



Mémoire présenté au Comité permanent des finances de la Chambre des communes dans le cadre des consultations prébudgétaires

Le 5 août 2016

Les AMIS de la radiodiffusion (www.les-amis.ca) est :

- le chien de garde indépendant du contenu canadien, sur les ondes et en ligne;
- non affilié à un diffuseur ou à un parti politique quelconque;
- soutenu par 364 000 Canadiens qui appuient notre travail grâce à leurs actions et à des dons après impôt.

Les AMIS de la radiodiffusion souhaitent pouvoir faire un exposé devant votre Comité lors d'une de ses audiences prébudgétaires à Ottawa (ou ailleurs, s'il le faut).

L'infrastructure médiatique soutient la démocratie canadienne.

La télévision est la source la plus importante de nouvelles locales au Canada¹. Lors d'un sondage mené en décembre 2015, *Thinktv* a demandé aux Canadiens adultes : « Parmi les médias suivants, quelle est votre principale source de nouvelles locales? À 36 %, la télévision a éclipsé les journaux (23 %), la radio (20 %) et Internet (18 %). » [TRADUCTION]

Les nouvelles télévisées locales donnent de l'oxygène à la démocratie canadienne, offrant aux citoyens les informations dont ils ont besoin pour éclairer leur jugement

¹ Sondage OmniVu de *NLogic Thinktv*, décembre 2015, National A 18+. NLogic portait autrefois le nom de *Bureau de la télévision du Canada, Inc.*

et leurs décisions, tout en les mettant en contact avec leur collectivité et leurs leaders locaux dans les cercles politiques municipaux, provinciaux et fédéraux.

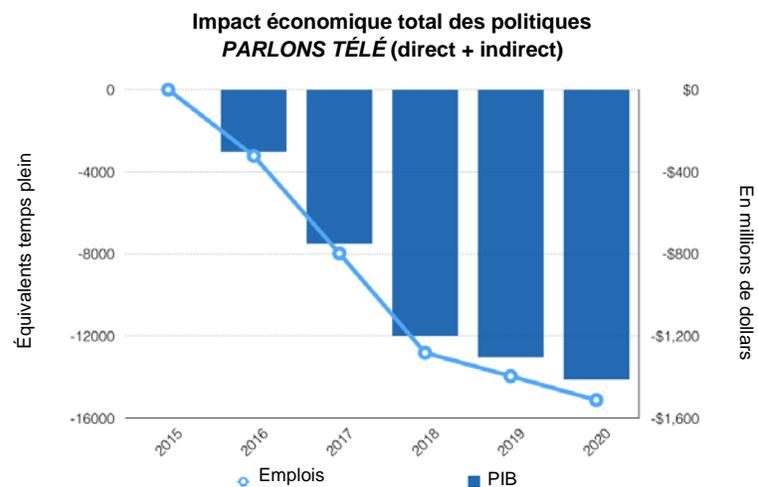
Et la télévision locale – les nouvelles surtout – a beaucoup de succès chez les Canadiens. Selon un récent sondage de Nanos Research² :

- 92 % des répondants conviennent que les nouvelles locales leur sont utiles;
- 90 % conviennent que leur député fédéral devrait s’efforcer de veiller à ce que les diffuseurs locaux demeurent solides dans leur collectivité.

Pourtant, les diffuseurs indépendants locaux et les émissions de nouvelles qu’ils produisent battent de l’aile. Malgré la grande valeur que les Canadiens accordent aux nouvelles télévisées locales, des recherches commandées par Les AMIS de la radiodiffusion et d’autres ont conclu que, pour la télévision canadienne, l’avenir à court terme est sombre, et cela est directement imputable aux récentes politiques du CRTC intitulées *Parlons télé*.

Dans leur rapport intitulé *Canadian Television 2020 : Technological and Regulatory Impacts*³, Nordicity et le consultant en radiodiffusion Peter H. Miller ont conclu que d’ici l’année 2020, les décisions prises par le CRTC dans le cadre de *Parlons télé* coûteront au Canada :

- 15 130 emplois dans les médias;
- 400 millions de dollars chaque année en « dépenses de programmation canadienne » (18 %);
- Une perte annuelle de 1,4 milliard de dollars dans le PIB du Canada.



