

Rétablir l'équilibre et assurer notre souveraineté culturelle

Mémoire présenté par :



Avec l'appui de :



Présenté au :

Comité permanent sénatorial des transports et communications

*Dans le cadre de la comparution relative au projet de loi C-11
Loi sur la diffusion continue en ligne*

3 juin 2022

Table des matières

Mise en contexte	5
1. Bien définir la notion « d'émission canadienne »	6
2. Encadrer les médias sociaux.....	8
3. Recourir aux artistes et travailleurs canadiens.....	9
4. Maintenir un processus ouvert et transparent par le biais d'audiences publiques.....	10
5. Préserver les pouvoirs du gouverneur en Conseil	11
Éléments à considérer pour les prochaines étapes	11
Annexe 1 : propositions d'amendements au projet de loi C-11	14

Mise en contexte

L'arrivée de géants américains du numérique dans l'univers de la diffusion, ainsi que leur accaparement des revenus publicitaires et d'abonnements nuisent grandement à l'équilibre du système de radiodiffusion canadien. Cette concurrence non réglementée et déloyale de la part des nouveaux joueurs a démultiplié l'offre et la capacité de rayonnement du contenu étranger (souvent des productions à grand budget) sur nos écrans et nos haut-parleurs et a dilué la capacité de financement et de rayonnement des productions canadiennes, en particulier les films, les séries et la musique francophones.

Non seulement les acteurs traditionnels qui contribuent à la production, la diffusion, la distribution et la découverte de nos contenus originaux sont placés dans une situation fragile, voire parfois extrêmement précaire, mais au surplus, c'est notre souveraineté culturelle qui est en danger, ainsi que notre droit à une information de qualité.

C'est ce qu'exprimait Sophie Prigent, présidente de l'Union des artistes (UDA) lors de son passage en 2021 au Comité permanent du Patrimoine :

« La télévision entre dans nos foyers et [la] radio entre dans nos voitures et nos maisons. Elles nous appartiennent et nous ressemblent. Elles véhiculent nos valeurs. Elles nous identifient et nous font évoluer ensemble. Bref, la radio ou la télévision nous servent de miroirs [en étant le reflet de qui nous sommes, notre identité et notre culture]. Les lois qui régissent ces médias devraient reconnaître les valeurs de l'identité et de la reconnaissance.

« Dans notre système actuel, l'ère numérique s'empare de plus en plus de la façon dont nous consommons les contenus de la télévision et de la radio. Forcément, le phénomène du rapport [à nous-même par ce] miroir est donc en train de diminuer tranquillement. L'inquiétude nous incite donc à nous demander si ce miroir diminuera à un point tel qu'un jour, nous ne pourrions plus nous y reconnaître et nous y voir. Ce serait profondément dramatique. À partir du moment où nous savons qui nous sommes, nous pouvons nécessairement mieux regarder l'autre et accepter sa différence. »¹

L'attrait de la déréglementation et du nivellement par le bas pour faciliter l'intégration des géants du secteur numérique est un leurre. À cet égard, nous saluons l'important travail des parlementaires qui ont bonifié le projet de loi initial à plusieurs égards, notamment en ce qui concerne la protection et la promotion du français dans

¹ <https://www.noscommunes.ca/DocumentViewer/fr/43-2/CHPC/reunion-14/temoignages>

l'univers médiatique et culturel anglophone de l'Amérique du Nord, les enjeux relatifs au contrôle et à la propriété des entreprises de radiodiffusion par des canadiennes et des canadiens et les pouvoirs réglementaires du CRTC, parmi d'autres enjeux. Nous constatons également que les parlementaires ont reconnu les médias sociaux comme des lieux importants de diffusion des contenus culturels audios et audiovisuels.

