvent modestes, ne favorisent pas la poursuite de démarches individuelles. Il joue non seulement un rôle curatif important, mais également un rôle préventif qui est complémentaire au dispositif de sanction pénale précédemment décrit.

## **CONCLUSION**

62. Tel qu'il appert de ce qui précède, les consommateurs québécois bénéficient déjà d'un système de protection complet et intégré tant en ce qui a trait aux droits conférés par la LPC et le CcQ qu'aux différents recours prévus en cas de contravention à ces droits.
63. Peu importent les décisions qui seront prises par le Conseil, le gouvernement du Québec maintiendra et continuera d'appliquer l'ensemble des règles qui sont prévues

dans sa législation de façon à ce que le consommateur québécois, qui a conclu un contrat de consommation avec un fournisseur de services de télévision, puisse continuer de bénéficier de l'actuel arsenal de protections que comprend le dispositif cohérent, complet et intégré que le législateur québécois a soigneusement mis en place au cours des trente dernières années.

64. Ces règles sont le résultat de l'exercice par le Québec de sa compétence constitutionnelle exclusive en matière de propriété et de droits civils. À cet égard, le Québec tient à réitérer sa position exprimée dans ce dossier à savoir qu'il revient à l'Assemblée nationale, et à elle seule, de décider des règles applicables aux consommateurs québécois dans leurs relations contractuelles.
65. Le Québec estime que le Conseil devrait par conséquent s'abstenir d'intervenir d'une façon qui constituerait un empiètement ou une atteinte à cet exercice légitime de la compétence constitutionnelle du Québec.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

Québec, le 14 juillet 2015

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

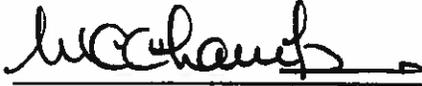
Monsieur le Secrétaire général,

En réponse à l'Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134 (*Examen des services de télécommunication de base*) et conformément à la procédure décrite au paragraphe 47 révisé de celui-ci, le gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations et le Secrétariat du Conseil du trésor, souhaite être considéré comme partie intéressée dans cette instance réglementaire et soumet les commentaires joints à la présente lettre sur certaines des questions faisant l'objet de celle-ci.

Nous vous informons que le gouvernement du Québec ne désire pas comparaître à l'audience publique débutant le 11 avril 2016.

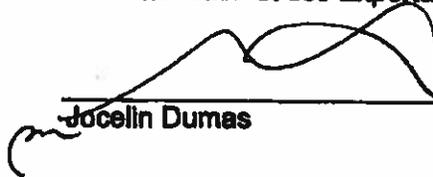
Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, nos salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture  
et des Communications,



Marie-Claude Champoux

Le sous-ministre de l'Économie,  
de l'Innovation et des Exportations,



Jocelin Dumas

Le secrétaire du  
Conseil du trésor



Yves Ouellet

p. j.

Québec  
Édifice Guy-Frégault  
225, Grande Allée Est  
Boc B, 1<sup>er</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 5G5  
Téléphone : 418 380-2330  
Télécopieur : 418 380-2391  
[www.mcc.gouv.qc.ca](http://www.mcc.gouv.qc.ca)

Québec  
710, place d'Youville  
6<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 4Y4  
Téléphone : 418-691-5690

[www.economie.gouv.qc.ca](http://www.economie.gouv.qc.ca)

Québec  
175, Grande Allée Est  
Secteur 100, 4<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 5R8  
Téléphone : 418-643-1977  
Télécopieur : 418-643-6494  
[www.tresor.gouv.qc.ca](http://www.tresor.gouv.qc.ca)

**AVIS DE CONSULTATION DE TÉLÉCOM CRTC 2015-134**  
**(EXAMEN DES SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATION DE BASE)**

**MÉMOIRE**

**DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (MCC),**  
**DU MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INNOVATION ET DES EXPORTATIONS**  
**(MEIE)**

**ET**

**DU SecrÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR (SCT),**

**AU NOM DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC,**

**AU**

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET**  
**DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**

**14 JUILLET 2015**

## **INTRODUCTION**

1. Le gouvernement du Québec souhaite saisir l'occasion que lui offre l'instance réglementaire amorcée par l'Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134 pour faire part, au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (Conseil), à cette phase-ci de son examen des services de télécommunication de base, des premières observations que lui inspirent les questions abordées dans celui-ci.

## **ÉTAT DE SITUATION**

2. Le Conseil, aux paragraphes 6 à 10 de son avis de consultation, effectue certains constats avec lesquels il est difficile de ne pas être d'accord, notamment en ce qui concerne les différences de niveaux de services disponibles entre les régions rurales ou éloignées et les régions urbaines et ce, plus particulièrement en regard des services d'accès Internet et des services sans fil mobiles.
3. D'ailleurs, au Québec, on constate que le taux de branchement des ménages à Internet est inégal d'une région à l'autre. En 2012, celui-ci variait de 70,7 % pour la région de la Gaspésie-îles-de-la-Madeleine à 84,5 % pour la région de la Capitale-Nationale. Pour l'ensemble du Québec, le taux de branchement des ménages à Internet s'établissait à 81,6 %<sup>1</sup>.
4. Il est également facile de constater que les technologies des télécommunications ont beaucoup évolué depuis le moment (1999) où le Conseil a défini l'objectif du service de base en télécommunications et on peut aisément prévoir le maintien de cette tendance lourde à l'avenir.
5. Le Conseil relève aussi, à juste titre, que les services Internet sont utilisés à des fins de plus en plus diversifiées, entre autres pour les transactions financières et commerciales, l'enseignement, la santé, la fourniture des services gouvernementaux, l'information, le divertissement ainsi que pour le réseautage social, et qu'au fur et à mesure que se développent ces utilisations, la demande pour l'accès, à des tarifs raisonnables, à des vitesses de transmission de plus en plus rapides s'accroît d'autant et ce, aussi bien chez les entreprises, petites, moyennes ou grandes, que chez les individus.
6. En 2012, pour l'ensemble du Québec, plus de 9 ménages branchés à Internet sur 10 (94,4 %) possédaient une connexion de 1,5 mégabit par seconde (Mbit/s) ou plus. Cependant, seulement 3,5 % des ménages branchés utilisaient une connexion à très haute vitesse de 100 Mbit/s ou plus<sup>2</sup>. En 2015, la norme pour pouvoir être considéré comme branché à l'Internet haute vitesse est de 5 Mbit/s. Cette norme est en grande partie respectée en milieu urbain. Cependant, des écarts assez

---

<sup>1</sup> Institut de la statistique du Québec, *L'Enquête québécoise sur l'accès des ménages à Internet 2012, 2013*, p.25.

<sup>2</sup> Idem, p.28 et 30.

prononcés sont constatés en milieux ruraux et en régions éloignées. À cet effet, nous tentons de porter une attention particulière aux coûts que requiert une desserte de qualité dans ces régions et nous travaillons, de concert avec les télécommunicateurs, sur la possibilité de réduire ces écarts qui existent et ainsi offrir les meilleurs services aux utilisateurs québécois en fonction de leurs régions.

7. Par ailleurs, plus de huit entreprises sur dix au Québec (84,2 %) étaient branchées à Internet en 2012. Parmi celles-ci, 94,8 % utilisaient une connexion Internet de 1,5 Mbit/s ou plus. Toutefois, seulement une entreprise branchée sur sept (14,4 %) était connectée à Internet très haute vitesse (100 Mbit/s et plus). Il faut aussi noter que le taux de branchement des entreprises à Internet très haute vitesse est inégal d'une région du Québec à l'autre, passant de 9 % dans le Nord-du-Québec à 21,5 % dans Lanaudière<sup>3</sup>.
8. Les questions soulevées dans l'avis de consultation du Conseil sont, par conséquent, déterminantes puisque les réponses qui y seront apportées pourront, si elles s'avèrent satisfaisantes, permettre à l'économie du Québec et à ses citoyens de tirer le meilleur parti possible des retombées des transformations générées par la révolution numérique.

## **IMPACTS ÉCONOMIQUES**

9. Or, ces retombées sont, en effet, loin d'être négligeables et de nombreux rapports et études font ressortir que l'augmentation de la productivité induite par la numérisation et la compétitivité accrue qui en résulte constituent des vecteurs essentiels de la croissance économique. Plusieurs experts s'attendent à ce que l'évolution rapide des technologies et des innovations qui s'en suivront entraînent une transformation significative à un rythme de plus en plus rapide de l'économie.
10. Par exemple, un rapport d'information (mai 2014) de la Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale de la France sur le développement de l'économie numérique française mentionne qu'en 2010, le numérique aurait, de manière directe, contribué à hauteur de 72 milliards d'euros au produit intérieur brut (PIB) du pays, soit davantage que d'autres secteurs clés de son économie tels l'énergie, les transports ou l'agriculture, en valeur ajoutée<sup>4</sup>.
11. Dans le même sens, un autre rapport d'information (octobre 2013) de la Commission des affaires européennes de l'Assemblée nationale de la France avance que, de 2013 à 2020, l'économie numérique pourrait contribuer à une augmentation du PIB de l'Union européenne d'au moins 4 %, voire de 12 % selon le scénario le plus optimiste<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Institut de la statistique du Québec, *L'intégration d'Internet aux processus d'affaires dans les entreprises québécoises*, 2013, p.32-33 et p.90.

<sup>4</sup> Rapport d'information déposé par la Commission des affaires économiques sur le développement de l'économie numérique française, <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1836.asp>

<sup>5</sup> Rapport d'information déposé par la Commission des affaires européennes sur la stratégie numérique de l'Union européenne, <http://www.assemblee-nationale.fr/14/europe/rap-info/i1409.asp>

12. Pour que des retombées économiques aussi intéressantes se manifestent au Canada et au Québec, il apparaît impératif que les infrastructures et les services de télécommunication qui ont déjà beaucoup transformé les façons dont les citoyens s'informent, achètent, s'instruisent, travaillent, accèdent aux services gouvernementaux et de divertissement, continuent d'être au rendez-vous et ce, selon des modalités d'accès et de tarification suffisamment attrayantes, parce que la qualité de vie des citoyens, le développement des communautés, la croissance des entreprises et la vitalité de l'économie en général dépendent de plus en plus de la disponibilité et de la performance des infrastructures de télécommunication.
13. L'accès à des infrastructures de télécommunication performantes et la disponibilité de services de télécommunication évolués contribuent, entre autres, à attirer des entreprises et des travailleurs qualifiés, ce qui est de nature à maintenir et même à accroître la vitalité des communautés installées en région. Cela constitue de toute évidence un enjeu de croissance économique non négligeable.

## **PLAN CULTUREL NUMÉRIQUE**

14. Sur le plan culturel, bien conscient que le numérique transforme déjà les disciplines artistiques, élargit les marchés, fragmente les auditoires, multiplie les moyens de production et de diffusion de la culture tout en modifiant les habitudes de consommation et en bouleversant les modèles d'affaires, le gouvernement du Québec, via le ministère de la Culture et des Communications, s'est doté, en septembre 2014, d'un Plan culturel numérique<sup>6</sup>. Ce plan est orienté autour de trois axes, à savoir la création de contenus culturels numériques, l'adaptation à la culture numérique et la diffusion de contenus culturels numériques afin d'assurer leur accessibilité pour tous les citoyens.

## **INFRASTRUCTURES ET SERVICES À LA HAUTEUR DES BESOINS**

15. Pour qu'une telle initiative soit pleinement efficace, les prestataires de services, les fournisseurs d'infrastructures de télécommunication et le Conseil, qui est chargé de leur réglementation, doivent accorder une attention continue aux moyens de mettre, en temps utile, à la disposition des citoyens et des entreprises, peu importe l'endroit où ils se trouvent et la variété de leurs besoins, des accès Internet, fixes et surtout mobiles, à large bande. Ce faisant, les utilisateurs des services de télécommunication seront davantage incités à participer, plus rapidement et plus intensément, à l'économie numérique s'ils sont assurés de disposer de solutions de télécommunication adaptées à leurs besoins, au fur et à mesure qu'ils surgissent, lesquelles doivent être d'une utilisation flexible, notamment en termes de mobilité et de modalités d'utilisation, et tarifées de manière telle qu'elles demeurent abordables, indépendamment du fait que ces besoins soient standardisés ou davantage taillés sur mesure ou ponctuels.

---

<sup>6</sup> Le Plan culturel numérique du Québec est disponible à l'adresse Internet suivante : <http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/>

16. À cet égard, le gouvernement du Québec constate que beaucoup de services de télécommunication qui sont déjà très demandés, notamment pour les fins du commerce électronique, de l'infonuagique, de l'Internet des objets, de la formation à distance, de la télémédecine ou du divertissement, nécessitent des débits réels de transmission acceptables, en téléchargement et en téléversement, qui vont, même actuellement, au-delà des cibles respectives de 5 Mbit/s et de 1 Mbit/s définies, en 2011, par le Conseil dans sa Politique réglementaire de télécom CRTC 2011-291. Cette tendance ne pourra que s'accroître dans l'avenir avec l'évolution des besoins des citoyens, des collectivités et des entreprises.
17. À ce sujet, le gouvernement du Québec note, avec intérêt, que le Conseil a lancé récemment (21 mai 2015), comme cela se fait déjà dans d'autres pays (ex. : États-Unis, Royaume-Uni), un projet d'évaluation de la performance des services Internet à large bande offerts au Canada, ce qui permettra peut-être de vérifier si les vitesses réelles de connexion correspondent aux vitesses annoncées par les fournisseurs de services Internet<sup>7</sup>.
18. Au-delà de cela, le gouvernement du Québec constate que les cibles définies par le Conseil en 2011 s'avèrent peu ambitieuses, surtout si on les compare avec les cibles de vitesse à large bande visées dans d'autres pays. Aux États-Unis, il est plutôt envisagé d'offrir à 100 millions de foyers un service d'accès Internet à 100 Mbit/s d'ici 2020<sup>8</sup>. La France vise pour sa part une desserte de 100 % de son territoire, d'ici 2022, à une vitesse de 30 Mbit/s<sup>9</sup>. Enfin, l'agenda numérique de l'Union européenne vise une vitesse dépassant 100 Mbit/s à l'horizon 2020 pour 50 % de la population<sup>10</sup>.
19. Une des particularités du réseau de distribution québécois est qu'il est basé sur une forte utilisation de la technologie câblée (coaxiale) utilisant la norme DOCSYS 3.0 et la technologie xDSL (Digital Subscriber Line ou ligne numérique d'abonné). Ces technologies, quoique moins performantes que la fibre optique, sont omniprésentes sur le territoire québécois et permettent des débits de transmission qui satisfont une grande majorité des utilisateurs québécois. À long terme, ces réseaux seront entièrement optiques et les débits offerts seront à la hauteur des attentes des consommateurs, et ce, à un prix que nous espérons le plus abordable possible. Cette période de transition technologique devrait permettre aux télécommunicateurs de maximiser leurs investissements actuels en infrastructure coaxiale ou filaire, sans pour autant pénaliser le consommateur en termes de performance de réseau.

---

<sup>7</sup> Le CRTC invite les Canadiens à participer à un projet d'évaluation de la performance de leurs services Internet à large bande, mai 2015, <http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=977489>

<sup>8</sup> Federal Communications Commission, *Connecting America : The National Broadband Plan*, <https://transition.fcc.gov/national-broadband-plan/national-broadband-plan.pdf>

<sup>9</sup> Le Plan France Très Haut Débit, <http://www.gouvernement.fr/action/le-plan-france-tres-haut-debit>

<sup>10</sup> Digital Agenda for Europe, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/our-targets-0>

20. L'édition 2014 du *Rapport de surveillance des communications* préparée par le Conseil révèle d'ailleurs il y a déjà 94 % des ménages québécois qui ont accès à une vitesse d'au moins 5 Mbit/s et 82 % qui ont accès à une vitesse de 25 Mbit/s ou plus<sup>11</sup>.
21. Il semble, même si ces comparaisons sont quelquefois remises en cause, d'après la mise à jour de 2015 de l'étude de Wall Communications Inc.<sup>12</sup>, que les tarifs d'accès à Internet à large bande sont, au Canada, supérieurs, pour les niveaux de vitesse et d'utilisation les plus élevés, à ceux qu'on retrouve généralement en Europe et en Asie.
22. Compte tenu de l'importance stratégique de l'économie numérique pour la croissance économique et étant donné que la diversité et la croissance de besoins des citoyens et des entreprises en matière de service de télécommunication très performants, le gouvernement du Québec considère que le Conseil devrait effectivement actualiser ses exigences quant à l'obligation de servir et à l'objectif du service de base en télécommunication et ce, surtout en ce qui a trait au service Internet à haute vitesse qui est maintenant considéré par plusieurs comme un service essentiel au même titre que d'autres services d'utilité publique.

## CONCLUSION

23. Pour le moment, le gouvernement du Québec souhaite faire valoir l'importance, tant pour les entreprises que pour les citoyens québécois, d'avoir accès à des services et à des infrastructures de télécommunication évolutifs qui soient, dans leur couverture du territoire et dans leur qualité, en termes de vitesse, de mobilité optimale et de tarification abordable, à même de répondre à l'évolution de leurs besoins actuels et à venir, aussi variés et personnalisés soient-ils.
24. Le gouvernement du Québec prendra connaissance des propositions et des informations qui seront versées, au cours des prochains mois, au dossier public de la présente instance réglementaire et, s'il l'estime nécessaire et dans la mesure où la procédure de celle-ci lui en offrira l'occasion, il se réserve la possibilité de soumettre au Conseil des observations complémentaires lors des étapes à venir de son instance réglementaire sur l'examen des services de télécommunication de base.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

---

<sup>11</sup> CRTC, *Rapport de surveillance des communications*, édition octobre 2014, p. 199.

<sup>12</sup> Wall Communications Inc., *Comparaison des tarifs des services filaires, sans fil et Internet offerts au Canada et à l'étranger*, édition 2015, <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/wall2015/rp1506wall.pdf>

**RÉVISION DU CADRE RÉGLEMENTAIRE RELATIF  
À LA MUSIQUE VOCALE DE LANGUE FRANÇAISE  
APPLICABLE AU SECTEUR DE LA RADIO COMMERCIALE DE LANGUE  
FRANÇAISE**

**Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318**

**MÉMOIRE DU  
MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC  
AU  
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION  
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**Le 14 septembre 2015**

La présente publication a été rédigée par le ministère  
de la Culture et des Communications

**Édition**

Ministère de la Culture et des Communications

La publication est accessible sur le site Internet du ministère de la Culture et des  
Communications : [www.mcc.gouv.qc.ca](http://www.mcc.gouv.qc.ca)

Dépôt légal : 2015

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

**ISBN**

Révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au  
secteur de la radio commerciale de langue française Avis de consultation de radiodiffusion CRTC  
2015-318 - Mémoire du ministère de la Culture et des Communications du Québec au Conseil de  
la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
PDF : 978-2-550-74016-2

© Gouvernement du Québec, 2015

## Résumé

En réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) établit certains constats au regard de la situation de la radio commerciale au Québec :

- la situation financière et l'écoute de la radio commerciale de langue française demeurent relativement stables malgré l'arrivée des nouvelles technologies et des nouvelles plateformes de diffusion non réglementées.
- les quotas de musique vocale de langue française (MVF) imposés ne portent pas préjudice à la rentabilité et à l'écoute des stations de radio de langue française.
- les consommateurs ont de plus en plus de choix d'écoute de contenus radiophoniques et musicaux, notamment sur de multiples plateformes non réglementées sur lesquelles la présence et la valorisation de la MVF québécoise apparaît comme un enjeu critique. Dans ce contexte, ce n'est pas la diminution ou l'abolition des quotas de MVF imposés aux radios commerciales qui apportera une solution à cet enjeu.
- le rôle et la contribution des stations de radio commerciale de langue française en matière de découverte et d'écoute de MVF sont indéniables et pertinents.

Par sa présente intervention, le MCC souhaite faire part au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de sa grande préoccupation quant à la place occupée par la MVF sur les ondes des stations de radio commerciale de langue française. Les recommandations formulées visent à protéger et défendre l'espace relevant du domaine public consenti à la musique de langue française au Québec. Ces recommandations sont les suivantes :

- a. le maintien du niveau hebdomadaire de 65 % de MVF pour toutes les stations de radio commerciale;
- b. le maintien de l'exigence selon laquelle au moins 55 % des pièces musicales de langue française doivent être diffusées aux heures de grande écoute;
- c. l'adoption d'une nouvelle méthode de comptabilisation des montages qui reflète la part réelle des extraits qui les composent;
- d. le maintien du niveau hebdomadaire de 65 % de MVF indépendamment de la méthode retenue pour comptabiliser les montages;
- e. l'instauration d'une exigence de diffusion pour la musique vocale de langue française provenant des artistes émergents, selon un pourcentage qui varie en fonction des formules musicales des stations.

## TABLE DES MATIÈRES

Introduction .....	- 1 -
Portrait de la radio commerciale au Québec.....	- 1 -
La propriété.....	- 1 -
La situation financière .....	- 2 -
L'écoute radiophonique .....	- 2 -
Les nouvelles formes d'écoute de la radio.....	- 3 -
Tendances dans l'industrie de la radio commerciale de langue française au Québec	- 4 -
Quotas de diffusion de musique vocale de langue française (MVF) .....	- 5 -
Montages musicaux .....	- 9 -
Diffusion de pièces d'artistes émergents .....	- 10 -
Conclusion .....	- 11 -

## **Introduction**

1. Le 20 juillet 2015, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié un appel d'observations dans lequel il sollicite de l'information sur les tendances dans les industries de la musique et de la radio commerciale de langue française, ainsi que des avis sur les approches possibles en vue de réviser le cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française (MVF).
2. Comme le système de radiodiffusion québécois évolue dans un contexte linguistique et culturel unique en Amérique du Nord, la protection et la promotion de la langue française sont des enjeux d'une très grande importance pour le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC).
3. D'ailleurs, cette instance concerne une réglementation qui s'applique essentiellement aux 97 stations de radio de langue française situées au Québec<sup>1</sup>, à l'exception de six stations de radio commerciale de langue française situées au Nouveau-Brunswick et en Ontario.
4. Aussi, dans l'environnement numérique actuel, le MCC est bien conscient que le secteur de la radio commerciale, comme l'ensemble des médias, doit s'adapter et faire preuve d'innovation afin de rejoindre les auditeurs différemment. Cependant, la radio possède plusieurs atouts qui lui permettent de tirer profit de ce nouvel environnement : média de proximité, gratuité, large accessibilité et disponibilité sur tous les supports.