Les changements de technologies ou de comportement de l’auditoire n’ont rien à voir avec ces effets négatifs. Tout cela résulte est le résultat direct des

² Nanos Research, 29 septembre 2015, <http://www.les-amis.ca/node/13641>.

³ Cette étude de recherche a été commanditée par Les AMIS de la radiodiffusion en collaboration avec l’ACTRA, la Guilde canadienne des médias, la Guilde canadienne des réalisateurs et Unifor, <http://www.friends.ca/pub/13491>, <http://www.friends.ca/node/13490>, <http://www.les-amis.ca/node/13639>.

décisions réglementaires prises dans le cadre de l'initiative *Parlons télé* sous l'influence du gouvernement Harper – mettant ainsi en doute la viabilité des nouvelles télévisées locales au Canada.

Ce qui aggrave cette perte, c'est que les stations de télévision indépendantes, dans les marchés de petite et de moyenne taille, sont très vulnérables aux tendances économiques négatives, d'après une autre étude de Nordicity/Miller intitulée *Near Term Prospects for Local TV in Canada*⁴. Cette étude conclut que l'« héritage local de la télévision au Canada risque d'être victime de nombreuses coupures et fermetures de stations – qu'il serait possible d'éviter, de reporter ou de minimiser par la réaffectation, envisagée par le CRTC, des contributions obligatoires à "l'expression locale" des entreprises de distribution de la radiodiffusion (EDR), si elle était axée sur les stations de télévision privées présentes dans les marchés de petite et de moyenne taille » [TRADUCTION].

L'étude *Near Term Prospects* prévoit que jusqu'à la moitié des stations locales dans les marchés de petite et de moyenne taille – où il n'y a souvent pas de solution de rechange locale – disparaîtront d'ici 2020 en l'absence d'une réponse réglementaire. Cela mènerait également à la mise à pied d'un nombre estimatif de 910 journalistes et autres personnes qui s'occupent de la diffusion de nouvelles locales sur les ondes dans de petites villes du Canada.

L'étude a également conclu que les stations les plus vulnérables appartiennent à des indépendants et sont présentes dans des marchés de petite taille, comme Kamloops, Medicine Hat, Prince George, Lloydminster, Lethbridge, Red Deer, Regina, Yorkton, Prince Albert, Thunder Bay, Sudbury, Sault Ste. Marie, Timmins, North Bay, Peterborough, Kingston, Rivière-du-Loup, Val-d'Or, Rouyn-Noranda, Carleton, Rimouski, Sydney, Saint-Jean, Moncton et St. John's. Si l'on inclut les stations locales présentes dans les marchés de grande taille, l'étude projette que les pertes d'emploi pourraient augmenter à 3 490.

Le 15 juin, le CRTC a rendu publique une nouvelle politique concernant les nouvelles télévisées locales⁵. Le plan du Conseil est trop faible et trop tardif, et il repose sur la présomption erronée selon laquelle il y a suffisamment d'argent dans le système canadien de télévision pour assurer un avenir à la télévision locale. Les mesures annoncées pour aider les stations indépendantes dans les marchés de petite taille ne sont pas censées entrer en vigueur avant septembre 2017 – même si les stations

⁴ Cette étude, cofinancée par Les AMIS de la radiodiffusion et Unifor, a été présentée au CRTC le 5 novembre 2015, <https://www.friends.ca/files/PDF/nordicity-miller-report-on-future-of-local-tv-final.pdf>.

⁵ Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2016/2016-224.htm>.

locales indépendantes ont décrété un état d'urgence il y a onze mois de cela⁶. La politique est un tour de passe-passe : elle accorde un nouvel appui aux stations indépendantes locales tout en coupant le financement existant. Et même si le nouveau Fonds des nouvelles locales indépendantes est plus important que le fonds qu'il remplace, son appui sera dilué car il visera un plus grand nombre de diffuseurs.