Cela dit, des progrès doivent encore être faits en ce qui concerne certains enjeux. Prenant acte des travaux qui se sont déroulés en 2021, nous avons choisi ici d'intervenir sur un nombre limité d'enjeux. Nous insistons, ces modifications sont nécessaires, mais elles ne peuvent servir de prétexte pour repousser aux calendes grecques cette réforme vitale : le temps joue définitivement contre nous, car d'année en année, à mesure que les géants étrangers pénètrent nos marchés, nos productions culturelles sont de moins en moins vues et écoutées. Nous devons absolument éviter que C-11 subisse le même sort que C-10 en mourant au feuillet.

Enfin, pour l'ensemble des propositions que nous présentons, et en particulier celles concernant les médias sociaux, nous avons une préoccupation : le Canada doit avoir un cadre réglementaire qui dans les prochaines années ne sera pas fixe, et ne répondra pas uniquement aux défis d'aujourd'hui. Au cours des prochaines années, ce cadre devra rester adéquat et adapté, malgré les transformations qui pourraient survenir sur le plan de la technologie ou des modèles d'affaires.

Nous abordons aussi brièvement dans ce mémoire quelques chantiers qui devront retenir l'attention au cours des prochains mois, après l'adoption de C-11. L'annexe 1 reprend le texte des amendements revendiqués.

1. Bien définir la notion « d'émission canadienne »

La loi actuelle oblige le CRTC à définir par règlement la notion d'émission canadienne. Cette notion est fondamentale, car la plupart des obligations réglementaires y sont associées : obligations de dépenses en émissions canadiennes, obligations relatives à la grille horaire d'émissions de certains diffuseurs, etc. C-11 propose des balises qui devront être respectées par le CRTC lorsque viendra le temps de réviser, s'il y a lieu, la définition d'émission canadienne. Tout en soutenant une telle approche, nous soulignons certaines lacunes.

Les critères proposés ouvriraient la porte à un recul, par rapport à la définition actuelle d'émission canadienne (voir à ce sujet la politique réglementaire 2020-905 du CRTC²). Actuellement, le CRTC définit la notion d'émission canadienne en imposant des conditions de trois natures : 1) le producteur (est-il canadien et exerce-t-il les vraies responsabilités et décisions ?), 2) le système de points permettant de

² <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-905.htm>

savoir si les fonctions clés de création sont remplies par des Canadiens (acteurs principaux, réalisateurs, etc.), 3) les dépenses en services engagées au Canada. Plus précisément, le CRTC considère que, pour qu'une émission soit canadienne, le producteur « doit être canadien et le principal responsable du contrôle et des décisions ayant trait à la production, du début à la fin des travaux ». En comparaison, ce qui est proposé dans C-11 est insuffisant, à savoir qu'il mentionne une « collaboration » entre un producteur canadien (détenant les droits d'auteurs) et le diffuseur. Qui prendrait les vraies décisions de production ? Accepterait-on de considérer comme canadienne une émission où l'entreprise de productions canadiennes n'est qu'une sous-traitante de géants étrangers du numérique qui, eux, prendraient les vraies décisions liées à la création ?

À cet égard, l'évolution de l'industrie numérique mondialisée est pour le moins inquiétante. Traditionnellement, les services numériques comme Netflix utilisaient les données collectées auprès des abonnés pour connaître leurs préférences et leur suggérer des contenus à visionner (ou à écouter) afin d'accroître l'engagement de leurs abonnés sur leur plateforme : quel abonné a regardé quelle série ? Avec quels acteurs et réalisateurs ? À quel moment de la journée ? Sur quel terminal ? Quel spectateur a fait « pause », combien de fois et à quel moment ? etc. Or, ces données sont de plus en plus utilisées pour définir les concepts artistiques des nouvelles productions et pour choisir les acteurs ainsi que les autres postes clés de création.