## **Portrait de la radio commerciale au Québec**

### **La propriété**

5. Au Québec, on dénombre donc 102 stations de radio commerciale<sup>2</sup>, dont seulement cinq sont de langue anglaise. Ce nombre a peu varié depuis de nombreuses années.
6. Le niveau de concentration de l'industrie de la radio commerciale québécoise est relativement élevé. En 2015, trois entreprises de stations de radio (Bell

---

<sup>1</sup> Centre d'étude sur les médias - portrait sectoriel de la radio - compilation mise à jour en mars 2015 à partir de données du CRTC.

<sup>2</sup> Ibid.

Média, Cogeco et RNC Média) possèdent à elles seules 52 stations québécoises, soit environ 55 % des stations de radio commerciale en opération au Québec<sup>3</sup>. Ces trois mêmes entreprises possèdent 12 des 14 stations de radio commerciale (85,7 %) à Montréal.

7. Du fait de cette concentration de la propriété radiophonique au Québec, plusieurs stations sont opérées en réseaux.

### **La situation financière**

8. De façon générale, la situation financière des stations de radio commerciale de langue française ne s'est pas détériorée au cours des dernières années.
9. De 2010 à 2014, la marge de bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) de l'ensemble des stations de radio de langue française canadiennes est restée stable à 16,7 %. Au cours de la dernière année, de 2013 à 2014, celle-ci a même augmenté de 2,3 points de pourcentage<sup>4</sup>.
10. Dans le marché de Montréal, le BAII des stations commerciales est en hausse de 21 % en 2014, passant de 30,2 M\$ à 36,5 M\$<sup>5</sup>.
11. Dans le marché de Québec, le BAII des stations de radio commerciale a également augmenté de 22 % en 2014, passant de 7,2 M\$ à 8,8 M\$<sup>6</sup>.
12. En 2014, les revenus de publicité des stations de radio commerciale de langue française s'élèvent à 306,3 M\$, soit une augmentation de 6,8 % depuis 2010<sup>7</sup>. Ces revenus de publicité représentent 98 % des revenus totaux du secteur.

### **L'écoute radiophonique<sup>8</sup>**

13. L'écoute de la radio commerciale, bien qu'elle ait légèrement diminué au cours des dernières années au Québec comme dans l'ensemble du Canada, demeure tout de même relativement élevée.
14. En 2014, les Québécois francophones écoutent en moyenne 18,8 heures de radio par semaine, soit 0,2 heure de moins qu'en 2010<sup>9</sup>.

---

<sup>3</sup> Compilation effectuée à partir des données du MCC.

<sup>4</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, radio commerciale 2010-2014.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Statistique Canada, Radiodiffusion privée 2010 et 2014, CANSIM 357-002.

<sup>8</sup> Dans cette partie, les données d'écoute proviennent de diverses sources utilisant des méthodologies différentes.

<sup>9</sup> TVB; BBM Analytique, sondages BBM PPM moyenne 52 semaines 2010-2011 et 2013-2014, Québec franco, 18 ans et plus.

15. Les adolescents de 12 à 17 ans représentent le groupe d'âge qui écoute le moins la radio, soit 7,4 heures en moyenne par semaine en 2013, suivi des 18-24 ans avec 13,8 heures<sup>10</sup>. Toutefois, ce phénomène n'est pas récent. Les adolescents ont toujours moins écouté la radio, la consommation de ce média augmentant avec l'âge.
16. De plus, entre 2008 et 2013, c'est dans le groupe d'âge des 65 ans et plus que la durée d'écoute de la radio a le plus diminué en pourcentage, de façon plus marquée que chez les 12-17 ans<sup>11</sup>.

### **Les nouvelles formes d'écoute de la radio**

17. Aujourd'hui, la presque totalité des stations de radio québécoises retransmettent en tout ou en partie leur programmation en ligne. Les auditeurs peuvent donc facilement écouter des contenus des stations de radio locale, et de partout dans le monde, sur mobile, tablette ou sur ordinateur. Les technologies numériques offrent diverses possibilités pour les stations de radio et pour les auditeurs, dont la baladodiffusion et les applications mobiles.
18. Il existe aussi une multitude de nouvelles sources de musique en ligne qui permettent d'écouter des contenus audio de la façon et au moment de son choix. Parmi celles-ci, des plateformes personnalisées d'écoute de musique en ligne ont fait leur apparition (Songza, Spotify, Apple Music, etc.) et accaparent une partie de l'écoute des Québécois.
19. Dans ce contexte, plus de la moitié des francophones écoutent divers types de contenu audio en continu sur Internet, mais cela intéresse davantage les personnes âgées de 18 à 34 ans et les étudiants<sup>12</sup>.
20. Plus précisément, les plateformes personnalisées d'écoute de musique en ligne ont été utilisées par 13 % des Canadiens francophones en 2014. Bien que cette utilisation soit restée stable depuis 2013, des développements très récents permettent de croire qu'elle deviendra plus importante dans les prochaines années, notamment en raison du lancement d'autres services semblables.

---

<sup>10</sup> Numeris (Sondages BBM), Cahiers d'écoute, Automne 2013 et Automne 2008, Lun-Dim 5h-1h, Heures d'écoute et portée, Guide annuel des médias Infopresse 2015 et 2009.

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Observateur des technologies médias (OTM 2014-2015), Audio en continu – Analyse du marché de langue française, 22 avril 2015.

21. Toutefois, l'écoute de la radio conventionnelle sur une plateforme mobile ou Internet est une activité pratiquée par seulement 19 % des francophones<sup>13</sup>.
22. Ainsi, les technologies numériques entraînent des changements dans les habitudes de consommation de l'ensemble des médias, mais les francophones du Canada continuent d'écouter la radio conventionnelle principalement sur un récepteur et ce, beaucoup plus que des contenus audio en ligne<sup>14</sup>.
23. En fait, l'écoute de la radio sur un récepteur est l'unique forme d'écoute pour 75 % des francophones<sup>15</sup>.
24. En ce qui concerne la radio satellite, elle a peu de répercussions sur l'écoute de la radio conventionnelle. Seulement 7 % des Canadiens francophones y sont abonnés et ce taux d'abonnement est stable depuis 2011<sup>16</sup>.

## **Tendances dans l'industrie de la radio commerciale de langue française au Québec**

Question 6 : Dans quelle mesure le secteur de la radio commerciale de langue française demeure-t-il, en 2015, une source prédominante de découverte et d'écoute de pièces et d'artistes d'expression française? Quelle est l'importance de ce secteur en matière de découverte de pièces musicales en fonction des différents groupes démographiques, et en particulier chez les jeunes auditeurs (18-34 ans)?

25. Malgré l'arrivée des nouvelles plateformes de diffusion et des nouveaux services de musique en ligne, la radio continue de rejoindre un large public et demeure un média important pour la promotion et la diffusion de la chanson québécoise de langue française.
26. Selon une enquête réalisée en 2012 pour l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) et l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR)<sup>17</sup>, la radio est le mode d'écoute de la musique québécoise francophone le plus fréquent pour 60 % des Québécois. La radio conventionnelle est aussi la principale source incitant à l'achat de

---

<sup>13</sup> Observateur des technologies médias (OTM 2014-2015), Audio en continu – Analyse du marché de langue française, 22 avril 2015.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> CRTC, Rapport de surveillance des communications 2014.

<sup>17</sup> ADISQ et ACR par Réseau Circum, Enquête sur les habitudes de consommation de la musique québécoise francophone, 2012.

musique chez les 35 ans et plus ainsi que la deuxième source chez les 25-34 ans, après les amis.

27. Mais le type de contenu écouté à la radio diffère selon l'âge des auditeurs. *L'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois 2014*, menée aux cinq ans par le ministère de la Culture et des Communications, indique que 61 % des personnes de 15 à 24 ans écoutent surtout de la musique à la radio. Chez les 25 à 34 ans, ils sont 45 % à écouter d'abord des contenus musicaux à la radio alors que cette proportion est de 38 % chez les 35 à 44 ans.
28. Par ailleurs, le fait qu'en 2014 les Canadiens francophones passent plus de temps à écouter la radio sur un récepteur qu'à écouter des contenus audio en ligne<sup>18</sup> démontre que la radio conventionnelle réussit à conserver sa place et sa pertinence.
29. Devant le vaste choix de nouvelles sources d'écoute, la radio continue d'avoir un impact considérable sur la population et est encore la plus populaire en matière d'écoute audio. Le MCC considère donc que la contribution des stations de radio commerciale de langue française à la MVF doit inévitablement en comprendre la diffusion.

### **Quotas de diffusion de musique vocale de langue française (MVF)**

30. La place occupée par la MVF à la radio québécoise représente un enjeu culturel majeur pour le MCC du fait que la chanson est un important agent de diffusion de la langue française et un mode d'expression qui permet d'affirmer l'identité québécoise.
31. Pour rappel, en ratifiant la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO, le Canada et le Québec se sont engagés à préserver, à sauvegarder et à mettre en valeur la diversité des expressions culturelles sur leur territoire, ce qui inclut les expressions culturelles véhiculées en langue française.
32. En outre, comme reconnu dans la Convention, les expressions culturelles ont un contenu culturel. Elles ont ainsi un sens symbolique, elles expriment des valeurs et des identités culturelles propres à des groupes selon le vecteur utilisé, dans ce cas-ci la langue française.

---

<sup>18</sup> Observateur des technologies médias (OTM 2014-2015), Audio en continu – Analyse du marché de langue française, 22 avril 2015.

33. L'un des objectifs de la présente révision du cadre réglementaire relatif à la musique de langue française applicable au secteur de la radio commerciale est justement de développer, protéger et promouvoir l'identité culturelle au niveau national, provincial et régional et de créer une industrie de la radio dynamique et créative à tous ces niveaux.

Question 13 : Dans l'environnement numérique actuel où les marchés sont décloisonnés, et compte tenu de la multiplication des sources disponibles pour l'écoute de musique, les quotas réglementaires actuels de diffusion de MVF de catégorie 2 (65 % par semaine de radiodiffusion et 55% aux heures de grande écoute) demeurent-ils une mesure adéquate pour répondre aux besoins et intérêts des auditeurs, refléter leur culture et la dualité linguistique canadienne, et soutenir les artistes canadiens d'expression française? Pourquoi?

Question 16 : La diffusion d'un pourcentage minimum de pièces de MVF aux heures de grande écoute (actuellement de 55 % du lundi au vendredi de 6 h à 18 h) favorise-t-elle au maximum l'accès et la promotion de la MVF canadienne, et pourquoi? Sinon, devrait-on redéfinir la période d'écoute significative pour les pièces de MVF, et comment?

34. À l'ère des plateformes musicales mondialisées et de la multiplication de l'offre radiophonique internationale stimulée par les technologies numériques, les auditeurs jouissent d'un accès quasi illimité à des millions de pièces musicales qu'ils peuvent écouter sur l'appareil de leur choix.
35. Cependant, l'attrait de la musique de langue anglaise et la domination des contenus anglophones sur les plateformes numériques, dont la plupart sont détenues par des entreprises étrangères, entraînent manifestement un problème de marginalisation des pièces musicales de langue française canadiennes sur ces plateformes non réglementées.
36. Par ailleurs, l'industrie musicale québécoise traverse depuis quelques années une période de transformation liée à l'évolution des modes de consommation de la musique numérique et s'en trouve ainsi affectée.
37. Les ventes d'albums physiques sont en baisse constante au Québec (baisse de 30,3 % entre 2010 et 2014) et la croissance des ventes numériques ne compense pas ces pertes<sup>19</sup>.
38. Par surcroît, les enregistrements sonores québécois sont peu présents dans les ventes d'enregistrements sonores numériques. Alors qu'ils représentent 48,8 % de la vente des albums physiques au Québec, les artistes québécois

---

<sup>19</sup> ADISQ, État des lieux de l'industrie québécoise de la musique, juillet 2015.

représentent 31,1 % des ventes d'albums numériques et seulement 8,1 % des ventes de pistes numériques au Québec.

39. De toute évidence, une diminution des exigences actuelles en matière de diffusion de pièces de MVF sur les ondes des radios commerciales ne constitue pas la voie à emprunter pour en assurer une meilleure découverte, promotion et consommation. D'autant plus qu'une marginalisation de la MVF s'observe sur les nouvelles plateformes de diffusion non réglementées.
40. D'autre part, les données démontrent que le niveau actuel de quotas de MVF n'a pas de répercussions négatives sur les stations de radio commerciale de langue française. En effet, la situation de ces dernières se compare avantageusement bien à celle des stations de radio commerciale de langue anglaise.
41. Ainsi, la radio de langue française est moins affectée par la baisse de l'écoute que la radio de langue anglaise. De 2010 à 2014, la durée moyenne hebdomadaire d'écoute de la radio chez les francophones du Québec de 18 ans et plus est passée de 19 heures à 18,8 heures (-1 %) alors que celle de l'ensemble des Canadiens est passée de 18,3 heures à 17,3 heures (-5 %)<sup>20</sup>.
42. La rentabilité de la radio commerciale de langue française fait également bonne figure. Tandis que la marge de BAII de la radio francophone au Canada est restée stable entre 2010 et 2014, celle de la radio de langue anglaise a diminué de 5,5 % dans la même période<sup>21</sup>.
43. Il est également intéressant d'examiner la situation financière de la radio de langue française et de langue anglaise à Montréal. Dans le marché de la radio francophone de Montréal, la marge de BAII a augmenté de 19,5 % à 20,7 % de 2010 à 2014, alors qu'elle a diminué dans le marché anglophone et ethnique de 29,2 % à 26,4 % sur la même période<sup>22</sup>.
44. Dans le marché de Toronto, la marge de BAII des stations de radio a aussi diminué, passant de 30,3 % à 28 %<sup>23</sup>.
45. Ces comparaisons de l'état des industries de la radio commerciale de langue française et de langue anglaise au Canada permettent de constater que, globalement, les quotas de MVF imposés ne portent pas préjudice aux stations de radio de langue française et qu'ils ne sont pas responsables de la légère diminution d'écoute de la radio observée chez les francophones du Québec dans les dernières années.

---

<sup>20</sup> TVB; BBM Analytique, sondages BBM PPM moyenne 52 semaines 2010-2011 et 2013-2014, Québec franco et Canada total, 18 ans et plus.

<sup>21</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, radio commerciale 2010-2014.

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ibid.

46. Le MCC est même d'avis que la MVF diffusée à la radio commerciale de langue française contribue à renforcer sa singularité et son caractère local.
47. Dans le contexte actuel où les pièces musicales de langue anglaise sont omniprésentes sur les nombreux services d'écoute en ligne non réglementés provenant de partout dans le monde, il apparaît d'autant plus nécessaire et justifié de préserver l'espace de diffusion de MVF que constituent les ondes des stations de radio commerciale de langue française. La diminution ou l'abolition des quotas de MVF ne règlera pas cette réalité.
48. Ainsi, le Ministère souhaite que le CRTC maintienne des quotas de langue française à la radio afin d'éviter que ne soient compromis le droit à l'expression culturelle, à la diversité linguistique et, par-delà, le devoir de protection et de promotion de la diversité des expressions culturelles au Canada et au Québec.
49. Le MCC est préoccupé par les répercussions que pourraient avoir une diminution des exigences actuelles en matière de diffusion de pièces de MVF et est d'avis que de telles exigences sont plus pertinentes que jamais. Le niveau hebdomadaire de MVF actuellement exigé (65 %) est essentiel pour garantir une fenêtre importante de diffusion aux chansons de langue française et ainsi contribuer à en accroître l'offre et la vitalité.

#### **Recommandation 1**

Afin de préserver une prépondérance de MVF sur les ondes des stations de radio commerciale de langue française et ainsi garantir un espace public de diffusion à la musique de langue française, le MCC recommande au Conseil :

- **de maintenir le niveau hebdomadaire de 65 % de MVF pour toutes les stations de radio commerciale de langue française, quel que soit le format, la formule ou le marché radiophonique.**

#### **Recommandation 2**

Par ailleurs, afin de maintenir la portée et la valeur des quotas actuels de MVF et ainsi éviter que les pièces musicales de langue française soient diffusées à des périodes d'écoute relativement faibles, le MCC recommande :

- **de maintenir l'exigence selon laquelle au moins 55 % des pièces musicales diffusées aux heures de grande écoute (entre 6 h et 18 h en semaine) doivent être des pièces de MVF.**

## Montages musicaux

Question 19 : Le Conseil envisage de comptabiliser les extraits du montage individuellement pour les stations de langue française plutôt que de considérer ce dernier comme une pièce musicale unique. Quelles seraient les répercussions sur :

- la popularité et le rendement de l'industrie de la radio commerciale de langue française, et ce, particulièrement dans les marchés bilingues?
- la popularité et le rendement de l'industrie de la musique de langue française?

Question 14 : Quels devraient être les niveaux de diffusion requis de MVF de catégorie 2 dans les deux cas suivants et pourquoi?

- le Conseil décide de comptabiliser individuellement chaque extrait de pièce musicale dans un montage diffusé par une station commerciale de langue française si le montage n'est pas considéré comme une seule pièce musicale conformément aux articles 2.2(11) et 2.2(12) du Règlement;
- le Conseil décide de maintenir sa méthode de comptabilisation des extraits des montages

50. Comme l'a indiqué le Conseil dans l'Avis de consultation CRTC 2015-318, « plusieurs stations de radio commerciale de langue française diffusent des montages majoritairement constitués de longs extraits de pièces musicales de catégorie 2 de langue anglaise et non canadiennes les plus en demande par les auditeurs »<sup>24</sup>.
51. Au cours des dernières années, il a été démontré que les montages de pièces musicales de langue anglaise pouvaient être utilisés pour contourner la réglementation en matière de MVF. Le Conseil a réagi à ce problème en encadrant la diffusion de montages et en limitant leur utilisation.
52. Cependant, la nouvelle méthode de comptabilisation des montages proposée par le Conseil dans le cadre de la présente instance<sup>25</sup> s'avère définitivement une meilleure façon de s'assurer que les règles en matière de MVF sont respectées. Le fait de considérer chaque extrait d'un montage comme une pièce musicale permettrait de tenir compte de la teneur réelle des pièces musicales de langue anglaise dans l'ensemble de la programmation musicale d'une station et ainsi éviter de réduire la place de la MVF sur ses ondes. Le MCC salue cette proposition.

---

<sup>24</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318 paragraphe 45

<sup>25</sup> Comptabiliser les extraits du montage individuellement pour les stations de langue française plutôt que de considérer ce dernier comme une pièce musicale unique.

### **Recommandation 3**

Afin d'éviter que les montages musicaux soient utilisés pour contourner les quotas de MVF, le MCC recommande au Conseil :

- **d'adopter les changements proposés de façon à comptabiliser les extraits d'un montage individuellement plutôt que comme une pièce musicale unique.**

53. Le but poursuivi par l'utilisation de cette nouvelle façon de comptabiliser les montages est de s'assurer que les radiodiffuseurs respectent les objectifs de la réglementation à l'égard de la MVF. Toutefois, si le Conseil en venait à réduire, en contrepartie, le niveau de diffusion de MVF requis, le MCC estime que cela aurait pour effet d'annuler les bénéfices obtenus par l'emploi de la nouvelle méthode de comptabilisation des montages.

### **Recommandation 4**

En conséquence, le MCC recommande au Conseil :

- **de maintenir le niveau hebdomadaire de 65 % de MVF indépendamment de la méthode retenue pour comptabiliser les montages.**

## **Diffusion de pièces d'artistes émergents**

54. Le Ministère souhaite rappeler, tel qu'il l'a mentionné en 2014 lors de la révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale (Avis de consultation CRTC 2013-572), qu'une plus grande diversité musicale sur les ondes devrait être encouragée. En effet, une des critiques souvent formulées par les auditeurs est que les stations de radio n'offrent pas assez de diversité dans leurs choix musicaux. Un des moyens qui permettrait d'y parvenir serait de donner davantage de temps de diffusion à des genres musicaux et à des artistes différents, dont les artistes émergents.
55. Par ailleurs, le Ministère reconnaît que les artistes émergents, comme les artistes plus établis, ont la possibilité de se tourner vers de nouvelles plateformes pour offrir leur musique. Il n'en demeure pas moins que les stations de radio commerciale représentent toujours un canal privilégié pour la promotion des artistes musicaux. Comme on le mentionne dans l'étude intitulée *À propos des quotas relatifs à la diffusion de la musique*, préparé en février 2012 par Shelley Stein-Sacks Brock + Chaloux Group Inc. :

« Internet et les réseaux sociaux leur procurent un accès à très grande échelle, mais la nécessité de développer des auditoires repose carrément sur leurs épaules lorsqu'ils choisissent cette voie. La diffusion à la radio augmente de façon importante les chances d'un artiste de joindre un auditoire et d'avancer sa carrière <sup>26</sup>».

56. Dans ce contexte, le MCC estime qu'il y a lieu de faire en sorte que davantage de place soit consacrée à une diversité d'artistes à la radio, en particulier à la relève.
57. Contrairement au Conseil, et comme il l'a démontré dans les pages précédentes, le MCC ne croit pas que l'ajout de nouvelles règles au temps d'antenne puisse avoir des effets négatifs sur l'écoute et la rentabilité des radiodiffuseurs traditionnels.