Des stations fermeront leurs portes et le CRTC en portera le chapeau, même si les spectateurs et les auditeurs touchés en imputeront probablement la faute au gouvernement.

UNE CONTRIBUTION ÉQUITABLE DE LA PART D'INTERVENANTS TÉLÉ NON TRADITIONNELS

Les AMIS de la radiodiffusion souhaitent attirer votre attention sur un deuxième sujet de préoccupation important – le privilège qu'accorde les politiques générales à Netflix et à d'autres diffuseurs Internet étrangers, au désavantage des diffuseurs canadiens.

La décision de 1999 du CRTC d'exempter les formes non traditionnelles, basées sur IP, de diffusion et de présentation par télévision reposait sur la logique suivante : « le Conseil ne croit pas que la radiodiffusion néomédiatique menace la capacité des titulaires de licences traditionnelles à faire face à leurs obligations⁷ ».

Cette déclaration, qui date de dix-sept ans, n'est plus valide. Netflix à elle seule compte 5,2 millions d'abonnés au Canada.

En conséquence, Les AMIS de la radiodiffusion soutient que le CRTC est *légalement tenu* de revoir l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias et de déterminer, au regard de la *Loi sur la radiodiffusion*, quelle serait la contribution qui conviendrait pour les services de télévision par contournement (services TPC) et d'autres diffuseurs télé via Internet.

Cela ne veut pas dire que le CRTC doit nécessairement délivrer une licence à ces intervenants. L'ajout de conditions d'exemption qui exigerait une forme quelconque de contribution serait une mesure tout à fait indiquée et, de l'avis des AMIS de la radiodiffusion, essentielle.

⁶ <http://www.friends.ca/files/PDF/smits-letter-to-crtc-re-interim-local-tv-fund-final-09-03-15-3.pdf>.

⁷ Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-329, *Examen de la radiodiffusion par les nouveaux médias*, par. 22, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2009/2009-329.htm>.

Le Canada n'est pas seul à se débattre avec la question du rôle et de la contribution appropriée des services TPC étrangers. La France négocie actuellement avec Netflix au sujet de conditions d'entrée, en tenant compte des exigences préexistantes européennes de 50 % en matière de présentation et d'une exigence de dépenses en contenu français de 15 %⁸, tandis que l'Australie est récemment intervenue pour exiger que les diffuseurs d'émissions étrangères du type Netflix perçoivent les taxes de vente.

Shomi de Rogers et *CraveTV* de Bell perçoivent les taxes de vente auprès de leurs clients canadiens. Mais pas leur concurrent direct, Netflix. Il faudrait que le budget de 2017 traite de cette anomalie.

On estime que Netflix Canada dépense moins de 5 % de ses recettes canadiennes pour du contenu canadien. On ignore si les droits acquis pour cette somme ne se rapportent qu'à des droits canadiens ou s'ils incluent d'autres territoires.

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) canadiennes sont tenues de contribuer 5 % de leurs recettes au financement de la création d'émissions canadiennes. La contribution moyenne que l'on requiert des diffuseurs canadiens privés est de 30 %.

Netflix et des services TPC semblables qui exploitent leurs activités au Canada (Crackle, Canal+, etc.) et ailleurs sont en partie des programmeurs, en partie des diffuseurs. Un taux se situant quelque part entre 5 et 30 % serait donc approprié.