De telles tendances sont nuisibles à notre souveraineté culturelle. Ce l'est d'autant plus devant la volonté de certains géants du numérique de n'utiliser que des référents culturels prétendument universels, au détriment de référents culturels propres à des cultures spécifiques comme celles du Québec ou du Canada. Par exemple, dans une étude de 2016, la posture de Netflix est on ne peut plus claire : « Netflix a ainsi constaté que le comportement des fans était assez universel. De l'Argentine au Japon, les membres deviennent accros en regardant le même genre d'épisodes et s'identifient aux mêmes intrigues. » Cindy Holland, vice-présidente des programmes originaux Netflix expliquait alors : « Notre réseau mondial nous permet de diffuser [les séries] dans tous les pays et les données que nous recueillons indiquent à quel point nos membres regardent et réagissent de la même façon à certaines séries et histoires »³.

En somme, les tendances actuelles de l'industrie menacent la souveraineté culturelle et, face à cela, nous ne pouvons pas nous permettre d'assouplir la définition d'émission canadienne. C'est pourquoi notre proposition se base sur le libellé actuel des critères énoncés par le CRTC.

³ <https://www.latribune.fr/technos-medias/comment-netflix-fabrique-ses-series-a-succes-785278.html>

De plus, mentionnons qu'au paragraphe 10 (1.1), les balises pour définir la notion d'émission canadienne ne font aucunement allusion à la question des dépenses qui sont engagées auprès d'entreprises canadiennes en frais de service et en postproduction. C'est un manquement. Actuellement, la certification canadienne exige qu'au moins 75 % des dépenses liées à la production et la postproduction des émissions soient allouées à des services fournis par des Canadiens ou des entreprises canadiennes.

Enfin, le même paragraphe indique que pour qu'une émission soit considérée canadienne, les droits d'auteurs doivent appartenir à des Canadiens. Nous pensons que ce critère doit être élargi à l'ensemble des droits de propriété intellectuelle.

2. Encadrer les médias sociaux

Les médias sociaux ne constituent pas seulement un outil pour faciliter les échanges interpersonnels ou pour une diffusion à caractère amateur de contenus culturels. Il s'agit, de plus en plus, de plateformes incontournables pour la promotion, la diffusion et la consommation à grande échelle de contenus culturels.

Le projet de loi C-11 propose que, de manière générale, les émissions téléversées ne soient pas assujetties à la Loi sur la radiodiffusion. Une règle d'exception est toutefois prévue, permettant d'encadrer certains contenus téléversés vers les médias sociaux, lesquels seront déterminés par le CRTC, qui devra respecter les balises édictées dans la Loi. Cette approche laisse une plus grande flexibilité au CRTC, de manière à réglementer ce qui doit être réglementé et exempter les activités pour lesquelles cela n'est pas pertinent. Le CRTC pourra, à l'égard des émissions qu'il déterminera pertinent de réglementer, imposer aux plateformes de médias sociaux des obligations de découvrabilité, des redevances, etc. C'est ce que nous souhaitons. Seules les plateformes de médias sociaux qui diffusent ces contenus assujettis à la loi seront considérées comme des entreprises de radiodiffusion. Par ailleurs, aucun utilisateur de média social ne sera réglementé.

Si nous approuvons globalement cette approche, quelques éléments méritent des correctifs. D'une part, la manière dont les médias sociaux mettent à disposition des utilisateurs des émissions n'est pas seulement par le biais du téléversement de ces émissions. Ils le font aussi lorsque ces mêmes utilisateurs téléversent des liens hypertextes qui permettent aux autres utilisateurs d'être redirigés vers d'autres sites Internet où sont hébergées ces émissions. Cela doit être pris en compte, car un lien hypertexte n'est pas une émission, selon la définition actuelle prévue à la loi.