#### **Recommandation 5**

En conséquence, le MCC recommande au Conseil :

- **de demander aux radiodiffuseurs de consacrer une proportion des quotas de MVF aux artistes de la relève, selon un pourcentage qui varie en fonction des formules musicales des stations.**

## **Conclusion**

58. Le Ministère est bien conscient de l'évolution des pratiques d'écoute de la musique causée par le développement des plateformes mobiles et Internet, ainsi que des enjeux de promotion et de visibilité de la musique vocale de langue française qui existent sur ces plateformes non réglementées. L'abolition des quotas sur les ondes des radios commerciales ne changera pas le fait qu'il existe deux systèmes, l'un réglementé et l'autre pas.
59. Le MCC partage d'ailleurs l'objectif du Conseil dans le présent processus qui est d'assurer, dans le contexte numérique actuel, une meilleure découverte, promotion, création et consommation de la MVF.

---

<sup>26</sup> Shelley Stein-Sacks Brock + Chaloux Group Inc., « À propos des quotas relatifs à la diffusion de la musique (2012) », préparé le 9 février 2012 pour le CRTC, [http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp120309c.htm?\\_ga=1.69864981.406339979.1410956017#s8](http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp120309c.htm?_ga=1.69864981.406339979.1410956017#s8)

60. Toutefois, comme il a été démontré dans ce mémoire, le MCC ne croit pas que la présence de quotas de musique vocale de langue française soit à l'origine des changements constatés dans l'écoute de la radio.
61. Le Ministère ne croit pas non plus que l'assouplissement des règles de diffusion de MVF pour les radiodiffuseurs permette de régler les problèmes de promotion et de visibilité de la MVF sur les plateformes mobiles et Internet.
62. Au contraire, le MCC croit qu'il est plus important aujourd'hui que jamais d'encourager la diffusion de la musique vocale de langue française à la radio, qui demeure la plateforme la plus écoutée par la majorité des Québécois.

« FIN DU DOCUMENT »



Québec, le 21 septembre 2015

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

Monsieur le Secrétaire général,

Conformément à la procédure décrite au paragraphe 55 de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2015-134 (*Examen des services de télécommunication de base*), le Gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations et le Secrétariat du Conseil du trésor, dépose par la présente ses réponses aux demandes de renseignements qui lui ont été adressées par le Conseil ainsi que par le Consortium des Opérateurs de Réseaux Canadiens (CORC), Rogers Communications et SSI Group of Companies.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Secrétaire général, mes salutations distinguées.

Marie-Claude Champoux

p. j.

c. c. M. John Macri, CRTC  
M. William Sandiford, CORC  
M. David Watt, Rogers Communications  
M. Dean Proctor, SSI Group of Companies

N/Réf. : 25374

**Q.**

1. Dans leurs interventions, quelques gouvernements provinciaux et territoriaux ont discuté des services qu'ils offrent en ligne. Décrire les services fournis en ligne par le gouvernement. Indiquer si le gouvernement fournit présentement ou envisage de fournir dans un proche avenir les services suivants en ligne :

a. Services de santé et de bien-être

- *Par exemple, permettre de télécharger des formulaires ou de transmettre des demandes de carte santé ou d'acte de naissance; aider les gens à trouver un médecin de famille; permettre aux patients de voir un médecin à distance; donner des renseignements sur les séances de vaccination contre la grippe et/ou offrir des services aux personnes handicapées*

b. Services de taxation et de prestations

- *Par exemple, permettre aux citoyens de payer des taxes ou des droits et/ou de demander des prestations en ligne*

c. Services d'emplois

- *Par exemple, fournir des renseignements ou des formulaires en ligne à l'intention des chercheurs d'emploi et des entreprises en vue de la planification de carrière, de l'obtention d'un emploi, et/ou de l'embauche d'employés*

d. Enseignement et formation

- *Par exemple, fournir des renseignements sur la formation professionnelle pour les adultes ou les services éducatifs pour les enfants; et/ou permettre aux étudiants de demander de l'aide financière en ligne*

e. Services à l'intention des entreprises

- *Par exemple, permettre de demander un permis d'exploitation en ligne; et/ou fournir des renseignements sur le financement d'activités de recherche et les possibilités de développement économique*

f. Renseignements sur le transport

- *Par exemple, fournir des renseignements ou des formulaires en ligne relatifs aux conditions de la route, aux permis de conduire, et/ou à l'immatriculation de véhicules.*

**g. Services juridiques et de sécurité**

- *Par exemple, fournir des renseignements en ligne sur les systèmes juridiques provinciaux ou territoriaux, les services d'urgence, et/ou les droits des consommateurs*

**h. Services des arts, de la culture, des voyages et des loisirs**

- *Par exemple, fournir des renseignements sur les institutions culturelles ou les parcs provinciaux; et/ou permettre de demander en ligne des subventions pour des activités créatives ou des permis de chasse ou de pêche*

**i. Autres services gouvernementaux non mentionnés précédemment**

- *Par exemple, fournir des renseignements sur l'agriculture, les services environnementaux, l'énergie et l'électricité et/ou les outils de développement économique ou les programmes pour les collectivités rurales.*

**R.**

Voir le tableau en Annexe.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

Titre	Thème selon la cartographie -		Descriptions	Services de			
	Ministère et organisme	Citoyens		santé	taxation & prestations	Services d'emplois	Enseignement et formation
Demande d'admission en ligne	Conservatoire de musique et d'art dramatique du Québec	Éducation et vie sociale	Pour faire une demande d'admission en musique ou en art dramatique.				x
Délivrance, renouvellement ou modification de permis	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	Éducation et vie sociale	pour l'ouverture d'un établissement privé d'éducation préscolaire ou d'enseignement primaire et secondaire.				x
Formulaire de déclaration d'effectifs scolaires	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	Éducation et vie sociale	Pour demander une aide financière à la Mesure de sensibilisation à l'entrepreneuriat : volet Entrepreneuriat étudiant		x		x
Programme d'études retenus pour le concours 2012-2013	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	Éducation et vie sociale	Pour trouver un programme d'études.				x
Recherche d'un organisme scolaire	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	Éducation et vie sociale	Pour trouver un organisme scolaire (commission scolaire, école, centre d'éducation des adultes, centre de formation professionnelle, cégep, collège et université).				x
Site d'information scolaire et professionnelle REPÈRES	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	Éducation et vie sociale	REPÈRES donne accès à de l'information sur les professions, sur les programmes de formation, sur les établissements scolaires ainsi que sur les prêts et bourses.				x
Déclaration de changement	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (Enseignement supérieur)	Éducation et vie sociale	Pour aviser l'Aide financière aux études de tout changement à sa situation, survenu au cours de l'année d'attribution et qui serait de nature à modifier le montant d'aide financière accordé.		x		x
Demande en ligne : Prêt pour les études à temps partiel	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (Enseignement supérieur)	Éducation et vie sociale	Pour faire une demande d'aide financière aux études pour les étudiants à temps partiel.		x		x
Répertoire des projets PAREA	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (Enseignement supérieur)	Éducation et vie sociale	Pour connaître le résultat d'une demande de subvention dans le cadre du Programme d'aide à la recherche sur l'enseignement et l'apprentissage.		x		x
Cours de français en ligne – Stade intermédiaire et stade avancé	Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion	Émigration et immigration	Pour apprendre le français à son rythme grâce à différentes formules de cours adaptées à tous les besoins.				x
Demande d'admission en ligne pour un cours de français à temps complet	Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion	Émigration et immigration	Pour faire une demande d'admission aux cours de français langue seconde à temps complet qui sont offerts par le ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion.				x

GQ (CRTC) 14 août 2015-1 ACT CRTC 2015-134

Demande en ligne de certificat d'acceptation du Québec (CAQ) pour études	Ministère de l'Immigration, de la Diversité et de l'Inclusion	Émigration et immigration	Pour demander le certificat d'acceptation du Québec pour études, payer les frais afférents et suivre le traitement de sa demande.	x
Portail Carrières	Centre de services partagés du Québec	Emploi et travail	Pour obtenir un stage dans la fonction publique québécoise.	x
Info-pénurie	Commission de la construction du Québec	Emploi et travail	Pour consulter l'état des bassins de main-d'œuvre par secteur d'emploi dans les différentes régions du Québec.	x
De l'aide vers l'emploi	Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale/Employi-Québec	Emploi et travail	Pour trouver les organismes spécialisés en employabilité, aussi appelés organismes d'aide à l'emploi, qui sont partenaires d'Employi-Québec.	x
IMT (information sur le marché du travail) en ligne – Répertoire d'entreprises	Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale/Employi-Québec	Emploi et travail	Pour repérer, par région ou par secteur d'activités, les entreprises où il est possible de postuler.	x
IMT en ligne (information sur le marché du travail)	Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale/Employi-Québec	Emploi et travail	Pour obtenir de l'information sur la recherche d'emploi, la recherche de main-d'œuvre pour les entreprises et la situation du marché du travail.	x
Placement en ligne – Chercheur d'emploi	Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale/Employi-Québec	Emploi et travail	Pour consulter les emplois disponibles et inscrire des candidatures.	x
Placement en ligne – Employeur	Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale/Employi-Québec	Emploi et travail	Pour recruter du personnel et publier une offre d'emploi.	x
Créer son dossier de candidat	Hydro-Québec	Emploi et travail	Pour créer son dossier de candidat afin de soumettre sa candidature à Hydro-Québec.	x
Mon compte	Les Offices jeunesse internationaux du Québec	Emploi et travail	Mon compte permet de s'inscrire à une offre de stages ou une session d'études à l'étranger, de proposer un projet de stage, de séjour d'affaires, de participation citoyenne ou de développement professionnel à l'étranger.	x
Localisateur de centres locaux d'emploi	Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale	Emploi et travail	Pour trouver un centre local d'emploi par services offerts ou par région administrative.	x
Certification des conseillers en voyages	Office de la protection du consommateur	Emploi et travail	Pour obtenir la certification des conseillers en voyages en ligne et pour effectuer le paiement des droits en ligne.	x
Débit préautorisé	Revenu Québec	Emploi et travail	Pour verser à Revenu Québec les retenues à la source, ses cotisations de l'employeur et, s'il y a lieu, la taxe compensatoire, en date du jour ou par paiement postdaté.	x

GQ (CRTC) 14 août 2015-1 ACT CRTC 2015-134

Paiement en ligne – Clic Revenu	Revenu Québec	Emploi et travail	Pour verser directement à Revenu Québec les retenues à la source, ses cotisations de l'employeur et, s'il y a lieu, la taxe compensatoire. L'employeur doit être inscrit aux services en ligne de Revenu Québec et déclarer ces montants par Internet.	x
Paiements électroniques effectués par l'intermédiaire de fournisseurs de services financiers	Revenu Québec	Emploi et travail	Pour accéder au site Internet des fournisseurs de services financiers afin de payer en ligne le montant d'impôt dû ou une pension alimentaire.	x
Services en ligne de Revenu Québec	Revenu Québec	Emploi et travail	Pour transmettre des paiements et des déclarations à Revenu Québec, par l'intermédiaire d'un fournisseur de services financiers participant, grâce à l'échange de données informatisées (EDI).	x
Créez/Accédez à votre dossier	Secrétariat du Conseil du trésor	Emploi et travail	Pour créer son dossier, ou accéder à un dossier déjà créé, en vue de poser sa candidature à un processus de qualification de la fonction publique.	x
Répertoire des formateurs agréés	Commission des partenaires du marché du travail	Entreprise	Pour trouver, par secteurs d'activité et par région, des personnes ou des organismes agréés par la Commission des partenaires du marché du travail qui offrent des services de formation.	x
Permis d'exploitation d'usine de transformation du bois	Ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs	Entreprise	Ce service en ligne permet de consulter et de payer en ligne la facture de renouvellement du permis d'exploitation des usines de transformation primaire du bois.	x
EnviroWEB – Paiement de factures	Ministère du Développement durable, de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques	Environnement	Ce service en ligne permet à un particulier ou à une entreprise, client du ministère du Développement durable, de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques, de payer la totalité ou une partie de son solde dû au Ministère.	x
Demande de remboursement de frais	Commission de la santé et de la sécurité du travail	Finances personnelles	Pour demander le remboursement de frais de médicaments, de déplacement, de repas ou de séjour, ou de réparation ou remplacement de vêtements, de prothèses ou d'orthèses.	x
Remise à l'achat de produits efficaces	Hydro-Québec	Finances personnelles	Pour demander un remboursement en ligne dans le cadre du programme Produits efficaces.	x
Demande de rente de retraite – Régime de rentes du Québec	Régie des rentes du Québec	Finances personnelles	Pour demander une rente de retraite du Régime de rentes du Québec.	x
Demande de retenue d'impôt	Régie des rentes du Québec	Finances personnelles	Pour demander une retenue d'impôt sur sa rente ou ses prestations du Régime de rentes du Québec, modifier le montant de la retenue ou faire annuler la retenue.	x

Demande de crédit d'impôt pour solidarité	Revenu Québec	Finances personnelles	Pour demander le crédit d'impôt pour solidarité	x
Crédit d'impôt pour maintien à domicile des aînés	Revenu Québec	Finances personnelles	Pour demander les versements anticipés du crédit d'impôt pour maintien à domicile des aînés.	x
Demande de versements anticipés de la prime au travail	Revenu Québec	Finances personnelles	Pour demander des versements anticipés de la prime au travail et de la prime au travail adaptée.	x
Demande de versements anticipés du crédit d'impôt pour frais de garde d'enfants	Revenu Québec	Finances personnelles	Pour demander des versements anticipés du crédit d'impôt pour frais de garde d'enfants.	x
Bon de commande	Ministère de la Santé et des Services sociaux	Santé et services sociaux	Pour commander des publications.	x
Dossier santé Québec – Formulaire d'inscription	Ministère de la Santé et des Services sociaux	Santé et services sociaux	Pour refuser de participer au Dossier santé Québec, modifier son refus ou retirer son refus.	x
Trouver une ressource	Ministère de la Santé et des Services sociaux	Santé et services sociaux	Pour trouver les coordonnées des CLSC, des cliniques médicales, des groupes de médecine de famille, des hôpitaux, des cliniques de planification des naissances et des pharmacies.	x
Audioprothésistes	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour trouver un audioprothésiste dans le cadre du Programme d'aides auditives.	x
Consentement au don d'organes et de tissus – Téléchargement du formulaire	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour télécharger un formulaire personnalisé permettant de s'inscrire au Registre des consentements au don d'organes et de tissus.	x
Contribution financière des adultes hébergés	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour estimer le montant de la contribution financière que doit payer une personne hébergée en soins de longue durée dans un établissement de santé.	x
Contribution financière des usagers pris en charge par une ressource intermédiaire	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour estimer le montant de la contribution financière que doit payer une personne hébergée par une ressource intermédiaire.	x
Distributeurs d'aides de suppléance à l'audition	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour trouver un distributeur d'aides de suppléance à l'audition dans le cadre du Programme d'aides auditives.	x
Établissements publics autorisés	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour trouver les coordonnées des établissements publics et des établissements de réadaptation en déficience physique autorisés par le ministère de la Santé et des Services sociaux à fournir des appareils suppléant à une déficience physique.	x
Établissements reconnus spécialisés dans la réadaptation pour les personnes ayant une déficience visuelle	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour trouver un établissement de réadaptation en déficience visuelle reconnu par la Régie de l'assurance maladie du Québec.	x

Laboratoires d'orthèses et de prothèses autorisés	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	prothèses autorisé par la Régie de l'assurance maladie du Québec dans le cadre du Programme de vêtements de compression pour le traitement du lymphoedème.	x
Laboratoires privés autorisés	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour trouver les coordonnées des laboratoires privés autorisés par le ministère de la Santé et des Services sociaux à fournir des appareils suppléant à une déficience physique.	x
Ocularistes	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour trouver un oculariste ayant signé un accord avec la Régie de l'assurance maladie du Québec.	x
Points de service	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour obtenir les coordonnées d'un point de service de la Régie de l'assurance maladie du Québec.	x
Services en ligne	Régie de l'assurance maladie du Québec	Santé et services sociaux	Pour avoir accès aux services en ligne offerts aux professionnels de la santé.	x
Paiement en ligne	Société de l'assurance automobile du Québec	Transports	Pour payer en ligne le renouvellement du permis de conduire, de l'immatriculation ou de la vignette de stationnement pour personne handicapée.	x
Demande de paiement de Soutien aux enfants	Régie des rentes du Québec	Vie familiale	Pour demander le paiement de Soutien aux enfants.	x
Demande de prestations de survivants	Régie des rentes du Québec	Vie familiale	Pour demander la prestation de décès, la rente de conjoint survivant ou la rente d'orphelin du Régime de rentes du Québec.	x

**Q.**

2. Se référer à la réponse fournie à la demande de renseignements \_\_\_\_(CRTC)14août15-1.

- a. Lesquels de ces services sont conçus ou prévus pour qu'on y accède principalement en ligne? Quels services sont seulement offerts en ligne?
- b. Si les citoyens ne sont pas en mesure d'accéder aux services fournis en ligne, comment peuvent-ils y accéder à l'équivalent hors ligne de ces services?
- c. Décrire les services qui exigent une grande bande passante ou un temps de réponse rapide (par exemple, accéder à des pages Web à contenu graphique important concernant les services gouvernementaux en ligne, accéder à du contenu audiovisuel connexe, participer à des vidéoconférences, télécharger ou téléverser de gros fichiers, transmettre un formulaire qui expire après 30 minutes).
- d. Décrire les caractéristiques relatives au service Internet qui pourraient influencer les citoyens pour accéder aux services en ligne du gouvernement. La réponse devrait traiter des points suivants: la vitesse de téléchargement requise pour accéder aux formulaires ou pour accéder à l'information en ligne (y compris le contenu audiovisuel); la vitesse de téléversement requise pour transmettre des renseignements en ligne (y compris des demandes et des formulaires) ou pour participer à une vidéoconférence; l'allocation mensuelle d'utilisation de données et la qualité de la connexion (par exemple, la latence).
- e. Pour être en mesure d'accéder pleinement aux services gouvernementaux en ligne, les citoyens handicapés ont besoin, par exemple, de lecteurs d'écran, du service de relais vidéo ou d'applications accessibles (applications mobiles). Décrire les caractéristiques du service Internet requises pour faire en sorte que les citoyens handicapés seront en mesure d'utiliser ces outils.

**R.**

Voir le tableau annexé à la réponse à la demande de renseignements GQ(CRTC)14 août 2015-1 ACT CRTC 2015-134.

**Q.**

1. (a) Please quantify the funding that is planned by Quebec in each of the next five years to roll out or improve broadband in rural and any other high-cost serving areas in the Province.

(b) To the extent that the funding quantified in part (a) is earmarked for specific projects, please describe the projects, their locations and the broadband download and upload speeds that will be available to consumers at the conclusion of the project.

**R.**

(a) et (b) À ce moment-ci, le gouvernement du Québec n'est pas en mesure d'apporter davantage de précisions que celles présentées dans son mémoire initial du 14 juillet 2015.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**Q.**

2. To the extent that Quebec is of the view that any possible subsidy should be used to fund a broadband basic service obligation:

- (a) Please quantify the amount of each subsidy for each of the next five years;
- (b) Provide additional details regarding which parties would qualify for each subsidy, how the parties would qualify and what process would be used to award the subsidies;
- (c) Whether Internet Revenues would be included in Canadian Telecommunications Service Revenues ("CTSRs") subject to contribution payments into the National Contribution Fund ("NCF") in order to fund either of these subsidies;
- (d) What the percentage revenue contribution charge increase caused by the introduction of each subsidy would be in each of the next five years in order to fund each subsidy using the NCF; and
- (e) Whether a mechanism other than the NCF should be used to fund the two new proposed subsidies, and if so, by whom and to what extent.

**R.**

À ce moment-ci, le gouvernement du Québec n'est pas en mesure d'apporter davantage de précisions que celles présentées dans son mémoire initial du 14 juillet 2015.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**Q.**

1. Provide details of all programs initiated by your government during the past five years that have provided, or will provide in the future, support for broadband Internet infrastructure with respect to projects to be completed in whole or in part by non-government entities. Provide the following information for each program.

(A) The type of service supported by the program. For example, retail broadband Internet service connectivity for individual households or businesses, a gateway or community access point, transport/backhaul facilities.

(B) The number of communities and estimated households that have received, or are estimated will receive, connectivity as a result of each program.

(C) The start and end year of each program.

(D) The percentage of total project costs that was, or will be, funded using government revenues.

(E) The percentage of the total funding that was designated for up-front capital costs.

(F) The requirements to be fulfilled with the funding provided. Examples of requirements include: minimum service performance (e.g., speeds, usage allowances), service pricing, deadline to complete project, or wholesale access to infrastructure.

(G) Further to the response to (F), the process used to verify compliance with the requirements and any applicable penalties.

**R.**

- (A) Le programme Communautés rurales branchées du Québec (CRB) visait à appuyer les projets qui proposent aux particuliers, aux organismes et aux entreprises en milieu rural un service Internet à haute vitesse (IHV) de qualité analogue et à coût comparable au service offert en milieu urbain afin de :

- contribuer au développement culturel, social et économique des communautés rurales du Québec;
- garder sur le territoire des citoyens, des organismes et des entreprises qui ont un besoin impératif d'IHV pour leurs activités quotidiennes;

- favoriser l'établissement en milieu rural de citoyens, d'organismes et d'entreprises.

On entend par « qualité analogue » une vitesse de téléchargement minimale de 1,5 Mbps et une capacité mensuelle de transfert qui ne doit pas être inférieure à la moyenne canadienne de consommation évaluée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) dans le Rapport de surveillance des communications de l'année précédant la demande d'aide.

- (B) Le programme CRB, doté d'une enveloppe de 24 millions de dollars, a permis la mise en place de 77 projets et de brancher 92 402 ménages ou entreprises.
- (C) Le programme CRB est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2009 et s'est terminé le 31 mars 2014.
- (D) Si le bénéficiaire était un organisme municipal, un conseil de bande, un organisme à but non lucratif (OBNL) ou une coopérative, l'aide financière accordée par projet ne pouvait excéder les deux tiers (66,67 %) des coûts admissibles jusqu'à concurrence de 1,5 M\$.

Si le bénéficiaire était une entreprise privée, l'aide financière accordée par projet ne pouvait excéder 50 % des dépenses admissibles jusqu'à concurrence de 1,2 M\$.

Le cumul d'aides provenant de ministères, d'agences ou de mandataires du gouvernement du Québec ou du gouvernement du Canada était permis jusqu'à concurrence de 90 % des coûts admissibles.