Une majorité de Canadiens seraient en faveur de contributions obligatoires de la part de programmeurs Internet du type télé aux émissions canadiennes, qu'ils effectueraient en tant que coût pour faire des affaires au pays. Selon un sondage Nanos Research tenu en septembre 2015⁹ et commandé par Les AMIS de la radiodiffusion :

- trois Canadiens sur cinq ne sont **pas d'accord** (44 % ne sont pas d'accord; 16 % sont légèrement en désaccord) avec l'idée que les entreprises étrangères qui diffusent au Canada soient dispensées de l'obligation de contribuer financièrement à soutenir les émissions canadiennes;
- près de sept répondants sur dix (68 %) rapportent que l'impression qu'ils ont du service de streaming en ligne Netflix (ou Canal+ au Québec) serait

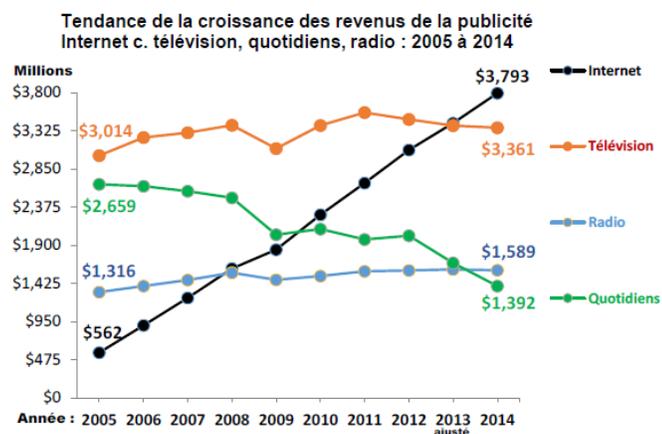
⁸ « Netflix confirms France launch despite protectionist hurdles », France24.com, 9 mai 2014.

⁹ Nanos Research, 29 septembre 2015, <http://www.les-amis.ca/node/13641>.

- plus positive (44 %) ou un peu plus positive (24 %) si le service contribuait financièrement à soutenir les émissions canadiennes;
- près de quatre répondants sur cinq (79 %) sont soit d'accord (64 %) soit plutôt d'accord (15 %) pour dire que les entreprises étrangères qui diffusent des émissions de télévision au Canada via Internet devraient être soumises aux mêmes règles que les entreprises canadiennes qui diffusent des émissions de télévision par câble, par satellite ou en direct.

RECOMMANDATIONS

Premièrement, la **politique fiscale**. La publicité faite par Internet entraîne des changements structurels, d'abord dans les médias imprimés, maintenant à la télévision, car les dépenses se sont multipliées par huit, passant à 3,8 G\$ depuis 2005. Cela représente plus du tiers de la publicité canadienne.



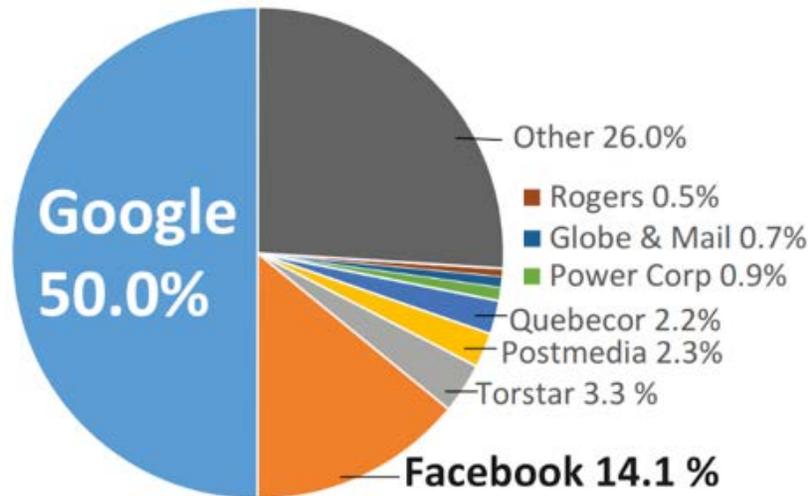
Source : Enquête d'IAB sur les revenus de la publicité au Canada, 2015.

Pourtant, les politiques fédérales visant à soutenir les médias locaux n'ont pas changé depuis les années 1990. La *Loi de l'impôt sur le revenu* devrait être mise à jour en vue d'exclure la déductibilité fiscale pour les plateformes de publicité par Internet que contrôlent ou que possèdent des entités étrangères – en plus des diffuseurs et des journaux transfrontaliers. La déductibilité fiscale devrait être limitée aux sites Internet appartenant à des entités canadiennes.