D'autre part, certains « utilisateurs » de services de médias sociaux s'apparentent à des diffuseurs, des distributeurs, voire dans une certaine mesure à des réseaux. Pensons par exemple au service VEVO sur You Tube et sur d'autres plateformes, qui est un acteur absolument incontournable en matière de « découvrabilité » des

vidéoclips musicaux. Si le législateur ne prévoit aucun mécanisme pour réglementer ces « utilisateurs », cela pourrait créer un régime à deux vitesses : ces diffuseurs seraient réglementés lorsqu'ils diffusent des émissions sur leurs propres sites Internet (étant alors considérés comme des « entreprises en ligne »), alors qu'ils ne le seraient pas s'ils téléversent les émissions sur des plateformes de médias sociaux. Il est aussi nécessaire de réglementer ce genre « d'utilisateurs », car ils ont une influence déterminante sur la visibilité des contenus musicaux et audiovisuels. Nous proposons d'instaurer une règle générale où les utilisateurs de médias sociaux ne sont pas réglementés et une règle d'exception qui permet au CRTC, par voie de règlement, de réglementer certains utilisateurs, selon des balises précises définies par la loi. Suivant notre proposition, les « utilisateurs » qui pourraient potentiellement être visés par cette règle d'exception seraient soit les entreprises de radiodiffusion qui, par ailleurs, ont déjà des obligations réglementaires fixées par le CRTC ou soit les entreprises qui diffusent sur une plateforme de média social des contenus audios et audiovisuels produits par un tiers. À l'exception des entreprises de radiodiffusion réglementées, le CRTC ne pourrait donc pas imposer de réglementation aux utilisateurs qui diffusent eux-mêmes leurs contenus, c'est-à-dire la très grande majorité des utilisateurs de médias sociaux.

Enfin, nous pensons que le CRTC devrait avoir le pouvoir d'imposer un régime de redevances aux plateformes de médias sociaux, basé sur l'ensemble de leurs revenus, et non seulement les revenus tirés des émissions assujetties à la loi. Cela permettrait de contrer une sorte « d'évitement fiscal » de la part des services de médias sociaux, tout en simplifiant l'administration de ce régime de redevances (d'autant plus que les revenus touchés en publicité par certaines plateformes de médias sociaux ne sont pas toujours associés à des émissions en particulier).

3. Recourir aux artistes et travailleurs canadiens

La Loi dans sa forme actuelle contient des dispositions selon lesquelles les télédiffuseurs, les radiodiffuseurs et les distributeurs (p. ex. câblodistributeurs) doivent faire appel au maximum à des artistes et des travailleurs canadiens.

En cette matière, les modifications proposées aux alinéas 3 (1) f) et f.1) de la Loi sont problématiques, car elles amènent des obligations différentes et moins contraignantes pour les géants étrangers du numérique comparativement aux entreprises canadiennes. Alors que les entreprises canadiennes doivent faire appel « au maximum » aux artistes et travailleurs canadiens, « et dans tous les cas de manière prédominante », les géants étrangers ne seront tenus de le faire que « dans toute la mesure du possible ». Tout au plus, le CRTC sera tenu de traiter l'ensemble des entreprises, canadiennes et étrangères, avec équité (voir 5(2)a.2)). Les géants du numérique pourraient invoquer cette disparité pour tenter de justifier une approche plus complaisante à leur égard. Le Conseil doit avoir pour mission d'accroître

résolument le recours aux artistes et autres travailleuses et travailleurs d'ici, sans quoi la réforme législative ne sera qu'un miroir aux alouettes.

Les députés, lors des travaux en comité sur le projet de loi C-10 ont tenté de limiter les effets d'un système à deux vitesses où les diffuseurs étrangers auraient des obligations moins importantes quant au recours aux talents canadiens. C'est la raison pour laquelle ils ont ajouté le libellé suivant : « 3(1)f.1) les entreprises en ligne étrangères sont tenues (...) de contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant compte de la dualité linguistique du marché qu'elles desservent ; ». Nous pensons que cette obligation devrait s'appliquer à l'ensemble des composantes du système de radiodiffusion. C'est pourquoi nous proposons de modifier l'alinéa 3(1)e).