- (E) À l'intérieur du financement accordé, un maximum de 20 % des coûts d'achat et de mise en place des infrastructures était reconnu admissible pour des frais incidents, soit :
- les honoraires versés à des professionnels, du personnel technique ou des consultants retenus pour la surveillance ou la gestion de la réalisation du projet;
  - les frais d'emprunts temporaires nécessités par la réalisation du projet;
  - les taxes nettes afférentes aux frais incidents.
- (F) Le bénéficiaire devait offrir un service IHV qui soit de qualité analogue et de coût comparable au service offert en milieu urbain.

La réalisation du projet devait débiter au plus tard six (6) mois après la date de signature du protocole.

Le projet devait être complété au plus tard 24 mois après la signature du protocole.

De plus, la contribution gouvernementale était conditionnelle :

- à ce que le projet n'ait pas pour effet de réduire la contribution pouvant provenir d'un compte de report ni de financer la réalisation d'un projet qui viserait à desservir une clientèle qu'un projet d'un autre promoteur, financé par un autre programme gouvernemental, viserait également;
- à ce que le bénéficiaire de cette contribution s'engage – sous réserve des lois et règlements applicables – à demeurer propriétaire des installations admissibles pour une période d'au moins dix (10) ans suivant la date de la fin du projet, soit la date de fin des travaux des installations subventionnées;
- à ce que le bénéficiaire de cette contribution s'engage – sous réserve des lois et règlements applicables – à déposer au ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire un document attestant de la pérennité des installations et du service pour une période d'au moins dix (10) ans suivant la date de la fin du projet, soit la date de fin des travaux des installations subventionnées;
- à ce qu'au cours de cette période, lesdites installations soient exploitées, utilisées et entretenues aux fins pour lesquelles elles ont fait l'objet de la contribution gouvernementale;
- à ce qu'au cours de cette période, le bénéficiaire de la contribution gouvernementale obtienne au préalable l'autorisation du Ministre pour tout changement qui va à l'encontre de la seconde condition mentionnée précédemment.

(G) Un formulaire de réclamation accompagné des pièces justificatives, factures et preuves de paiement, devait être transmis au ministère concerné six mois après la fin des travaux accompagné d'un bilan des activités réalisées et d'un bilan des infrastructures.

Advenant la non-conformité d'un projet, le ministère pouvait se prévaloir, séparément ou cumulativement, des recours suivants :

- exiger que le bénéficiaire remédie au défaut qu'il fixait;
- réviser le niveau de l'aide financière et en aviser le bénéficiaire;
- suspendre le versement de l'aide financière;
- exiger le remboursement cumulatif total ou partiel de l'aide financière ayant fait l'objet de versements;
- résilier le protocole pour tout versement non effectué;

- résilier le protocole, tout versement ayant été effectué devenant alors exigible et remboursable immédiatement en entier;
- exiger du bénéficiaire, aux frais de ce dernier, toutes les garanties et sûretés nécessaires pour garantir le remboursement des montants prévus au présent protocole.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**Q.**

1. Dans son intervention du 14 juillet 2015, le gouvernement du Québec soutient en partie au paragraphe 15 ce qui suit:

*"Pour qu'une telle initiative [c'est-à-dire, un Plan culturel numérique] soit pleinement efficace, les prestataires de services, les fournisseurs d'infrastructures de télécommunications et le Conseil, qui est chargé de leur réglementation, doivent accorder une attention continue aux moyens de mettre, en temps utile, à la disposition des citoyens et des entreprises, peu importe l'endroit où ils se trouvent et la variété de leurs besoins, des accès Internet, fixes et surtout mobiles, à large bande. Ce faisant, les utilisateurs des services de télécommunication seront davantage incités à participer, plus rapidement et plus intensément, à l'économie numérique s'ils sont assurés de disposer de solutions de télécommunication adaptées à leurs besoins, au fur et à mesure qu'ils surgissent, lesquelles doivent être d'une utilisation flexible, notamment en termes de mobilité et de modalités d'utilisation, et tarifées de manière telle qu'elles demeurent abordables, indépendamment du fait que ces besoins soient standardisés ou davantage taillés sur mesure ou ponctuels [...]."*

- Veuillez confirmer que le gouvernement du Québec estime que les services à large bande, et fixes mobiles, sont essentiels à l'instauration d'une économie numérique.
- Le gouvernement du Québec soutiendrait-il l'établissement par le Conseil d'un mécanisme permettant d'aider et/ou de subventionner la prestation de services à large bande dans les régions éloignées où le coût des services est très élevé?
- Le gouvernement du Québec est-il d'accord que le mécanisme d'aide ou de subvention établi par le Conseil pour les services à large bande ne devrait pas exclure les aides ou subventions accordées aux services à large bande livrés au moyen des technologies mobiles?
- Le gouvernement du Québec soutiendrait-il un mécanisme établi par le Conseil visant à fournir aux consommateurs, aux gouvernements et aux entreprises des services à large bande plus abordables et de qualité dans les zones périphériques et éloignées?

**R.**

- À ce moment-ci, le gouvernement du Québec n'est pas en mesure d'apporter davantage de précisions que celles présentées dans son mémoire initial du 14 juillet 2015.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**Q.**

2. Au paragraphe 22 de son Intervention du 14 juillet 2015, le gouvernement du Québec soutient, en partie ce qui suit:

*« Compte tenu de l'importance stratégique de l'économie numérique pour la croissance économique et étant donné que la diversité et la croissance de besoins des citoyens et des entreprises en matière de service de télécommunication très performants, le gouvernement du Québec considère que le Conseil devrait effectivement actualiser ses exigences quant à l'obligation de servir et à l'objectif du service de base en télécommunication et ce, surtout en ce qui a trait au service Internet à haute vitesse qui est maintenant considéré par plusieurs comme un service essentiel au même titre que d'autres services d'utilité publique. »*

- Veuillez confirmer que le gouvernement du Québec est en faveur de la révision de l'objectif du service de base en télécommunication du Conseil de façon à inclure les services à large bande dans la définition du service de base.
- Le gouvernement du Québec considère-t-il les services à large bande comme un service essentiel?

**R.**

- À ce moment-ci, le gouvernement du Québec n'est pas en mesure d'apporter davantage de précisions que celles présentées dans son mémoire initial du 14 juillet 2015.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**Q.**

3. Veuillez vous reporter au paragraphe 7, note 5, de l'intervention de SSi du 14 juillet 2015, où Reed Hundt, ancien président de la Federal Communications Commission des États-Unis déclare ce qui suit:

*"The key principles for funding universal service should be that any funding mechanism should be public, transparent, competitively neutral, and technology neutral."*

- Le gouvernement du Québec serait-il d'accord avec la proposition voulant que tout mécanisme de financement des services à large bande soit public, transparent, neutre du point de vue de la concurrence et neutre du point de vue des technologies?

**R.**

- À ce moment-ci, le gouvernement du Québec n'est pas en mesure d'apporter davantage de précisions que celles présentées dans son mémoire initial du 14 juillet 2015.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**Q.**

4. Au paragraphe 69(d) et au paragraphe 73 de l'intervention du 14 juillet 2015 du gouvernement du Yukon, ce dernier soutient ce qui suit:

*69. "Yukon proposes the following approach for the operation of funding support for broadband basic service where a community is unserved, or underserved, at the defined standards: [...]"*

*d. Subsidy payments would be made on the basis of the number of customers served, which would allow for portability. "[...]"*

*73. "The Government of Yukon submits that the Commission should now revise the definition of basic service to include high-speed or broadband Internet access, which is arguably essential to the ability of Canadian homes and businesses to fully engage in the digital world, including not only the opportunities to participate in the global marketplace of goods and services on a competitive basis, but also to take full advantage of the education, government, and health services/applications that are, or will become available, as well as to fully exploit the potential to build and enhance their identities, communities, and culture, as is consistent with the overriding policy objective of the Telecommunications Act. "*

- De plus, dans la décision de télécom CRTC 97-8, « Concurrence locale », le Conseil a indiqué au paragraphe 173:

*"...qu'il [devrait] y avoir une démarche de contribution portable, en vertu de laquelle toutes les ESL auraient accès aux sources de subvention et une contribution serait versée à toute ESL desservant un abonné subventionné. "*

- Le gouvernement du Québec approuverait-il l'adoption d'une démarche de contribution portable à l'égard de tout mécanisme de financement établi pour subventionner ou favoriser la prestation de services à large bande?

**R.**

- À ce moment-ci, le gouvernement du Québec n'est pas en mesure d'apporter davantage de précisions que celles présentées dans son mémoire initial du 14 juillet 2015.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

**RÉVISION DU CADRE POLITIQUE RELATIF À LA PROGRAMMATION  
TÉLÉVISUELLE LOCALE ET COMMUNAUTAIRE**

**AVIS DE CONSULTATION DE RADIODIFFUSION CRTC 2015-421**

**MÉMOIRE**

**DU**

**MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS**

**AU**

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION  
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**

**5 novembre 2015**

## RÉSUMÉ

Dans le cadre de cet avis de consultation, le ministère de la Culture et des Communications (MCC) dresse d'abord un portrait de la télévision locale et communautaire au Québec. Il fait ainsi les constats suivants :

- En 2014, alors que les revenus des stations de télévision traditionnelle privées et publiques du Québec ont enregistré des revenus totaux de plus de 873 M\$, en baisse de 3,8 % par rapport à 2013, les dépenses des stations locales en production se sont établies à 111 M\$, en hausse de 7 % par rapport à 2013 et de 21 % par rapport à 2010;
- Bien que les revenus des câblodistributeurs au Québec aient continué d'augmenter de façon soutenue, en moyenne de 6,1 % depuis 2010, leurs contributions à la programmation locale ont baissé de 4,8 % en 2014, essentiellement en raison de l'élimination du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL);
- La situation financière des stations de télévision traditionnelle demeure donc précaire et la fragmentation accrue des auditoires ainsi que la concurrence de plus en plus vive des plateformes mobiles et Internet ne devraient pas modifier ce constat dans les prochaines années;
- D'autre part, même si les contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) terrestres du Québec à l'expression locale ont augmenté fortement ces dernières années pour atteindre 39 M\$ en 2014, elles bénéficient majoritairement à leurs propres canaux de télévision communautaire, les télévisions communautaires autonomes (TCA) n'ayant reçu l'an dernier des câblodistributeurs québécois qu'un peu plus de 2 M\$;
- En 2014, les revenus totaux des TCA se sont élevés à près de 8 M\$ et ils provenaient des contributions des câblodistributeurs (30 %), de la tenue de bingos (50 %), des subventions du gouvernement québécois (16 %), et de diverses autres sources (4 %), dont les cotisations de leurs membres.

À la suite de ces constats et en réponse aux questions du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), le MCC réitère certains principes importants et soumet ses recommandations sur divers enjeux :

- Concernant le financement de la télévision locale et communautaire, le MCC demande au Conseil de considérer de nouvelles sources de financement pour s'assurer que la production et la diffusion de programmes qui reflètent les réalités locales répondent aux attentes des communautés locales du Québec et du Canada, peu importe la plateforme choisie pour leur visionnement. Il propose la création d'un nouveau fonds indépendant pour un financement plus équilibré de la programmation communautaire et locale;
- En ce qui a trait à l'approche réglementaire générale du Conseil, le Ministère propose peu de changements, mais insiste sur l'importance d'assurer le respect des critères et des exigences actuelles.

## TABLE DES MATIÈRES

<b>1. INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>2. LA TÉLÉVISION LOCALE AU QUÉBEC : DES REVENUS EN BAISSSE ET DES DÉPENSES À LA HAUSSE .....</b>	<b>2</b>
2.1 Les revenus des stations de télévision traditionnelle .....	2
2.2 Les revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion .....	4
2.3 Les dépenses des stations de télévision traditionnelle en programmation locale .....	5
2.4 Exigences réglementaires des stations locales de télévision traditionnelle .....	6
<b>3. LE PORTRAIT DE LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE AU QUÉBEC : UN DÉSÉQUILIBRE RÉCURRENT .....</b>	<b>8</b>
3.1 Contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) à l'expression locale .....	8
3.2 Les télévisions communautaires autonomes en quelques chiffres .....	10
3.3 Le financement des TCA au Québec .....	11
<b>4. POUR UNE PROGRAMMATION LOCALE ET COMMUNAUTAIRE À LA HAUTEUR DES ATTENTES ET DES HABITUDES D'AUJOURD'HUI .....</b>	<b>11</b>
4.1 Un financement qui répond aux besoins de la population en programmation locale et communautaire .....	12
4.2 Un nouveau fonds pour un financement plus équilibré de la production locale et communautaire .....	17
<b>5. RÉPONSES DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS AUX QUESTIONS DU CRTC .....</b>	<b>20</b>

## 1. INTRODUCTION

1. Le 29 janvier 2015, faisant suite à l'instance publique *Parlons télé*, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a rendu quelques décisions relativement à la télévision locale<sup>1</sup>.
2. D'abord, le CRTC a affirmé que la transmission en direct des signaux de télévision continuait à jouer un rôle important, en particulier pour la programmation locale, et qu'elle constituait une option abordable pour recevoir des émissions de télévision.
3. Le Conseil a alors décidé de continuer d'exiger que les diffuseurs généralistes maintiennent leur diffusion par voie hertzienne s'ils veulent conserver certains privilèges réglementaires, dont celui de voir leur signal distribué au service de base et le privilège de demander la substitution simultanée.
4. Par ailleurs, le CRTC a décidé de ne pas abaisser les exigences réglementaires des stations de télévision en matière de programmation et de nouvelles locales.
5. Toutefois, le Conseil n'a pas souhaité répondre aux questions concernant le financement de la programmation locale et communautaire, mais a plutôt décidé de reporter cet examen dans le cadre d'une nouvelle instance qui étudiera plus globalement les questions entourant la programmation de pertinence locale, reflétant la réalité locale et la programmation d'accès communautaire.
6. C'est ainsi que le CRTC a lancé, le 14 septembre 2015, une révision du cadre politique relatif à la programmation télévisuelle locale et communautaire<sup>2</sup>.
7. Tel que mentionné dans son mémoire déposé dans le cadre de *Parlons Télé*, le MCC attache une importance particulière à la programmation locale et communautaire.
8. Cet attachement est partagé par la population canadienne et québécoise, comme l'a encore démontré un récent sondage<sup>3</sup> dans lequel 92 % des personnes interrogées disent accorder de la valeur aux nouvelles locales.
9. Selon le Ministère, l'accès des téléspectateurs québécois à une programmation locale et à de l'information de proximité, diversifiée et de qualité, est plus que jamais à protéger étant donné le niveau élevé de concentration des médias au Québec et les transformations technologiques qui affectent les capacités financières des télévisions locales et communautaires.

---

<sup>1</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-24.

<sup>2</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421.

<sup>3</sup> Sondage Nanos Research – pour ACTRA, les AMIS de la radiodiffusion canadienne et Unifor, du 28 au 3 septembre 2015, 1000 Canadiens, <http://www.nanosresearch.com/library/polls/POLNAT-S15-T613F.pdf>.

10. Ceci est particulièrement important pour les téléspectateurs qui se situent dans les petits marchés du Québec, mais aussi pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) partout au Canada.
11. Le Ministère tient également à rappeler au Conseil qu'il doit « tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les marchés de langue française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue »<sup>4</sup>.
12. Le MCC désire donc profiter de cet avis de consultation pour faire part de ses commentaires et de ses recommandations sur les enjeux liés à la programmation télévisuelle locale et communautaire dans le marché québécois et dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

## 2. LA TÉLÉVISION LOCALE AU QUÉBEC : DES REVENUS EN BAISSSE ET DES DÉPENSES À LA HAUSSE

13. Il y a 26 stations de télévision traditionnelle qui diffusent de la programmation locale au Québec en 2015<sup>5</sup>. Radio-Canada et TVA possèdent six stations locales chacune, tandis que V en possède cinq. Pour leur part, les radiodiffuseurs indépendants RNC Média et Télé Inter-Rives en possèdent respectivement cinq et quatre.

### 2.1 Les revenus des stations de télévision traditionnelle<sup>6</sup>

14. En 2014, les stations de télévision traditionnelle privées et publiques du Québec ont enregistré des revenus totaux de plus de 873 M\$, soit 53 % du total des revenus de l'industrie de la télévision du Québec.
15. Alors que ces revenus ont atteint un sommet en 2012, ils ont connu une baisse de 3,8 % en 2014 par rapport à 2013.
16. De même, les revenus publicitaires ont diminué de 2,8 % en 2014 par rapport à l'année précédente, pour atteindre 367 M\$.

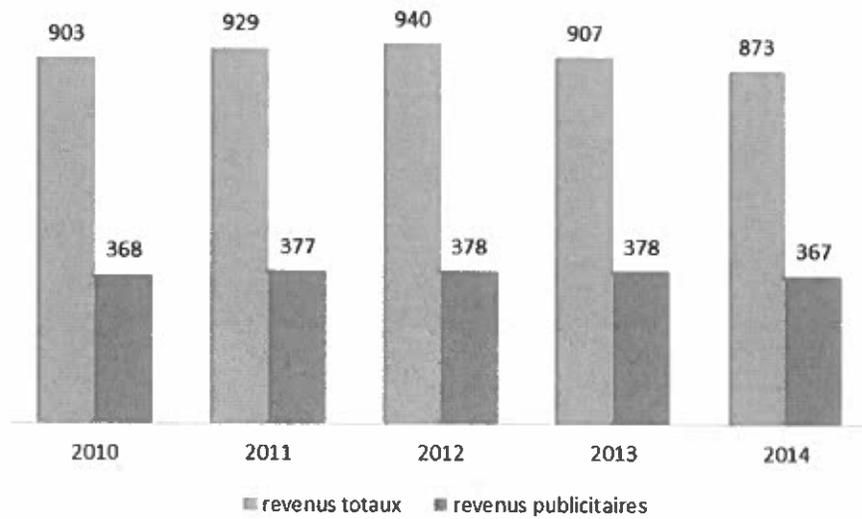
---

<sup>4</sup> Loi sur la Radiodiffusion, article 5(2)a).

<sup>5</sup> Compilation du MCC.

<sup>6</sup> CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014.

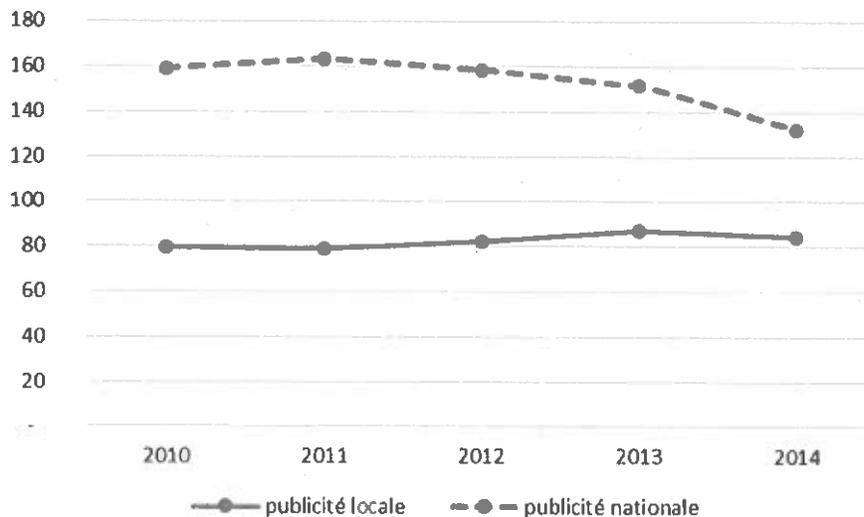
**Graphique 1 : Évolution des revenus totaux et publicitaires des télévisions traditionnelles privées et publiques (M\$), Québec**



Source : CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014

17. Si les ventes publicitaires totales des stations de télévision traditionnelle du Québec ont diminué en 2014, c'est essentiellement en raison de la diminution des ventes nationales, les ventes de publicités locales étant, quant à elles, demeurées plutôt stables.

**Graphique 2 : Évolution des ventes de publicités des diffuseurs traditionnels privés (M\$), Québec**



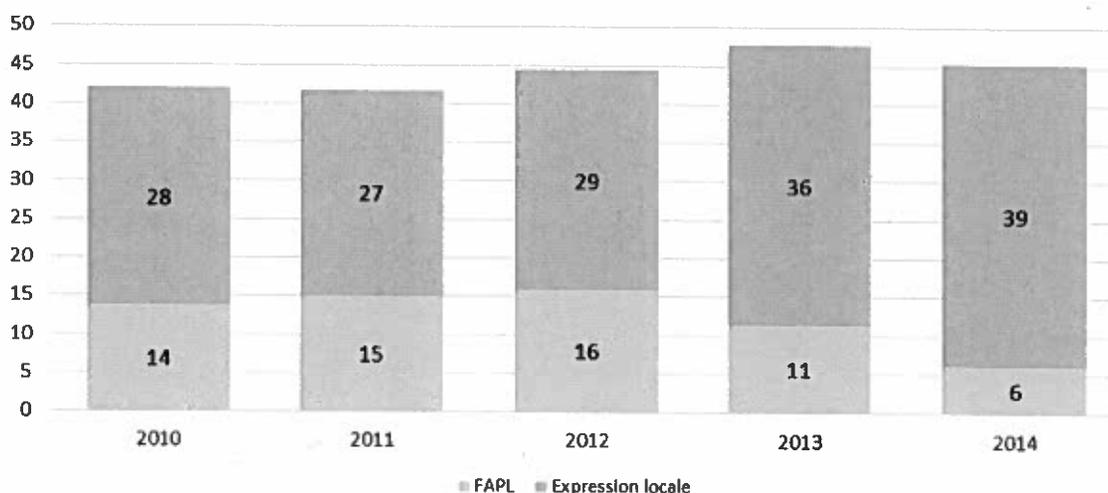
Source : CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014

18. Mais il n'y a pas que les revenus publicitaires qui ont diminué. Les contributions totales des câblodistributeurs à la programmation locale ont

elles aussi baissé en 2014 au Québec, de 4,8 %<sup>7</sup>. On observe effectivement que l'augmentation des contributions à l'expression locale pour cette année n'a pas compensé la baisse du FAPL qui est arrivé à échéance le 31 août 2014, conséquence de la décision du CRTC du 18 juillet 2012<sup>8</sup>.