Ces médias numériques appartenant à des entités étrangères ont augmenté exponentiellement jusqu'à atteindre 35 % du marché publicitaire canadien. Les annonceurs canadiens obtiennent les mêmes avantages fiscaux pour les dépenses consacrées à ces annonces que pour les annonces diffusées dans des publications canadiennes et par l'entremise de diffuseurs canadiens. Voici un graphique du Forum des politiques publiques qui indique le niveau élevé de propriété étrangère dans ce segment énorme - et croissant - du marché de la publicité :

Who gets the advertising revenue?

Internet advertising revenue, percent market share, 2014



Source: Media and Internet Concentration in Canada Report 1984-2014, Canadian Media Concentration Research Project

ppforum.ca | 3

Traduction du graphique :

Qui obtient les recettes publicitaires? Recettes de la publicité par Internet, parts de marché, 2014

Other 26.0% = Autres 26,0 %

Source : Media and Internet Concentration in Canada Report 1984-2014, Canadian Media Concentration Research Project

L'un des annonceurs numériques les plus importants est le gouvernement du Canada, et la majeure partie de cet argent quitte le pays.

Le crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) soutient la plupart des émissions canadiennes produites de manière indépendante, autres que les émissions locales¹⁰. Ce soutien devrait être étendu aux émissions de nouvelles locales.

¹⁰ Le CIPC a été créé à une époque où les émissions locales étaient rentables.

Les AMIS de la radiodiffusion croient que le gouvernement devrait obliger Netflix et d'autres services TPC étrangers à percevoir les taxes de vente, comme sont tenus de le faire leurs concurrents canadiens.

Les enchères de la bande de 600 MHz, qui auront lieu l'année prochaine, réorienteront cette bande, utilisé pour la radiodiffusion, vers les communications mobiles, afin d'être en synchronisation avec nos voisins américains. Cela obligera les télédiffuseurs canadiens à faire l'achat de nouvelles technologies de transmission. Le Congrès des États-Unis se servira d'une partie des recettes pour dédommager les diffuseurs locaux de ce fardeau unique, mais pas le Canada. Le financement de ce coût d'investissement pourrait faire toute la différence pour les stations indépendantes qui fournissent leurs services dans des marchés de petite taille.

Deuxièmement, **les politiques du CRTC :**

Le gouvernement a le droit, en vertu des articles 7, 15, 26 et 28 de la *Loi sur la radiodiffusion*, de demander au Conseil de réexaminer ses décisions et ses politiques au regard des politiques et des priorités du gouvernement en matière de radiodiffusion.

Les AMIS de la radiodiffusion recommande que le gouvernement donne instruction au Conseil de :

- augmenter les contributions des EDR en vue de soutenir la télévision locale;
- modifier son ordonnance d'exemption relative aux médias numériques afin d'exiger que les fournisseurs de services de télévision par contournement (TPC) étrangers et nationaux contribuent à la réalisation d'émissions canadiennes. Les AMIS de la radiodiffusion recommande que l'on perçoive une contribution minimale de 10 % des recettes canadiennes sur les services de TPS fournis au Canada. Cette mesure pourrait être axée sur une combinaison de dépenses liées aux émissions canadiennes et de tierces parties comme le Fonds des médias du Canada et la SRC/CBC. Les AMIS de la radiodiffusion recommande que, du fait de leur importance, on oriente au moins 5 % des recettes de TPC vers la SRC/CBC, exclusivement pour des émissions d'intérêt national (EIN);
- s'assurer que les fournisseurs de services Internet et les exploitants de services mobiles soient tenus de donner la priorité aux médias locaux

canadiens diffusés par Internet, au moyen de mesures telles que des exemptions par rapport aux limites imposées à la bande passante¹¹.

Nous sommes impatients de pouvoir discuter de ces idées avec le Comité.

— 30 —

Pour informations : Jim Thompson (613) 567-9592

¹¹ C'est ce que l'on appelle habituellement la « gratuité ».