19. Pour rappel, CBC/Radio-Canada était le plus grand bénéficiaire de ce Fonds, et donc le principal touché par son abolition.

**Graphique 3 : Contributions des câblodistributeurs à la programmation locale (M\$), Québec**



Source : CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014

## 2.2 Les revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion<sup>9</sup>

20. Dans le même temps, les revenus des câblodistributeurs au Québec ont continué d'augmenter de façon soutenue, avec une hausse moyenne annuelle de 6,1 % depuis 2010, tout comme les revenus d'abonnements qui ont crû de 6,7 % en moyenne annuelle<sup>10</sup>.

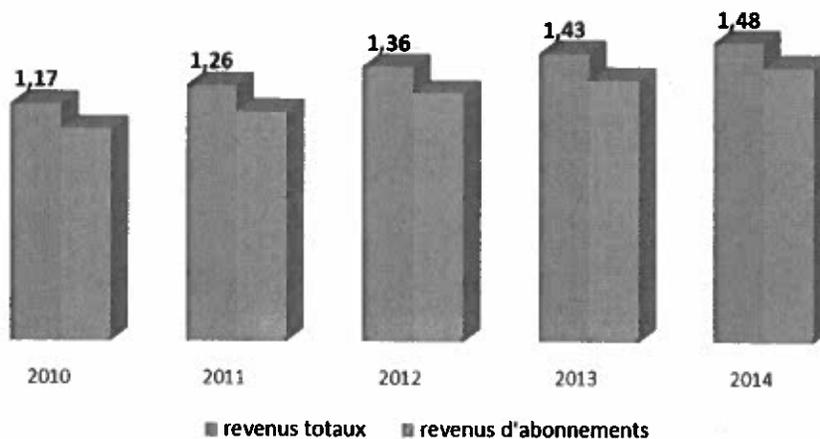
<sup>7</sup> CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014.

<sup>8</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-385.

<sup>9</sup> CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014.

<sup>10</sup> Les autres revenus sont : branchement, parrainage et location d'installation du canal communautaire, autres.

**Graphique 4 : Évolution des revenus des entreprises de câblodistribution et IPTV (G\$), Québec**

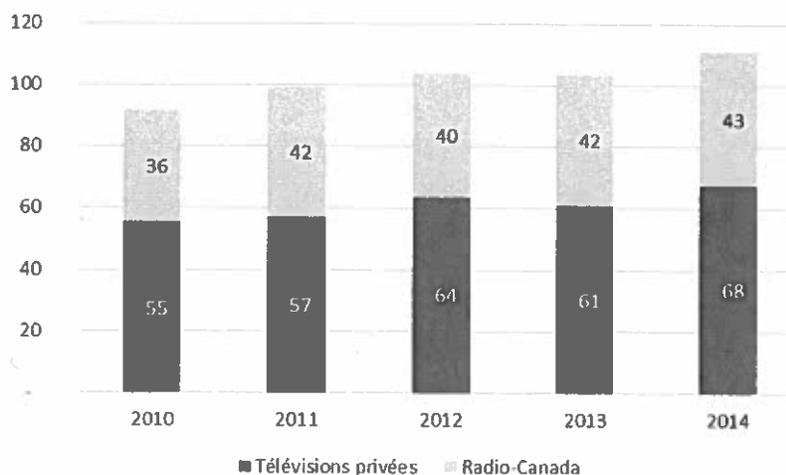


Source : CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014

### 2.3 Les dépenses des stations de télévision traditionnelle en programmation locale<sup>11</sup>

21. Les stations locales des télévisions traditionnelles ont dépensé 111 M\$ en production en 2014, en hausse de 7 % par rapport à l'année précédente, et de 21 % par rapport à 2010.
22. Cette augmentation provient principalement des télévisions privées, alors que les dépenses en production des stations locales appartenant à Radio-Canada sont demeurées stables depuis quatre ans.

**Graphique 5 : Évolution des dépenses en production des stations locales (M\$), Québec**

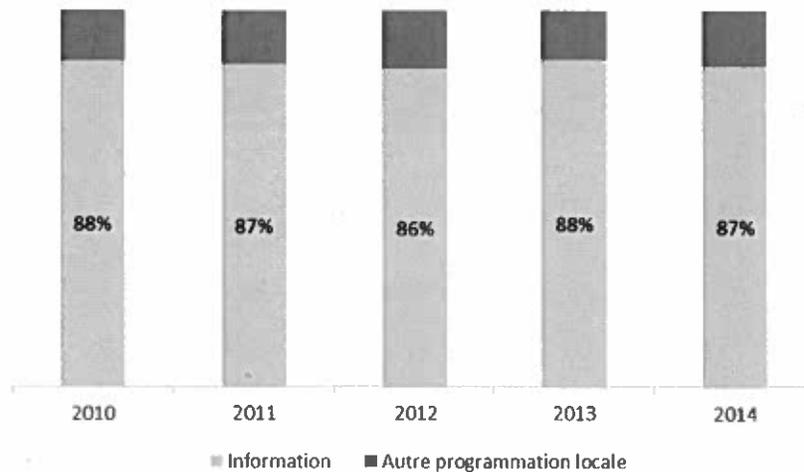


Source : CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014

<sup>11</sup> CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014.

23. Historiquement, la très grande majorité de ces dépenses a été consacrée à l'information. L'année 2014 n'y fait pas exception puisque 87 % des dépenses de production des stations locales y ont été consacrées.

**Graphique 6 : Part de l'information dans les dépenses des stations locales, Québec**



Source : CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014

#### **2.4 Exigences réglementaires des stations locales de télévision traditionnelle**

24. Dans le marché de langue française, les exigences réglementaires en matière de diffusion de programmation locale par les stations de télévision traditionnelle varient selon les stations. Elles vont de 1 h 15 par semaine de radiodiffusion pour certaines stations affiliées de RNC Média à 18 h par semaine de radiodiffusion pour la station locale de TVA à Québec<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Compilation du MCC.

**Graphique 7 : Nombre d'heures de programmation locale par semaine attendues ou exigées par le CRTC pour les stations locales de télévision traditionnelle au Québec**

Minimum d'heures de programmation locale par semaine attendues ou exigées	TVA	Radio-Canada	V	RNC Média (TVA)	RNC Média (SRC)	RNC Média (V)	Télé Inter-Rives (TVA)	Télé Inter-Rives (SRC)	Télé Inter-Rives (V)
Carleton							4h20		
Gatineau				3h10		1h15			
Montréal		5h	15h						
Québec	18h	5h	10h						
Rimouski	5h	5h							1h35
Rivière-du-loup							2h24	2h00	1h35
Rouyn-Noranda				2h30	2h30				
Saguenay	5h	5h	1h30						
Sherbrooke	5h	5h	1h30						
Trois-Rivières	5h	5h	1h30						
Val-d'Or						1h15			

Source : Compilation du MCC

25. Les exigences réglementaires en matière d'information locale sont aussi déterminées au cas par cas.
26. Même si le Conseil n'a pas jugé nécessaire d'imposer d'exigences en matière d'information pour toutes les stations de télévision traditionnelle, il s'est réservé le droit d'imposer des conditions spécifiques dans l'éventualité où les titulaires de licence ne démontraient pas, dans leur demande de renouvellement, que leurs émissions locales de nouvelles ou autres répondaient aux attentes de l'auditoire.
27. Ainsi, lors de la modification du contrôle effectif de TQS inc. et du renouvellement des licences des entreprises de programmation de télévision locales du réseau TQS (maintenant V télé)<sup>13</sup>, le CRTC a réaffirmé que la diffusion d'émissions de nouvelles de catégorie 1, particulièrement des nouvelles locales et régionales, était une condition d'exploitation essentielle pour une télévision généraliste.
28. C'est pour cela que le Conseil a imposé à V télé des conditions de licence à cet effet pour chacune de ses stations.
29. Par ailleurs, lors du dernier renouvellement des licences de CBC/Radio-Canada<sup>14</sup>, le Conseil a précisé que chaque station locale de langue française devait diffuser des nouvelles locales sept jours sur sept, sauf les jours fériés. Le Conseil s'est toutefois abstenu d'indiquer la durée souhaitée de ces émissions de nouvelles locales.

<sup>13</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2008-129.

<sup>14</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2013-263.

**Graphique 8 : Nombre d'heures de nouvelles locales par semaine attendues ou exigées par le CRTC pour les stations locales de télévision traditionnelle au Québec**

Minimum d'heures d'information locale par semaine attendues ou exigées	TVA	Radio-Canada	V	RNC Média (TVA)	RNC Média (SRC)	RNC Média (V)	Télé Inter-Rives (TVA)	Télé Inter-Rives (SRC)	Télé Inter-Rives (V)
Carleton									
Gatineau									
Montréal			2h30						
Québec	5h30		2h30						
Rimouski									
Rivière-du-loup									
Rouyn-Noranda									
Saguenay			1h30						
Sherbrooke			1h30						
Trois-Rivières			1h30						
Val-d'Or									

Source : Compilation du MCC

### 3. LE PORTRAIT DE LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE AU QUÉBEC : UN DÉSÉQUILIBRE RÉCURRENT

30. Au Québec, deux structures différentes de stations de télévision communautaire coexistent.
31. D'une part, on retrouve les télévisions communautaires administrées par les entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres (câblodistributeurs et services IPTV) qui produisent et mettent en ondes des émissions sur le canal communautaire de leur territoire.
32. D'autre part, on compte près d'une cinquantaine de télévisions communautaires autonomes dirigées par des citoyens et divers intervenants représentatifs du milieu, dont certaines sont soutenues par le MCC.

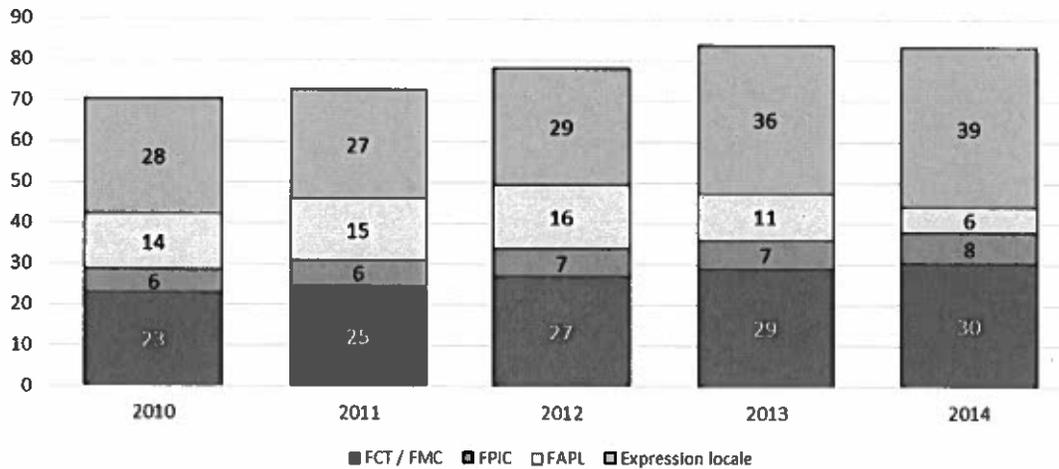
#### 3.1 Contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion à l'expression locale<sup>15</sup>

33. En vertu du Règlement sur la distribution de radiodiffusion<sup>16</sup>, les EDR autorisées doivent consacrer 5 % de leurs revenus bruts de radiodiffusion à la programmation canadienne. La contribution des EDR terrestres peut inclure une contribution à l'expression locale, alors que les EDR par satellite de radiodiffusion directe versent une contribution au Fonds pour la programmation locale dans les petits marchés (FPLPM).
34. En 2013-2014, les entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres du Québec ont consacré 83 M\$ à la production d'émissions canadiennes. De ce total, 39 M\$, soit 47 %, a été consacré aux canaux communautaires par câble et d'autres sources d'expression locale.

<sup>15</sup> CRTC – Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014.

<sup>16</sup> <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-97-555/>.

**Graphique 9 : Évolution des contributions des câblodistributeurs à la programmation canadienne (M\$), Québec**

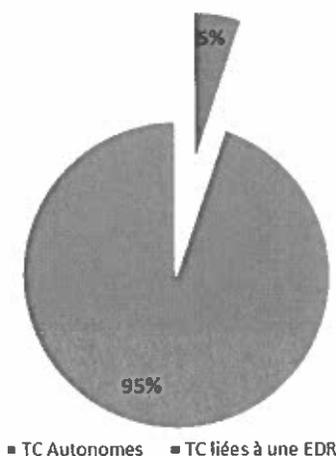


Source : CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014

35. Même si les contributions des EDR à l'expression locale ont augmenté fortement ces dernières années, elles bénéficient majoritairement à leurs propres canaux de télévision communautaire.
36. En effet, les télévisions communautaires autonomes n'ont reçu l'an dernier des câblodistributeurs québécois qu'un peu plus de 2 M\$<sup>17</sup>.
37. Ce montant ne représente donc qu'une très faible partie des sommes dédiées aux canaux communautaires par les EDR. Ainsi, depuis plusieurs années, ce n'est qu'entre 5 % et 7 % du total versé à l'expression locale par les EDR au Québec qui va aux TCA.

<sup>17</sup> Données fournies par la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec.

**Graphique 10 : Répartition des contributions des EDR à la télévision communautaire, Québec, 2014**



Sources : CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014; Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec

38. À noter qu'au Québec, 92 % de ces contributions aux TCA proviennent d'une seule EDR.

### **3.2 Les télévisions communautaires autonomes en quelques chiffres<sup>18</sup>**

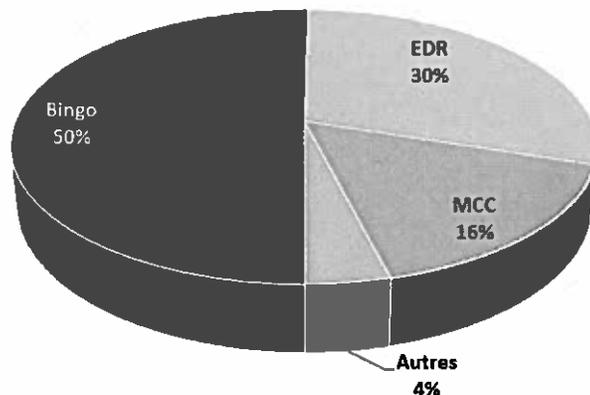
39. Il y a en 2015 près d'une cinquantaine de télévisions communautaires autonomes implantées dans toutes les régions du Québec. Parmi celles-ci, 39 sont membres de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec.
40. En 2014, les TCA membres de la Fédération employaient 112 personnes à temps plein, 30 à temps partiel et plus de 930 bénévoles au Québec. Les bénévoles fournissaient un total de 84 848 heures de bénévolat annuellement.
41. Les TCA produisaient en moyenne six heures de programmation originale par semaine, soit près de 236 heures originales chaque année. Sur ces six heures originales, près du tiers (1,8 heure) a été consacré à l'information locale en moyenne.
42. Près de 90 % des TCA membres de la Fédération possédaient de l'équipement haute définition (HD), et 33 d'entre elles étaient en mesure de produire, en tout ou en partie, leurs émissions en HD. Toutefois, seules six d'entre elles diffusaient 100 % de leur programmation en HD sur le canal communautaire de leur câblodistributeur.
43. La très grande majorité des TCA (92 %) diffusaient une partie ou toute leur programmation en ligne.

<sup>18</sup> Données fournies par la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec.

### 3.3 Le financement des TCA au Québec

44. En 2014, les revenus totaux des TCA se sont élevés à près de 8 M\$<sup>19</sup>.

Graphique 11 : Sources de revenus des TCA au Québec



Source : Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec

45. Ils provenaient des contributions des câblodistributeurs (30 %), de la tenue de bingos (50 %), des subventions du gouvernement québécois (16 %), et de diverses autres sources (4 %), dont les cotisations de leurs membres.
46. Les 36 stations de télévision communautaire autonome soutenues par le MCC ont reçu quant à elles, en 2015, plus de 1,24 M\$ en aide au fonctionnement, et 0,17 M\$ en aide aux immobilisations<sup>20</sup>.
47. Le Gouvernement du Québec appuie également les médias communautaires par l'entremise de la publicité gouvernementale. Un énoncé de politique adopté par le gouvernement québécois en 1995 incite les ministères et organismes à consacrer 4 % de leurs dépenses annuelles en placement publicitaire dans des médias communautaires. Les montants alloués à la publicité gouvernementale dans les télévisions communautaires autonomes s'élèvent à 397 064 \$ en 2013-2014, ce qui représente 61 % du montant total investi en publicité gouvernementale dans les médias communautaires.
4. POUR UNE PROGRAMMATION LOCALE ET COMMUNAUTAIRE À LA HAUTEUR DES ATTENTES ET DES HABITUDES D'AUJOURD'HUI
48. Avant de répondre aux questions du Conseil, le MCC souhaite réitérer sa grande préoccupation concernant les enjeux auxquels fait face la

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Données internes.

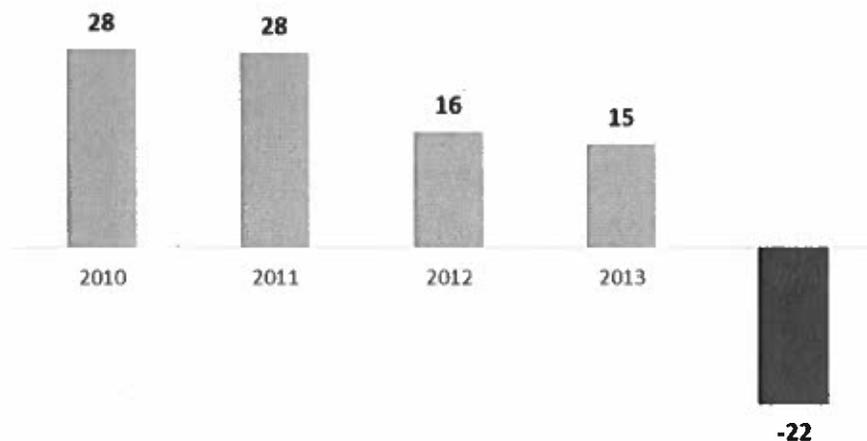
programmation locale et communautaire au Québec, notamment en matière de financement.

49. Le Ministère regrette que le Conseil ait évacué de cette instance la question du niveau de financement de la programmation locale et communautaire, un enjeu pourtant fondamental pour l'avenir de tout un secteur de la radiodiffusion canadienne.
50. Même si le Conseil a affirmé qu'il existait suffisamment de financement au sein du système pour assurer la création d'une programmation de pertinence locale et reflétant la réalité locale<sup>21</sup>, le MCC désire lui faire part de certaines recommandations pour assurer un financement adéquat de ces programmes.

#### 4.1 Un financement qui répond aux besoins de la population en programmation locale et communautaire

51. Si la décision en 2012 d'abolir progressivement le FAPL<sup>22</sup> a été justifiée notamment par le fait que la situation financière des stations admissibles s'était améliorée, on constate aujourd'hui, comme le démontrent les données publiées par le CRTC, que la situation financière des stations de télévision traditionnelle demeure précaire et s'est même fortement dégradée en 2014<sup>23</sup> au Québec.

**Graphique 12 : Évolution du Bénéfice avant impôts et intérêts (B.A.I.I.) des stations de télévision conventionnelle (M\$), Québec**



Source : CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014

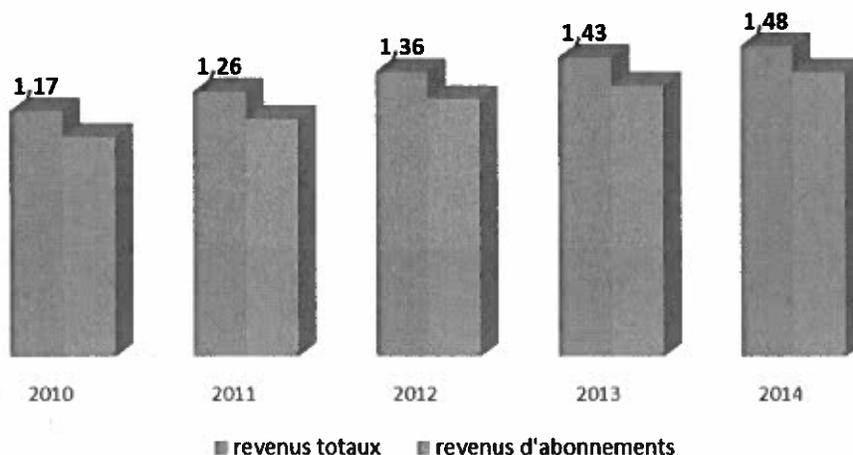
<sup>21</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-24.

<sup>22</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-385.

<sup>23</sup> CRTC - Télévision traditionnelle - relevés statistiques et financiers 2010-2014.

52. La fragmentation accrue des auditoires et la concurrence de plus en plus vive des plateformes mobiles et Internet ne devraient pas modifier ce constat dans les prochaines années.
53. Pourtant le Conseil reconnaît que la programmation locale, plus particulièrement les nouvelles et l'information, coûte cher à produire et que les sommes investies pour une telle programmation par les radiodiffuseurs sont élevées<sup>24</sup>.
54. Il reconnaît également que la croissance du financement disponible pour la programmation de pertinence locale, de reflet locale et de programmation d'accès communautaire est limitée<sup>25</sup>.
55. Le Ministère constate, lui, que cette croissance n'est pas seulement limitée, mais qu'elle s'est transformée en décroissance<sup>26</sup>, alors que les besoins et les dépenses en programmation locale et d'accès communautaire sont en constante progression<sup>27</sup>.
56. Par ailleurs, alors que le Conseil estime que « la croissance des revenus des EDR a été modérée et celle des abonnements a stagné »<sup>28</sup>, le MCC constate que les revenus des câblodistributeurs au Québec ont jusqu'à présent plutôt continué d'augmenter de façon soutenue, avec une hausse moyenne annuelle de 6,1 % depuis 2010, alors que les revenus d'abonnement ont enregistré une augmentation encore plus forte de 6,7 % en moyenne annuelle depuis 2010.

**Graphique 13 : Évolution des revenus des entreprises de câblodistribution et IPTV (G\$), Québec**



Source : CRTC - Distribution de radiodiffusion - relevés statistiques et financiers 2010-2014

<sup>24</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-24, paragraphe 25.

<sup>25</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, paragraphe 22.

<sup>26</sup> cf. paragraphes 14 à 19 du présent mémoire.

<sup>27</sup> cf. paragraphes 21 à 23 et 33 à 35 du présent mémoire.

<sup>28</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, paragraphe 22.

57. C'est ce qui amène le Ministère à conclure que si le Conseil entend atteindre les objectifs qu'il s'est fixés dans son avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421 (paragraphe 24)<sup>29</sup>, il doit impérativement considérer de nouvelles sources de financement pour s'assurer que la production et la diffusion de programmes qui reflètent les réalités locales, répondent aux attentes des communautés locales du Québec et du Canada, quelle que soit la plateforme choisie pour leur visionnement.

**Recommandation 1 :**

- Considérant que les besoins en programmation de pertinence locale et d'accès sont grandissants et coûtent de plus en plus chers à produire et à diffuser sur toutes les plateformes conventionnelles, mobiles et Internet;
- Considérant que les revenus des télédiffuseurs locaux du Québec sont en décroissance;
- Considérant que la programmation d'accès produite par les télévisions communautaires autonomes du Québec récolte une très faible part des contributions des EDR à l'expression locale;
- Considérant que les contributions des EDR du Québec à la programmation locale sont en décroissance suite à l'abolition du FAPL;
- Considérant que les EDR du Québec sont toujours en bonne santé financière;

**Le Ministère recommande au Conseil de majorer la contribution des EDR à la programmation locale et communautaire.**

58. Tout comme il l'a fait dans le cadre de *Parlons télé*<sup>30</sup>, le MCC réitère que l'écart entre les revenus tirés des services de radiodiffusion et ceux découlant des activités de télécommunication s'accroît.
59. Or, les contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes sont calculées en fonction des seuls revenus découlant des activités de radiodiffusion.
60. Comme un grand nombre d'EDR et de services de programmation qui détiennent une licence offrent aussi leur programmation en ligne ou sur d'autres plateformes exemptées, le Ministère croit que le CRTC doit tenir compte des changements dans la façon dont la programmation canadienne est diffusée et regardée. Il lui recommande donc d'inclure progressivement

<sup>29</sup> 1- accès des Canadiens à une programmation communautaire produite localement et reflétant la réalité locale dans un environnement multiplateforme; 2- accès au système de radiodiffusion pour les producteurs indépendants professionnels et non professionnels, et les membres de la communauté; 3- production et présentation d'émissions de nouvelles et d'information de pertinence locale au sein du système canadien de radiodiffusion.

<sup>30</sup> Mémoire du ministère de la Culture et des Communications du Québec du 25 juin 2014 - CRTC 2014-190 – paragraphe 174 et 175.

les revenus découlant des services hors programmation dans les revenus servant au calcul des contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes.

**Recommandation 2 :**

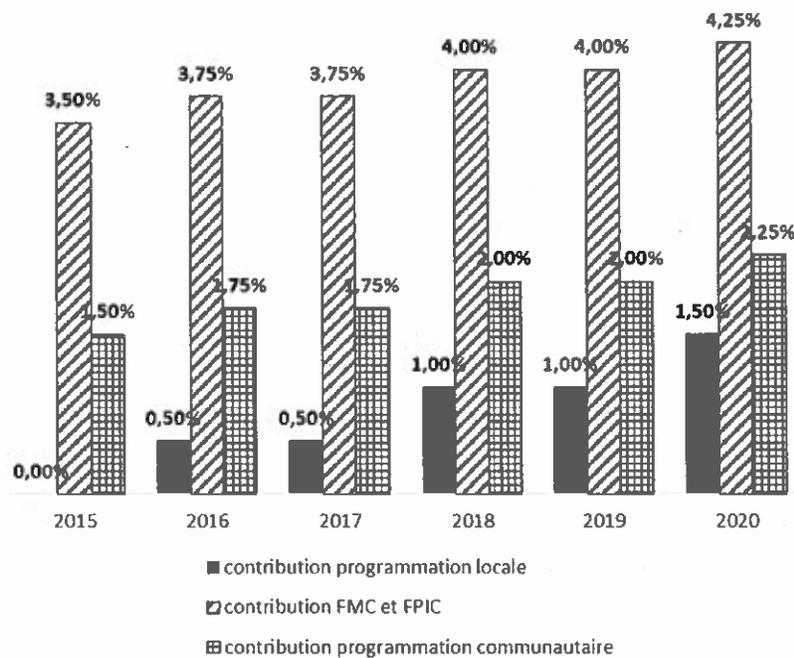
**Le Ministère recommande au Conseil d'inclure progressivement les revenus découlant des services de télécommunication dans les revenus servant au calcul des contributions financières des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes.**

61. Si le Conseil est dans l'impossibilité d'inclure pour le moment les revenus des services de télécommunication dans le calcul des contributions des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes, le Ministère lui recommande d'augmenter progressivement le pourcentage des revenus bruts des EDR découlant de leurs activités de radiodiffusion alloué à la programmation canadienne.
62. Cette augmentation devrait profiter à la fois à la programmation canadienne et à la programmation locale et communautaire.

**Recommandation 3 :**

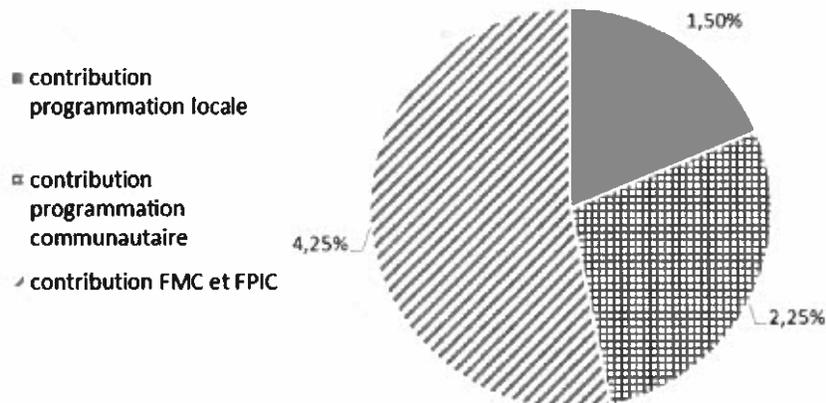
**Si le Conseil est dans l'impossibilité d'inclure pour le moment les revenus des services de télécommunication dans le calcul des contributions des EDR à la création et à la production d'émissions canadiennes, le Ministère recommande au Conseil d'augmenter le pourcentage des revenus bruts des EDR découlant de leurs activités de radiodiffusion alloué à la programmation canadienne : d'un (1) point de pourcentage aux deux (2) ans, dont la moitié serait consacrée à la programmation locale et le quart à la programmation communautaire, le reste allant au Fonds des médias du Canada (FMC) et aux fonds de production indépendants certifiés (FPIC).**

**Graphique 14 : Contributions des EDR à la programmation canadienne, locale et communautaire proposée par le MCC**



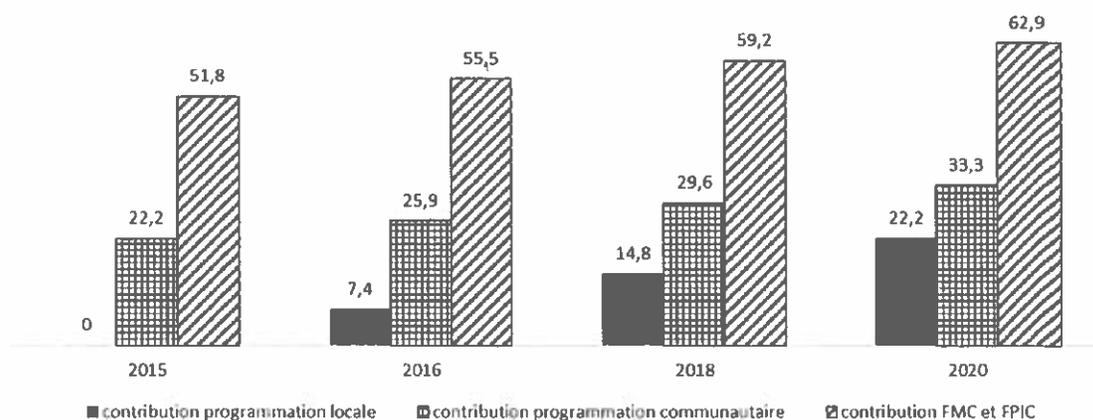
63. Cette majoration permettrait de faire passer la contribution des EDR à la programmation locale de 0 % à 1,5 %, et la contribution à la programmation communautaire de 1,5 % à 2,25 % dans cinq ans.

**Graphique 15 : Répartition des contributions des EDR à la programmation canadienne, locale et communautaire proposée par le MCC en 2020**



64. Dans l'hypothèse où les revenus de radiodiffusion des EDR terrestres du Québec demeuraient au même niveau qu'en 2014, à 1,48 G\$, les montants alloués à la programmation locale augmenteraient de 7,4 M\$ tous les deux ans au Québec, et celle consacrée à la programmation communautaire de 3,7 M\$ tous les deux ans.

**Graphique 16 : Montants estimés des contributions des EDR à la programmation canadienne, locale et communautaire (M\$) selon la recommandation 3 du MCC dans l'hypothèse où les revenus des EDR demeurent au niveau de 2014, Québec**



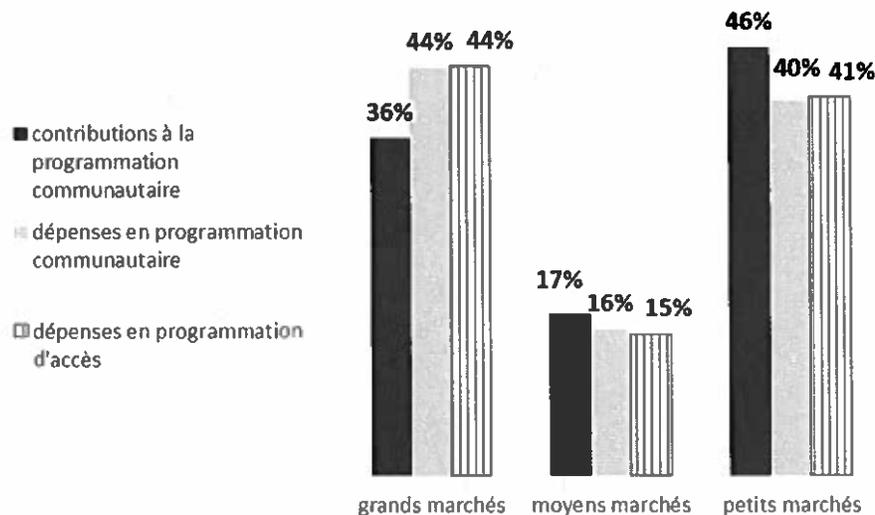
#### 4.2 Un nouveau fonds pour un financement plus équilibré de la production locale et communautaire

65. Le Ministère est en accord avec le Conseil lorsque ce dernier estime que le système canadien de télévision doit encourager la création d'émissions canadiennes attrayantes et diverses produites par les communautés locales pour les refléter, peu importe que ces émissions soient produites par le secteur commercial, public ou communautaire. Cette programmation devrait notamment comprendre des nouvelles, de l'analyse et des interprétations de façon à s'assurer de la présence du reflet local de l'actualité dans le système de radiodiffusion<sup>31</sup>.
66. Conscient que les coûts de production de ces programmes sont élevés, et que la multiplication des plateformes de diffusion requiert de nouvelles ressources, le MCC estime que 100 % des contributions des EDR à la production locale et communautaire devrait être consacré à la programmation.
67. Aussi, le MCC croit que le système actuel d'allocation des contributions à l'expression locale donne un trop grand pouvoir aux EDR terrestres dans le choix des programmes et des canaux communautaires à financer.

<sup>31</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-24, paragraphe 24.

68. Comme démontré dans ce mémoire<sup>32</sup>, les télévisions communautaires administrées par des EDR reçoivent 95 % des contributions à l'expression locale.
69. Aussi, les données sur la programmation communautaire fournies par le Conseil<sup>33</sup> démontrent que les grands marchés<sup>34</sup> sont avantagés au niveau du financement de la programmation communautaire.
70. En effet, en 2013-2014, la contribution des grands marchés à la programmation communautaire représentait 36 % du total canadien, alors que leurs dépenses en programmation d'accès représentaient 44 % du total.

**Graphique 17 : Répartition des contributions et des dépenses en programmation communautaire et d'accès selon la taille des marchés, Canada**



Source : CRTC, Données sur la programmation communautaire – Audience publique du 25 Janvier 2016, 14 septembre 2015

71. Le MCC estime donc qu'un rééquilibrage dans le financement de la programmation communautaire s'impose entre les petits et les grands marchés, et entre les télévisions communautaires des EDR et les TCA.
72. Enfin, le Ministère constate que la définition de ce qu'est la programmation locale et communautaire peut être interprétée différemment selon certaines EDR et télévisions locales.
73. Compte tenu de l'importance d'assurer une programmation locale et d'accès communautaire de qualité sur toutes les plateformes, conventionnelles, mobiles et Internet, le Ministère croit que le Conseil devrait encourager la

<sup>32</sup> Voir paragraphe 37.

<sup>33</sup> CRTC, Données sur la programmation communautaire – Audience publique du 25 Janvier 2016, 14 septembre 2015, [http://www.crtc.gc.ca/Broadcas/fra/HEARINGS/2015/2015\\_421b.htm?\\_ga=1.173468643.1304922461.1444309249](http://www.crtc.gc.ca/Broadcas/fra/HEARINGS/2015/2015_421b.htm?_ga=1.173468643.1304922461.1444309249).

<sup>34</sup> Marchés avec une population de plus de 1 million de personnes.

production de tels programmes en confiant la gestion des contributions des EDR à la programmation locale et à la programmation communautaire à un nouveau fonds indépendant, qui gèrerait aussi les contributions des entreprises de distribution non terrestres (SRD) actuellement versées au FPLPM.

**Recommandation 4 :**

- Considérant que la quantité et la qualité de la programmation locale et communautaire doivent être équivalentes, quels que soient les marchés desservis;
- Considérant que le financement de la programmation locale et communautaire doit être équitable entre les télévisions communautaires des EDR et les TCA;
- Considérant que le financement de la programmation locale et communautaire doit être accessible, quelle que soit la plateforme de diffusion;

**Le Ministère recommande au Conseil de confier la gestion des contributions des EDR à la programmation locale et à la programmation communautaire à un nouveau fonds indépendant, qui gèrerait aussi les contributions des entreprises de distribution non terrestres (SRD) destinées aux petits marchés.**

74. Le nouveau fonds pour la programmation locale et la programmation communautaire (FPLPC) serait accessible à tous les producteurs indépendants des marchés locaux et aux producteurs sans but lucratif de programmation communautaire.
75. La totalité des fonds serait allouée à des productions destinées à des chaînes de télévision locales, des canaux communautaires appartenant à des EDR terrestres et aux TCA.
76. L'allocation des financements devrait respecter des enveloppes réservées à :
  - i. la programmation locale;
  - ii. la programmation communautaire;
  - iii. la programmation d'accès;
  - iv. la programmation pour plateformes mobiles et Internet.
77. Les principes directeurs du nouveau FPLPC ainsi que les modalités de son fonctionnement devraient faire l'objet d'un avis de consultation de radiodiffusion du CRTC.
78. Les réponses détaillées du Ministère aux questions du Conseil se trouvent ci-après.

## 5. RÉPONSES DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS AUX QUESTIONS DU CRTC

### **Q1. Quelle devrait être la définition de « programmation locale »? Quelle devrait être la définition de « nouvelles locales »?**

#### Programmation locale

79. Le Ministère est en accord avec la définition de la « programmation locale » décrite par le CRTC au paragraphe 10 de son avis de consultation :

« À l'heure actuelle, le Conseil définit la « programmation locale » sur les stations commerciales de télévision traditionnelle comme une programmation produite par ces stations qui ont un personnel local ou une programmation créée par des producteurs indépendants locaux qui reflète les besoins et les intérêts propres à la population d'un marché »<sup>35</sup>.

80. Le MCC tient à préciser que, selon lui, les productions destinées avant tout au réseau ne peuvent pas être considérées comme de la programmation locale telle qu'elle est définie ci-dessus. Il invite donc le CRTC à veiller à ce que les téléspectateurs des différents marchés puissent bénéficier d'une programmation locale qui reflète réellement leurs besoins et leurs intérêts propres, et non pas seulement de productions réseau qui ont été « délocalisées » en région.

#### Nouvelles locales

81. Selon le MCC, les nouvelles locales, tout comme la programmation locale, doivent nécessairement être produites ou créées par du personnel ou des producteurs locaux qui proviennent du marché desservi par la station. Les nouvelles locales doivent également porter sur des sujets reflétant la vie politique, sociale, culturelle, sportive et économique de la collectivité desservie par la station. Les productions réseau ne doivent pas non plus être comprises comme des nouvelles locales.

82. Afin d'élaborer une définition de « nouvelles locales » qui tienne compte des éléments ci-dessus, le CRTC pourrait se baser sur sa définition actuelle<sup>36</sup> des nouvelles de catégorie 1 en y ajoutant une sous-catégorie « nouvelles locales de catégorie 1 ». Le MCC propose la définition suivante :

*Nouvelles locales de catégorie 1 : Bulletins de nouvelles, manchettes, grands titres. Émissions produites ou créées par du personnel ou des producteurs locaux qui reflètent la vie politique, sociale, culturelle, sportive et économique de la collectivité desservie par la station. De telles émissions peuvent inclure des bulletins météorologiques et de sport, des nouvelles communautaires ainsi que d'autres éléments ou segments connexes contenus dans les « Émissions de nouvelles ».*

<sup>35</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, paragraphe 10.

<sup>36</sup> La définition de nouvelles de catégorie 1 est disponible à l'adresse suivante : <http://www.crtc.gc.ca/canrec/fral/tvcat.htm>.

83. Comme pour la programmation locale, il est important que le CRTC s'assure du respect des critères qui définissent les nouvelles locales.

**Q2. L'approche réglementaire devrait-elle se concentrer sur la programmation de nouvelles locales ou inclure d'autres types de programmation locale?**

84. Le Ministère est d'avis que l'approche réglementaire du CRTC devrait inclure la programmation de nouvelles locales ainsi que d'autres types de programmation locale.
85. Pour le Ministère, il est essentiel qu'une station de télévision reflète, dans les émissions de nouvelles, mais aussi dans les autres genres, les enjeux et les intérêts qui ont cours dans les territoires pour lesquels le CRTC lui a précisément accordé une licence de radiodiffusion.
86. Comme il l'a déjà mentionné, étant donné le niveau élevé de concentration des médias au Québec et les transformations technologiques qui affectent les capacités financières des télévisions locales et communautaires, le MCC estime que l'accès des téléspectateurs à une programmation locale et à de l'information de proximité, diversifiée et de qualité, est, plus que jamais, à protéger, en particulier pour les téléspectateurs des petits marchés et des communautés de langue officielle en situation minoritaire.
87. Certes, le Ministère attache une importance particulière à l'information locale puisqu'elle contribue à la vie démocratique des collectivités et est une composante essentielle du développement des communautés régionales. Le territoire du Québec est vaste et les réalités régionales sont différentes d'un endroit à l'autre. Une trop grande concentration de l'information produite à partir des grands centres peut avoir pour effet de priver les citoyens des régions d'une information qui leur est propre.
88. Le MCC note toutefois que, en raison de leur coût élevé, les émissions de nouvelles sont produites en grande majorité à l'interne par les stations de télévision. Or, il importe de rappeler que le Gouvernement du Québec, de même que le gouvernement fédéral, soutiennent la production indépendante par des mesures fiscales. Cette volonté de soutenir la production indépendante ne se manifeste pas uniquement pour les grands centres, mais aussi pour les régions.
89. De plus, le MCC estime que les citoyens des régions doivent eux aussi pouvoir se reconnaître à l'écran dans divers types de programmation et non pas seulement dans des émissions de nouvelles.
90. C'est pourquoi le Ministère est d'avis que l'approche réglementaire du CRTC devrait inclure la programmation de nouvelles locales, mais également d'autres types de programmation locale.

**Q3. Quel rôle devrait jouer l'élément communautaire dans la fourniture de programmation locale?**

91. Selon le Ministère, l'élément communautaire a un rôle primordial à jouer dans la fourniture de programmation locale.
92. Au Québec, les télévisions communautaires autonomes sont bien ancrées dans leur communauté et elles jouent un rôle important dans celles-ci. En plus d'être des sources d'information locale, elles présentent des émissions d'intérêt public qui abordent des sujets tels que le développement socio-économique, le fonctionnement des institutions et le déroulement des activités sociales et culturelles de leur communauté.
93. Dans le contexte québécois caractérisé par un niveau élevé de concentration des médias, les TCA constituent aussi en partie une réponse au maintien d'une certaine diversité des voix.
94. De plus, dans certaines régions, les télévisions communautaires peuvent être les seules à offrir de l'information locale en raison de l'absence de station locale de télévision traditionnelle.
95. Les télévisions communautaires ont malgré tout un rôle différent de ces dernières. Comme le mentionne le CRTC dans son avis de consultation, « les canaux communautaires existent pour éliminer les obstacles à la participation des citoyens canadiens dans le système de radiodiffusion »<sup>37</sup>. En effet, en 2010, dans sa décision sur la politique relative à la télévision communautaire, le CRTC réitérait son point de vue exprimé dans l'avis public 1991-59, à savoir que « le facteur qui distingue le plus le contenu des émissions communautaires de celui des services de télévision conventionnelle est la possibilité de transformer le téléspectateur passif en un participant actif »<sup>38</sup>.
96. Les télévisions communautaires offrent effectivement la possibilité à des personnes intéressées à faire carrière dans les médias électroniques d'acquérir une première expérience de travail qui ne leur serait peut-être pas offerte ailleurs. Elles jouent donc un rôle incontournable en matière de formation. Elles permettent aussi à de nombreux bénévoles de s'impliquer au sein de leur télévision communautaire. À titre d'exemple, les TCA faisant partie de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec peuvent compter sur 932 bénévoles qui réalisent près de 85 000 heures de bénévolat par année<sup>39</sup>.
97. En somme, les télévisions communautaires assument un mandat qui diffère et qui est complémentaire de celui des stations locales de télévision traditionnelle. Ces dernières ont généralement davantage de ressources et sont en mesure d'offrir des informations locales et régionales professionnelles. Elles couvrent également un territoire plus vaste que les télévisions communautaires. Les télévisions communautaires ne peuvent donc pas se substituer aux stations locales de télévision traditionnelle et l'inverse est aussi vrai. Chacune joue un rôle essentiel qui doit être préservé.

<sup>37</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, paragraphe 33.

<sup>38</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-822, paragraphe 3.

<sup>39</sup> Données fournies par la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec.

**Q4. Le Conseil devrait-il mettre plus d'accent sur les exigences en matière de dépenses (le montant dépensé en programmation) ou de présentation (le nombre d'heures de diffusion d'émissions) pour assurer la présence de la programmation locale au sein du système de radiodiffusion? Le cas échéant, quelles autres mesures devraient être prises pour s'assurer que les Canadiens partout au pays reçoivent une quantité appropriée de nouvelles de pertinence locale et de reflet local par l'intermédiaire des stations de télévision locales ou des services communautaires?**

98. Selon le MCC, il est important que les citoyens d'une communauté puissent se voir et se reconnaître à la station locale de télévision traditionnelle qui les dessert. Cela nécessite un nombre d'heures de diffusion minimal et non pas seulement un certain pourcentage minimal de dépenses.
99. Cette approche est préconisée par le Ministère dans le cadre de son programme d'aide au fonctionnement des médias communautaires. En effet, considérant qu'il existe un seuil sous lequel un média communautaire ne peut plus jouer un rôle valable dans sa communauté, le programme impose aux télévisions communautaires autonomes de produire et diffuser un minimum de quatre heures de programmation originale par semaine et un minimum de 128 heures par année. De plus, elles doivent produire et diffuser un minimum d'une heure d'information locale et régionale par semaine qui reflète la vie politique, sociale, culturelle et économique de leur collectivité<sup>40</sup>.
100. Le Ministère craint, advenant que le Conseil décide de mettre l'accent uniquement sur les exigences en matière de dépenses plutôt que sur des exigences de présentation, que le nombre d'heures de diffusion de programmation locale diminue, ce qui serait particulièrement dommageable pour les communautés en région qui se voient déjà très peu sur les ondes des stations de télévision traditionnelle.
101. C'est entre autres pour cette raison que le MCC avait recommandé, lors de l'instance *Parlons télé*, que le CRTC maintienne ou augmente, s'il le juge à propos, les exigences en programmation et en nouvelles locales des stations dans les marchés de langue française, en particulier pour celles situées à l'extérieur de la région de Montréal.
102. En ce qui concerne les nouvelles locales, le MCC estime qu'il est important qu'elles soient présentées quotidiennement par les stations locales de télévision traditionnelle. Comme il l'a mentionné dans le cadre de *Parlons télé*, malgré la multiplication des sources d'information engendrée par le développement des nouvelles technologies de communication numérique, et contrairement à certaines idées répandues, la télévision demeure la première source d'information utilisée par les Québécois pour consulter l'actualité ou les nouvelles, devant Internet et les journaux imprimés<sup>41</sup>. De plus, l'actualité

<sup>40</sup> Ministère de la Culture et des Communications du Québec, Aide au fonctionnement pour les médias communautaires, <https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=1997>

<sup>41</sup> CEFRIQ, « NETendances 2014 – Actualités et nouvelles au Québec : l'ère de la mobilité et de l'information en temps réel », Vol. 5, No. 5, novembre 2014.

locale et régionale demeure, année après année, le sujet qui revêt le plus d'intérêt chez les Québécois parmi toutes les rubriques d'information<sup>42</sup>.

103. En outre, l'utilité d'une approche axée sur les exigences de présentation semble reconnue par le CRTC. En effet, très récemment, le 23 septembre 2015, le CRTC a décidé d'imposer des exigences en matière de programmation de nouvelles aux services facultatifs canadiens exploités en tant que services de nouvelles nationales afin que « les Canadiens aient accès à des nouvelles et informations de grande qualité et bénéficient de nouvelles et d'informations venant de sources diversifiées à l'égard de questions d'intérêt public »<sup>43</sup>.
104. Pour toutes ces raisons, même s'il demeure ouvert aux exigences en matière de dépenses, le Ministère estime que le Conseil devrait davantage mettre l'accent sur les exigences en matière de présentation pour assurer la présence de la programmation locale au sein du système de radiodiffusion.

**Q5. Une présence locale physique est-elle encore nécessaire à l'ère du numérique? À cet égard, du personnel et des studios locaux sont-ils nécessaires pour fournir une programmation de pertinence locale et de reflet local qui ait une réelle signification? Le cas échéant, quelles sont les ressources nécessaires en financement, en infrastructure et en personnel?**

105. Afin de bien pouvoir refléter les intérêts et couvrir les événements qui se déroulent dans une communauté locale, il apparaît évident pour le MCC qu'il est nécessaire pour une station de télévision d'avoir du personnel et des studios dans les marchés locaux.
106. Cet aspect se reflète d'ailleurs dans la définition actuelle de « programmation locale » du CRTC ainsi que dans la définition que propose le MCC pour les « nouvelles locales de catégorie 1 ».
107. De plus, le Ministère remarque que la récente décision du Conseil concernant les conditions de licence normalisées révisées pour les services facultatifs canadiens exploités en tant que services de nouvelles nationales va dans ce même sens. En effet, dans cette décision, le CRTC a exigé que ces services possèdent des bureaux régionaux de nouvelles dans au moins trois régions autres que celle d'où provient la diffusion en direct. Avec cette mesure, le Conseil voulait notamment s'assurer que ces services offrent des émissions de nouvelles nationales de grande qualité qui représentent toutes les régions du Canada<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup> Sébastien Chariton, Daniel Giroux et Michel Lemieux, Comment les Québécois s'informent-ils ?, Centre d'études sur les médias, novembre 2013.

<sup>43</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-436. Les exigences sont les suivantes : • diffuser, 7 jours par semaine, une moyenne d'au moins 16 heures de programmation originale par jour, calculée sur l'année de radiodiffusion. Il n'est pas nécessaire que ces émissions originales soient de première diffusion; • consacrer au moins 95 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours du mois de radiodiffusion à des émissions tirées des catégories 1 Nouvelles, 2a) Analyse et interprétation, 2b) Documentaires de longue durée et 3 Reportages et actualités.

<sup>44</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-436.

108. Le MCC est d'avis que ce principe est également valide à l'échelle locale et que les stations locales de télévision traditionnelle doivent avoir du personnel dans les communautés locales afin de couvrir adéquatement l'actualité de ces régions.

**Q6. Une intervention réglementaire est-elle nécessaire pour que les éléments privés et communautaires du système de radiodiffusion encouragent la programmation locale et pour garantir la présence de la programmation locale au sein du système?**

109. Le Ministère est d'avis qu'une intervention réglementaire est nécessaire pour que les éléments privés et communautaires du système de radiodiffusion encouragent la programmation locale et pour garantir la présence de celle-ci sur les écrans.

110. En effet, le MCC craint que, sans la surveillance et l'intervention réglementaire du Conseil, la présence de la programmation locale ou communautaire ne soit pas suffisante ou qu'elle ne reflète pas véritablement les besoins et les intérêts de la population qui réside dans les différents marchés locaux. Quelques exemples ont d'ailleurs démontré ces risques dans les dernières années.

111. Par exemple, le 4 février 2015, le Conseil a conclu que la chaîne MAtv n'avait pas respecté ses exigences en matière de diffusion de programmation d'accès et de diffusion de programmation locale. Dans les deux cas, le Conseil soulignait même que le pourcentage diffusé par MAtv était loin du seuil exigé en vertu du Règlement<sup>45</sup>. Le Conseil a donc exigé que Vidéotron prenne des mesures concrètes d'ici son prochain renouvellement de licence afin de rétablir la conformité de MAtv.

112. En 2008, l'entreprise désireuse d'acquiescer TQS avait annoncé qu'elle entendait relancer cette télévision généraliste entre autres par la suppression du service d'information et des salles de nouvelles des cinq stations régionales situées à Montréal, Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières et Saguenay. L'Assemblée nationale du Québec avait alors marqué d'une seule voix son opposition à cette nouvelle orientation. Dans sa décision, le Conseil avait estimé que la diffusion d'émissions de nouvelles de catégorie 1, particulièrement des nouvelles locales et régionales, était une condition d'exploitation essentielle pour une télévision généraliste. Il avait ainsi demandé à TQS de déposer une nouvelle proposition concernant sa programmation qui inclurait la diffusion de nouvelles locales ou régionales de catégorie 1. Le CRTC avait finalement énoncé des exigences précises en matière de programmation locale et de nouvelles de catégorie 1<sup>46</sup>.

113. Ces deux exemples concrets démontrent que l'intervention du CRTC est essentielle pour assurer la présence de programmation locale.

<sup>45</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2015-31.

<sup>46</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2008-129.

114. Enfin, dans un contexte où les revenus des stations de télévision traditionnelle sont en diminution, il est probable que celles-ci chercheront à diminuer leurs dépenses. On peut craindre que la programmation locale, y compris l'information, écope particulièrement, ce qui justifie une intervention et une surveillance du Conseil.

**Q7. Le Conseil devrait-il faire la différence entre les petits et les grands marchés? Devrait-il y avoir une approche différente pour les stations indépendantes des petits marchés?**

115. Le Ministère estime que les stations locales des petits marchés, y compris les télévisions communautaires et les stations indépendantes, ont un rôle important à jouer en ce qui a trait à la programmation locale. Elles permettent d'avoir une diversité à la télévision et de diminuer le phénomène de la « montréalisation » des ondes.

116. Cependant, en période d'incertitude économique, les grands réseaux peuvent avoir tendance à centraliser davantage la production des émissions, au détriment des régions.

117. En effet, dans la dernière année, des réseaux de télévision ont annoncé des coupures en programmation locale et en information locale qui n'ont pas toutes été compensées par l'ajout de nouvelles émissions locales<sup>47</sup>.

118. D'autant plus qu'on observe une grande différence entre les revenus des stations dans les petits marchés et ceux des grands marchés. En effet, selon les données sur la programmation locale publiées par le Conseil, en 2013-2014 les stations des petits marchés au Canada avaient des revenus de près de 1,15 M\$ en moyenne par station, tandis que celles des grands marchés avaient des revenus d'environ 10,7 M\$ en moyenne par station<sup>48</sup>.

119. Par ailleurs, le Ministère note que les contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion par satellite au Fonds de production local pour les petits marchés ont stagné au cours des dernières années en raison de la réduction de leurs revenus. Le CRTC mentionne qu'elles se sont chiffrées à plus de 10 M\$ en 2014 réparties entre 22 stations<sup>49</sup> alors qu'elles étaient de 10,3 M\$ en 2010-2011 réparties entre 19 stations<sup>50</sup>.

120. Compte tenu de ce qui précède, le MCC est d'avis qu'il y a lieu de rééquilibrer le financement entre les grands et les petits marchés puisque les citoyens

---

<sup>47</sup> À titre d'exemple, le Groupe TVA a annoncé la suppression des émissions « La vie chez nous » produite à Rimouski, « La vie en Estrie » produite à Sherbrooke et « La vie en Mauricie » produite à Trois-Rivières. Pour sa part, Radio-Canada a annoncé son intention de réduire la durée de ses téléjournaux de 60 à 30 minutes à Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay et Rimouski dès l'automne 2015. Voir : <http://www.lapresse.ca/le-soleil/arts-et-spectacles/television-et-radio/2015/07/01-4883868-le-groupe-tva-coupe-en-region.php> et <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2014/12/11/006-changements-radio-canada-reduction-duree-ti-virage-numerique.shtml>.

<sup>48</sup> CRTC, Données sur la programmation locale – Audience publique du 25 Janvier 2016, révisées le 20 octobre 2015, [http://www.crtc.gc.ca/Broadcast/fra/HEARINGS/2015/2015\\_421a.htm?qa=1.39005478.406339979.1410956017](http://www.crtc.gc.ca/Broadcast/fra/HEARINGS/2015/2015_421a.htm?qa=1.39005478.406339979.1410956017).

<sup>49</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, paragraphe 17.

<sup>50</sup> Association canadienne des radiodiffuseurs, Rapport annuel 2010-2011 sur le Fonds pour la programmation locale dans les petits marchés, [http://www.crtc.gc.ca/fra/BCASTING/ann\\_rep/cab\\_m8.pdf](http://www.crtc.gc.ca/fra/BCASTING/ann_rep/cab_m8.pdf).

des petits marchés ont droit, eux aussi, à de la programmation et à de l'information locale de qualité. Le MCC invite le CRTC à considérer sa recommandation 4, qui pourrait être une manière d'aider davantage les stations des petits marchés, incluant les stations indépendantes et les télévisions communautaires.

**Q8. Les EDR allouent actuellement environ 40 % des contributions au reflet local aux coûts indirects (installations, équipement, etc.) et 60 % à la programmation. Cette répartition des coûts est-elle encore appropriée? Dans le cas contraire, proposez une autre répartition.**

121. Comme mentionné au paragraphe 66 de ce mémoire, le MCC estime que ce sont 100 % des contributions des EDR au reflet local qui devraient aller à la programmation.

**Q9. Comment le financement de la programmation de pertinence locale et de reflet local devrait-il être alloué à partir des diverses sources de financement disponibles pour assurer une présence continue de cette programmation au sein de l'ensemble du système canadien de radiodiffusion?**

122. Tel que mentionné précédemment, le Ministère tient à rappeler qu'il regrette le fait que le CRTC semble déjà avoir pris sa décision à l'effet de ne pas augmenter les sources de financement pour la programmation locale et communautaire, et ce, avant même le début de l'instance publique.

123. Le MCC est plutôt d'avis qu'il faudrait considérer de nouvelles sources de financement pour s'assurer que la production et la diffusion de programmes qui reflètent les réalités locales, répondent aux attentes des communautés locales du Québec et du Canada, quelle que soit la plateforme choisie pour leur visionnement.

124. Pour connaître la réponse détaillée du Ministère à cette question, nous invitons le Conseil à se référer aux recommandations 1 à 4 développées aux paragraphes 51 à 77 de ce mémoire.

125. Néanmoins, advenant que le Conseil décide de seulement revoir la répartition actuelle du financement qui est octroyé pour la programmation communautaire et locale, sans en ajouter de nouvelles sources, le MCC tient à souligner qu'il ne serait pas adéquat de retirer des fonds actuellement octroyés aux stations de télévision communautaire pour mieux financer les stations traditionnelles. Une telle approche serait incohérente avec les dernières décisions du Conseil et reviendrait tout simplement à faire payer les canaux communautaires pour l'abolition du FAPL.

126. De la même façon, le MCC ne croit pas qu'il serait judicieux de réallouer une partie des fonds actuellement utilisés pour financer la programmation

canadienne et qui bénéficient au Fonds des médias du Canada et à d'autres fonds indépendants.

**Q10. Comment le Conseil et les Canadiens devraient-ils mesurer le succès des approches proposées?**

127. Le MCC croit que ce sont les citoyens des communautés locales qui sont les mieux placés pour évaluer le succès des mesures qui doivent assurer une présence continue et pertinente de la programmation locale.
128. Toutefois, le Ministère ne pense pas que les mesures quantitatives de mesure de l'auditoire soient les mieux adaptées à la programmation locale, particulièrement dans les petites communautés et dans les CLOSM.
129. C'est pourquoi, le MCC suggère au Conseil de prévoir des études ciblées par région, qui pourraient ressembler à celle effectuée au Québec en 2007 par le Comité sectoriel de main d'œuvre économie sociale et action communautaire à la demande de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec<sup>51</sup>.
130. Cette étude sur l'impact social et sur le profil de l'auditoire des télévisions communautaires autonomes du Québec, mesurait non seulement les habitudes d'écoute de programmation communautaire et de nouvelles locales selon les sources, mais aussi le niveau de satisfaction des citoyens concernant la qualité, la quantité et la fréquence de la programmation communautaire dans leur communauté.
131. Le Conseil pourrait cibler quelques régions chaque année et mesurer l'évolution des résultats obtenus au cinq ans.

**Q11. Quelle devrait être la définition de « programmation d'accès »?**

132. Le Ministère est d'avis, comme l'a souligné le Conseil en 2010, que l'accès des citoyens au canal communautaire constitue la pierre angulaire de la politique du CRTC sur la télévision communautaire<sup>52</sup>. Aux yeux du Ministère, il est important que les médias communautaires permettent de favoriser la participation de la collectivité à leurs activités.
133. Dans ce contexte, le MCC considère que la définition actuelle de « programmation d'accès », telle que décrite dans le Règlement sur la distribution de radiodiffusion, demeure appropriée : « programmation produite par un particulier, un groupe ou une société de télévision communautaire

<sup>51</sup> Comité sectoriel de main d'œuvre économie sociale et action communautaire, Mesure d'impact social et profil d'auditoire des télévisions communautaires autonomes du Québec, février 2007, [http://www.csmoesac.qc.ca/sites/default/files/files/tvc\\_2007\\_final1.pdf](http://www.csmoesac.qc.ca/sites/default/files/files/tvc_2007_final1.pdf).

<sup>52</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-622, paragraphe 3.

résidant dans la zone de desserte autorisée de l'entreprise de distribution par câble »<sup>53</sup>.

134. Le MCC considère également que les critères établis par le Conseil pour déterminer ce que constitue une émission d'accès dans la politique de radiodiffusion CRTC 2010-622 sont toujours pertinents et importants<sup>54</sup>. En effet, il est essentiel que le contrôle de la création d'une émission d'accès soit exercé par un membre de la collectivité.
135. Le MCC note néanmoins à cet égard que certaines questions ont récemment été soulevées dans le cadre de la plainte de la Télévision communautaire et indépendante contre Vidéotron et son canal communautaire MATv. Le Ministère est en accord avec les précisions qui ont été apportées par le Conseil dans sa décision relativement à la programmation d'accès<sup>55</sup>. En effet, il ne considère pas que des professionnels de la télévision ou que des membres de la relève comptant à leur actif des apparitions dans des émissions populaires puissent être considérés comme des membres de la collectivité au sens où l'entend le CRTC dans la Politique sur la télévision communautaire.
136. Le MCC encourage donc le CRTC à s'assurer du respect de cette définition par les télévisions communautaires et l'invite, s'il le juge à propos, à préciser sa définition conformément à sa décision CRTC 2015-31.

**Q12. Quelle devrait être la définition de « producteur d'accès »?**

137. Le MCC ne se prononce pas sur cette question.

**Q13. La programmation d'accès est-elle encore nécessaire sur le canal communautaire? Le Conseil devrait-il adopter une approche différente envers les canaux communautaires linéaires et les canaux communautaires offerts par les services de vidéo sur demande?**

138. Le Ministère estime que la programmation d'accès est nécessaire sur le canal communautaire. Comme le mentionne le CRTC dans son avis de consultation :

« Les canaux communautaires existent pour éliminer les obstacles à la participation des citoyens canadiens dans le système de radiodiffusion. En ce sens, la programmation d'accès communautaire offre un service public de valeur, bien qu'il ne soit pas nécessairement rentable »<sup>56</sup>.

<sup>53</sup> <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-97-555/>.

<sup>54</sup> Voir Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-622, paragraphe 16.

<sup>55</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2015-31.

<sup>56</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421, paragraphe 33.

139. Le MCC est entièrement en accord avec cette affirmation et c'est pourquoi, à son avis, la programmation d'accès a encore un rôle primordial à jouer sur les canaux communautaires.
140. Par ailleurs, le Ministère croit que la programmation communautaire d'accès devrait autant que possible être accessible sur toutes les plateformes, que ce soit sur les canaux linéaires, en vidéo sur demande ou sur Internet.
141. Un des moyens permettant de contribuer à cet objectif serait la création du FPLPC, tel que proposé aux paragraphes 65 à 77. En effet, un tel fonds servirait à financer des émissions d'accès devant être diffusées sur plusieurs plateformes différentes, en fonction de critères à préciser.

**Q14. Existe-t-il d'autres moyens autre que le canal communautaire pour garantir la disponibilité de la programmation d'accès dans l'ensemble du système de radiodiffusion, y compris sur les services autorisés et les services exemptés?**

142. Le développement des nouvelles technologies numériques permet maintenant aux citoyens de regarder des contenus télévisuels sur de nouvelles plateformes numériques.
143. Ainsi, 46 % des Québécois regardent la télévision par Internet. Parmi les différentes façons d'accéder à des contenus télévisuels par Internet, 40 % des Québécois le font sur un écran d'ordinateur, 19 % sur une tablette électronique, 18 % sur un téléphone intelligent et 12 % sur un téléviseur connecté à Internet<sup>57</sup>.
144. En même temps que les consommateurs s'approprient les nouvelles technologies et les nouveaux appareils disponibles, les télédiffuseurs déclinent une offre grandissante de contenus sur diverses plateformes numériques et mobiles. La quasi-totalité des services de télévision de langue française propose en ligne des émissions en direct, en rediffusion et/ou du contenu exclusif. Aussi, des services de programmation par contournement sont offerts sur diverses plateformes.
145. Les télévisions communautaires sont concernées par ces changements de la même façon que les médias privés et publics. Dans ce contexte, le MCC considère important que les télévisions communautaires puissent elles aussi prendre le virage numérique. Plusieurs de celles-ci ont d'ailleurs déjà commencé à le faire. À titre d'exemple, 36 TCA sur les 39 membres de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec diffusent une partie ou toute leur programmation en ligne.
146. Le Ministère a aussi annoncé des mesures liées aux télévisions communautaires autonomes dans le Plan culturel numérique du Québec<sup>58</sup>. En effet, afin de faciliter leur adaptation aux réalités numériques et aux

<sup>57</sup> Observateur des technologies médias, printemps 2015, Québec total.

<sup>58</sup> Pour consulter le Plan culturel numérique du Québec, voir : <http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/>.

nouvelles habitudes des citoyens, notamment en ce qui a trait à la consommation de l'information, le MCC appuiera les télévisions communautaires dans la mise à niveau de leurs équipements et la numérisation de leurs archives. Un montant de 750 000 \$ est réservé pour un appel de projets numériques qui sera chapeauté par la Fédération des télévisions communautaires autonomes. Cet appel de projets numériques comprend trois volets : la numérisation d'archives, le développement des sites Internet et le développement des applications mobiles.

147. Selon le MCC, les nouvelles plateformes numériques peuvent donc contribuer à accroître la disponibilité de la programmation télévisuelle communautaire, y compris la programmation d'accès.
148. La mise en place du nouveau fonds proposé par le Ministère contribuerait également à l'atteinte de cet objectif.
149. Toutefois, le Ministère est d'avis que ces nouvelles plateformes numériques ne peuvent pas remplacer la diffusion de la programmation d'accès sur le canal communautaire linéaire.
150. Le Ministère constate que, pour des raisons géographiques, économiques ou générationnelles, tous les citoyens ne sont pas égaux devant la multiplication des plateformes sur lesquelles les contenus sont disponibles. Si 91 % des Québécois regardent encore la télévision sur leur écran traditionnel, ils ne sont que 46 % à la regarder aussi sur Internet<sup>59</sup>. Décider de se fier uniquement aux nouvelles plateformes numériques pour garantir la diffusion de programmation d'accès créerait des inégalités et réduirait l'accès des contenus à certaines catégories de la population.
151. Le MCC croit donc important de favoriser la présence des contenus sur l'ensemble des plateformes disponibles, y compris sur les supports conventionnels comme les écrans de télévision.

**Q15. Les exigences actuelles imposées aux canaux communautaires en matière de programmation d'accès sont-elles appropriées? Devrait-on adopter une approche différente en matière d'exigences de dépenses et de présentation? Devrait-on adopter une approche différente à l'égard des petits et des grands marchés? Devrait-on adopter une approche différente selon que le service détient une licence régionale ou qu'il est un service par zone?**

152. De manière générale, le MCC est d'avis que les exigences actuelles imposées aux canaux communautaires en matière de programmation d'accès sont appropriées, pourvu qu'elles soient effectivement respectées. Ainsi, tel que mentionné précédemment, le MCC encourage le CRTC à s'assurer que les canaux communautaires respectent bel et bien leurs obligations.
153. Par ailleurs, le Ministère estime important de faire en sorte que la programmation communautaire d'accès soit la plus accessible possible pour

---

<sup>59</sup> Observateur des technologies médias, printemps 2015, Québec total.

les citoyens. Ainsi, il demande au CRTC de faire en sorte que les canaux communautaires soient offerts sur le service de base analogique et numérique des réseaux de câblodistribution qui ont décidé d'exploiter un canal communautaire.

154. Enfin, le MCC souhaite également rappeler l'importance de s'assurer que la programmation d'accès soit diffusée aux heures de grande écoute. La Politique sur la télévision communautaire affirme d'ailleurs que la programmation d'accès devrait être répartie de façon raisonnable à l'intérieur de la grille horaire du canal communautaire, y compris aux heures de grande écoute<sup>60</sup>. Le Ministère demande donc au CRTC de veiller au respect de cette exigence.

**Q16. Comment le Conseil peut-il s'assurer que les petits marchés et les communautés desservis par les EDR exploitées en vertu de licences régionales ou basées sur des zones reçoivent une quantité appropriée de programmation de pertinence locale et reflétant la réalité locale, y compris de la programmation d'accès communautaire?**

155. Le MCC ne se prononce pas sur cette question.

**Q17. Les EDR exploitées dans des marchés concurrentiels ou géographiquement proches devraient-elles continuer d'offrir des installations techniques et de production distinctes ou existe-t-il d'autres moyens d'utiliser plus efficacement le financement?**

156. Le MCC ne se prononce pas sur cette question.

**Q18. Quelles mesures devrait-on prendre pour assurer la disponibilité d'une programmation issue de divers groupes linguistiques, dont les CLOSM, les groupes ethniques et les Autochtones, qui reflète les communautés desservies par les EDR?**

157. Le MCC estime important que la programmation communautaire reflète la diversité, notamment ethnique et linguistique, des communautés desservies par les EDR, y compris dans les CLOSM.

158. Le Ministère a pris note de la décision du Conseil en février 2015 à l'égard de MAtv concernant le reflet plus représentatif de la collectivité où est diffusée sa programmation. Dans le cadre de cette décision, le Conseil a dit s'attendre à ce que Vidéotron forme un comité consultatif citoyen qui prendrait en compte l'ensemble des membres de la communauté, de même que des bénévoles,

---

<sup>60</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-622-1.

pour déterminer la combinaison, la portée et les genres d'émissions susceptibles de mieux servir les besoins et les intérêts du Grand Montréal, et ce, au plus tard le 15 mars 2015. Le Conseil s'attendait aussi à ce que Vidéotron lui fasse rapport au plus tard le 1<sup>er</sup> avril 2015<sup>61</sup>.

159. Le Ministère suggère au CRTC d'étendre cette attente à toutes les EDR qui ont plus de 20 000 abonnés.

**Q19. Comment le financement pour la programmation d'accès communautaire provenant de différentes sources de financement existantes devrait-il être alloué pour garantir la présence continue de cette programmation au sein du système canadien de radiodiffusion dans son ensemble?**

160. Le Ministère invite le Conseil à se référer à la réponse fournie à la question 9.

**Q20. Comment le Conseil et les Canadiens devraient-ils mesurer le succès de tout cadre proposé?**

161. Le Ministère invite le Conseil à se référer à sa réponse fournie à la question 10.

## CONCLUSION

162. La programmation et les nouvelles locales, qu'elles soient offertes par les stations de télévision conventionnelle ou par les canaux communautaires, sur écran traditionnel ou mobile, sont indispensables à la vie culturelle, économique et démocratique de nos communautés.
163. À l'heure de la multiplication de l'offre de programmes provenant des quatre coins de la planète, les citoyens des régions éloignées comme des centres urbains plébiscitent encore aujourd'hui une programmation qui leur ressemble et qui leur parle de leur réalité.
164. Toutefois, le Ministère constate que si les revenus des stations locales et communautaires sont limités, les coûts pour répondre aux besoins, en quantité et en qualité, d'émissions qui reflètent l'identité locale de nos communautés, continuent d'augmenter.
165. Il croit donc indispensable de majorer les montants consacrés directement à la production de ces émissions, qu'elles soient destinées aux écrans traditionnels ou aux plateformes mobiles et Internet.

---

<sup>61</sup> Décision de radiodiffusion CRTC 2015-31, paragraphe 79.

166. Aussi, le MCC estime que toutes les communautés, petites et grandes, méritent de pouvoir se voir dans des programmes, en quantité et en qualité équivalentes.
167. C'est pourquoi, le MCC recommande au Conseil la création d'un nouveau fonds unique consacré entièrement au financement de la production de contenus de pertinence locale et qui gèrerait les contributions des EDR à la programmation locale de façon indépendante.
168. Enfin, le Ministère considère que pour assurer l'accès des citoyens à une programmation locale et communautaire produite localement, le Conseil doit impérativement veiller à ce que les mesures réglementaires existantes et à venir soient respectées.

**\*\*\*FIN DU DOCUMENT\*\*\***



Québec, le 25 janvier 2016

Madame Danielle May-Cuconato  
Secrétaire générale  
Conseil de la radiodiffusion et des  
télécommunications canadiennes  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Madame la Secrétaire générale,

Le Gouvernement du Québec, représenté par le ministère de la Culture et des Communications, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations et le Secrétariat du Conseil du trésor, dépose par la présente sa réponse à la demande de renseignement qui lui a été adressée par le Conseil le 13 janvier 2016.

Je vous prie d'agréer, Madame la Secrétaire générale, mes salutations distinguées.

Marie-Claude Champoux

p. j.

c. c. M. John Macri, CRTC  
M<sup>me</sup> Christine Bailey, CRTC

N/Réf. : 26229

**Q.**

1. Dans son intervention, le gouvernement du Québec a indiqué que beaucoup de services de télécommunication qui sont déjà très demandés, notamment pour les fins de commerce électronique, de l'infonuagique, de l'Internet des objets, de la formation à distance, de la télémédecine ou du divertissement, nécessitent des débits réels de transmission acceptable, en téléchargement et en téléversement, qui vont, même actuellement, au-delà des cibles respectives des 5 mégabits par seconde (Mbps) et de 1 Mbps définies, en 2011, par le Conseil dans sa Politique réglementaire de télécommunication CRTC 2011-291.

Spécifiez les débits réels de transmission requis pour les services de télécommunication mentionnés.

**R.**

Le 23 octobre 2015, le premier ministre du Québec et le ministre de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations ont lancé une consultation pour l'adoption d'une feuille de route en économie numérique.

Le document de consultation fait ressortir, parmi les enjeux soulevés, celui de la disponibilité et de l'accessibilité d'infrastructures numériques de qualité pour répondre aux besoins des citoyens et des entreprises dans le contexte de l'économie numérique.

Le gouvernement du Québec s'est aussi doté d'un Groupe-conseil en économie numérique. Après cinq rencontres, les membres de ce Groupe-conseil ont déjà fait la recommandation d'accorder une priorité au développement d'infrastructures numériques de qualité permettant d'optimiser l'usage des technologies numériques.

À l'instar de l'Union européenne, de l'Australie et d'autres pays (voir annexe), le gouvernement du Québec s'attend à voir évoluer les recommandations du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en matière de haut débit pour des services Internet (ascendant et descendant) minimaux à proposer aux fournisseurs de services Internet (FSI) oeuvrant en territoire canadien.

Une directive<sup>1</sup> du Parlement et du Conseil européen nous donne certaines balises quant aux objectifs que le Canada devrait se fixer en matière de haut débit :

---

<sup>1</sup> [Directive 2014/61 du Parlement européen](#).

« Étant donné l'évolution rapide des technologies, la croissance exponentielle du trafic haut débit et la demande croissante de services en ligne, **les objectifs fixés dans la stratégie numérique (supérieur à 30 Mbps d'ici 2020) devraient être considérés comme un minimum absolu et l'Union devrait se fixer des objectifs plus ambitieux en matière de haut débit afin de stimuler la croissance, la compétitivité et la productivité.** »

À titre d'exemple, plusieurs services, antérieurement dispensés par les canaux traditionnels d'information, la câblodistribution ou les ondes hertziennes, prennent maintenant leurs assises sur un lien Internet : information en ligne (journaux, livres, revues, babillard ...); infonuagique (Google Docs, Office 365, iCloud, Dropbox, OneDrive ...); télé en ligne (en direct ou archivée) en haute et ultra haute définition (HD, UHD) (Netflix, Youtube, tou.tv, Club illico ...); médias sociaux (Facebook, Snapchat, Instagram ...); conversation vidéo (Facetime, Skype ...); radio et musique en continu (Spotify, Youtube, Apple Music ...); objets connectés (Webcam HD, robotique à domicile, réalité virtuelle ...) et souvent, tout cela en simultané.

Ainsi, les citoyens et les entreprises au Québec devraient pouvoir profiter de l'évolution technologique qui nécessite une infrastructure de télécommunication de qualité, comparable à celles observées dans d'autres pays et ce, afin de pouvoir satisfaire la demande croissante en matière de transmission à haut débit (mégabit par seconde (Mbps)) et de capacité de transfert (gigabit par mois (Gbit/mois)) déployée sur son territoire.

## ANNEXE

### Cibles du très haut débit dans d'autres pays

#### Canada

- Cible adoptée en 2011 : **5 Mbps** en téléchargement et **1 Mbps** en téléversement d'ici 2015.
- Cible adoptée en 2014 : 98 % des Canadiens pourront avoir accès à Internet haute vitesse à **5 Mbps** en téléchargement et **1 Mbps** en téléversement d'ici 2019.
- Présentement, 99 % des Canadiens ont accès à Internet à un débit de **1,5 Mbps** en téléchargement et **384 Kbps** en téléversement.

#### Union européenne

- Faire en sorte que, d'ici à 2020, tous les Européens aient accès à des vitesses de connexion à Internet bien supérieures, de plus de **30 Mbps**, et que 50 % au moins des ménages de l'Union s'abonnent à des connexions Internet de plus de **100 Mbps**.

#### France (cible adoptée en 2013)

- 100 % du territoire desservi par le très haut débit, **30 Mbps**, d'ici 2022.

#### Australie (cible révisée de 2013)

- **25 Mbps** d'ici 2016 pour 40 à 45 % des lignes fixes.
- Au minimum **50 Mbps** d'ici 2019 pour 90 % des lignes fixes.

Le projet initial de couverture adopté en 2007 visait 93 % de la population par FTTH<sup>2</sup> à **100 Mbps** en 2021.

#### États-Unis

- **25 Mbps** en téléchargement et **3 Mbps** en téléversement d'ici 2016.
- Offrir à 100 millions de foyers américains un service d'accès Internet à **100 Mbps** d'ici 2020.
- Depuis décembre 2014, la Federal Communications Commission ne subventionne aucun projet d'infrastructure pour des débits descendants inférieurs à **10 Mbps**.

\*\*\*Fin du document\*\*\*

---

<sup>2</sup> Un réseau FTTH (de l'anglais *Fiber to the Home* qui signifie littéralement en français : fibre optique jusqu'au domicile) est un réseau de télécommunications qui se termine en fibre optique au domicile de l'abonné.



Québec, le 16 février 2016

**Madame Danielle May-Cuconato**  
Secrétaire générale  
Conseil de la radiodiffusion et des  
télécommunications canadiennes  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Madame la Secrétaire générale,

1. En réponse à la publication d'un document de travail (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421-3) par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (ci-après « Conseil ») le 12 janvier 2016, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) désire vous faire part de ses commentaires et réitérer certaines positions exprimées dans son mémoire du 5 novembre 2015.

#### **Création d'un fonds pour financer les nouvelles locales (initiative A)**

2. D'abord, c'est avec satisfaction que le Ministère a constaté que le Conseil s'est dit disposé, dans son document de travail, à examiner des propositions visant à établir un fonds qui fournirait un soutien additionnel pour la production et la diffusion d'émissions de nouvelles et d'information locales.
3. En effet, l'information locale joue un rôle fondamental puisqu'elle contribue à la vie démocratique des collectivités et elle est une composante essentielle du développement des communautés régionales. Tel que mentionné dans son mémoire, le MCC estime que l'accès des téléspectateurs à une programmation locale et à de l'information de proximité, diversifiée et de qualité, est, plus que jamais, à protéger, en particulier pour les téléspectateurs des petits marchés et des communautés de langue officielle en situation minoritaire.
4. Comme le reconnaît le Conseil dans son document de travail, les coûts associés à la production des nouvelles locales télévisées sont supérieurs aux revenus de cette programmation. La situation financière des stations de télévision traditionnelle demeure d'ailleurs précaire et s'est même fortement dégradée en 2014 au Québec.

... 2

5. En dépit de cette situation, le Conseil demeure « (...) convaincu qu'il y a assez de ressources financières dans le système de radiodiffusion pour assurer une programmation locale de qualité, y compris une couverture de nouvelles locales adaptée aux caractéristiques particulières de chaque marché<sup>1</sup>». Il se dit donc intéressé à discuter de mécanismes « (...) qui permettraient une redistribution des ressources actuellement dans le système qui sont dédiées à l'expression locale (...)»<sup>2</sup>.
6. Le Ministère est plutôt d'avis que le Conseil doit impérativement considérer de nouvelles sources de financement pour s'assurer que la production et la diffusion de programmes reflètent les réalités locales et répondent aux attentes des communautés locales du Québec et du Canada, quelle que soit la plateforme choisie pour leur visionnement.
7. En effet, il n'est pas souhaitable de retirer des fonds actuellement octroyés aux stations de télévision communautaire pour mieux financer les stations de télévision locales puisque cela aurait une incidence négative sur la programmation communautaire. Avec une telle approche, les télévisions communautaires se trouveraient en quelque sorte à subir les conséquences de l'abolition du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) décidée en 2012 par le Conseil.
8. Le MCC tient à rappeler au Conseil la présence, au Québec, de plus d'une quarantaine de télévisions communautaires autonomes (TCA) dirigées par des citoyens et divers intervenants représentatifs du milieu, dont 37 sont soutenues par le Ministère. Bien que la majorité des contributions à l'expression locale des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) terrestres du Québec soient consacrées à leurs propres canaux de télévision communautaire, les montants que les TCA obtiennent de la part des EDR demeurent essentiels. Par exemple, le 25 janvier 2016, lors de l'audience publique, des représentants de la Télévision communautaire Frontenac ont mentionné qu'une réduction du financement octroyé par les EDR aurait des conséquences dramatiques pour la survie de la chaîne. Ils ont même évoqué la possibilité de devoir fermer leur télévision communautaire advenant la diminution du tiers des sommes qu'elle reçoit des EDR<sup>3</sup>.
9. Dans ce contexte, le MCC appuie la création d'un fonds pour soutenir la programmation locale, incluant les émissions de nouvelles locales, mais qui ne serait pas financé aux dépens des télévisions communautaires. Le MCC estime que le Conseil devrait plutôt majorer la contribution des EDR destinée à la programmation locale et communautaire. À cet égard, il l'invite à réexaminer ses recommandations faites dans son mémoire du 5 novembre 2015 aux paragraphes 48 à 64.

... 3

---

<sup>1</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421-3, paragraphe 18.

<sup>2</sup> *Ibid.*, paragraphe 23.

<sup>3</sup> Transcription, Audience du 25 janvier 2016, Volume 1, paragraphes 447 à 449, <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tb0125.htm>

10. Si le Conseil décide tout de même de ne pas ajouter de nouvelles sources de financement et de réallouer les sommes actuellement disponibles dans le système dédiées à l'expression locale, le MCC lui demande de s'assurer que les télévisions communautaires autonomes ne subiront pas de diminution de leurs ressources financières. De plus, le Ministère demande au Conseil de ne pas diminuer les contributions des EDR qui bénéficient actuellement au Fonds des médias du Canada et à d'autres fonds de production indépendants qui jouent un rôle essentiel pour le financement de contenus télévisuels et numériques canadiens.

**Diffusion de nouvelles professionnelles sur les canaux communautaires dans les marchés sans station de télévision traditionnelle (initiative B)**

11. Dans son document de travail, le CRTC se dit ouvert « (...) à discuter de mesures qui inciteraient les services de programmation communautaires exploités dans des marchés où il n'y a aucune station de télévision locale à offrir des émissions de nouvelles professionnelles aux Canadiens qui résident dans ces marchés <sup>4</sup>».
12. Le MCC appuie l'objectif visant à trouver des moyens pour aider les télévisions communautaires à faire davantage d'information locale. Un des objectifs du programme d'aide au fonctionnement du MCC pour les médias communautaires est d'ailleurs de contribuer à diversifier l'offre d'information locale et régionale au Québec. Le programme d'aide au fonctionnement du MCC évalue ainsi le nombre d'heures d'information locale et régionale produite et diffusée par les télévisions communautaires<sup>5</sup>.
13. Le Ministère estime cependant que le Conseil devrait chercher à favoriser la production et la diffusion d'information locale par les télévisions communautaires sans se limiter strictement à la diffusion de bulletins de nouvelles locales professionnelles. Certaines télévisions communautaires peuvent effectivement choisir de produire et de diffuser de l'information locale par d'autres types d'émissions qui traitent de l'actualité politique, sociale, culturelle et économique de la collectivité qu'elle dessert, plutôt qu'en diffusant des bulletins de nouvelles comme on en retrouve sur les stations de télévision conventionnelles.
14. Par ailleurs, le MCC ne croit pas qu'il serait judicieux de diminuer les exigences de diffusion de programmation d'accès pour les télévisions communautaires. En effet, aux yeux du Ministère, il est important que les télévisions communautaires favorisent la participation de la collectivité à leurs activités. La programmation d'accès, selon les critères établis par le Conseil dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-622<sup>6</sup>, contribue justement à cet objectif, en autant que le Conseil s'assure du respect de ceux-ci. En effet, ces critères établissent que le contrôle de la création d'une émission d'accès doit être exercé par un membre de la collectivité.

... 4

<sup>4</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-421-3, paragraphe 27.

<sup>5</sup> Il est possible de consulter les détails de ce programme à l'adresse suivante : <https://www.mcc.gouv.gc.ca/index.php?id=1997>

<sup>6</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-622, paragraphe 16.

15. Ainsi, le MCC est ouvert à ce que le Conseil mette en place des mesures afin d'aider les télévisions communautaires à faire davantage d'information locale mais il doit également s'assurer que la quantité de programmation d'accès diffusée par les télévisions communautaires ne diminue pas afin d'éviter qu'elles s'éloignent de leur mandat premier qui est de favoriser la participation citoyenne.
16. En terminant, comme il l'a fait précédemment, le MCC souhaite inviter le Conseil à réexaminer ses propositions dans son mémoire du 5 novembre 2015, dont celle visant à créer un nouveau fonds pour la programmation locale et communautaire qui comprendrait entre autres une enveloppe réservée à la programmation d'accès. Une telle proposition, avec des sources de financement additionnelles, pourrait permettre d'assurer une quantité et une qualité de programmation locale et communautaire équivalente dans tous les marchés et de mieux rééquilibrer le financement de la programmation locale et communautaire entre les télévisions des EDR et les TCA.

Je vous prie d'agréer, Madame la Secrétaire générale, mes salutations distinguées.

La sous-ministre de la Culture et des Communications,



Marie-Claude Champoux

N/Réf. : 26384