Par ailleurs, nous avons constaté par le passé que le fait que des entreprises ne soient pas implantées dans nos marchés peut créer des obstacles additionnels pour notre milieu culturel. Nous avons par exemple constaté que les Fonds de production indépendants certifiés qui ne sont pas implantés dans le marché francophone, comme le Fonds Rogers ou le Fonds Shaw ont des critères de financement qui sont moins bien adaptés à notre marché, ce qui s'explique en partie parce que leurs décideurs connaissent moins bien ces marchés. Nous craignons que des diffuseurs étrangers comme Netflix ou Amazon aient plus de réticences à financer des contenus qui visent spécifiquement nos marchés si leurs décideurs n'y sont pas eux-mêmes implantés. La politique canadienne de radiodiffusion devrait fixer les attentes à cet égard de la part des entreprises en ligne étrangères.

Enfin, C-11 veut introduire un critère qui vient limiter la capacité d'intervention du CRTC d'imposer aux entreprises des conditions de radiodiffusions si celles-ci ne contribuent pas de façon importante à la politique canadienne de radiodiffusion (5(2)h)). Cet ajout n'est pas nécessaire selon nous, étant donné les pratiques existantes du CRTC. Cette modification législative pourrait être invoquée par des entreprises pour justifier plus facilement des relâchements dans l'encadrement réglementaire.

4. Maintenir un processus ouvert et transparent par le biais d'audiences publiques

Actuellement, l'exercice de renouvellement des licences est un moment fort en matière de reddition de compte des entreprises et de participation citoyenne. C'est à ce moment que les intervenants peuvent poser des questions, faire des bilans et des recommandations pour amener le CRTC à prendre les meilleures décisions possibles. Les entreprises de radiodiffusion sont naturellement mieux outillées que les autres parties prenantes pour influencer sur le processus réglementaire et seul un processus

ouvert et transparent est à même d'assurer un équilibre adéquat quand vient le temps d'effectuer l'arbitrage entre des intérêts divergents.

Comme proposé par C-11, les licences des diffuseurs traditionnels pourraient être fixées pour des durées indéterminées et les services en ligne n'auraient pas à demander de licence de radiodiffusion. Le processus d'audiences publiques devient donc inopérant. C-11 introduit bel et bien un processus périodique d'audience publique aux sept ans (voir 34.01 (1)), mais ce processus permettra davantage à évaluer le système réglementaire dans son ensemble que de porter un jugement spécifique sur de nouvelles conditions de services pour un diffuseur donné.

C'est pourquoi la prise des ordonnances imposant des conditions de service à une entreprise ou un groupe d'entreprises devrait donner lieu à des audiences publiques, comme c'est le cas actuellement pour les conditions de licences de radiodiffusion. La participation citoyenne est un principe fort de la Loi qu'il ne faut pas affaiblir.

5. Préserver les pouvoirs du gouverneur en Conseil

Actuellement, le gouverneur en Conseil peut annuler ou renvoyer pour réexamen une décision du CRTC qui touche les licences des radiodiffuseurs s'il estime que les objectifs de la loi ne sont pas atteints. C'est ce qu'il a fait en 2017, lorsqu'il a estimé que les conditions de licences initialement imposées aux grands groupes télévisuels francophones ne protégeaient pas assez le français. Ce pouvoir doit être étendu, notamment pour couvrir les décisions du CRTC qui édicteront les responsabilités et les obligations des entreprises numériques qui ne seront pas régies par des conditions de licences. C'est donc un rouage essentiel pour garantir notre souveraineté culturelle, qui préserve en même temps le principe selon lequel le gouvernement agit avec une saine distance dans la mise en place et l'application du processus réglementaire qui s'applique aux médias.

Ce pouvoir du gouverneur en Conseil doit donc s'appliquer aux ordonnances du CRTC. Il ne s'agit pas de lui donner un nouveau pouvoir, mais bien de préserver celui qui existe déjà.

Éléments à considérer pour les prochaines étapes

Dans l'état actuel des choses, la bonification et l'adoption du projet de loi constituent une priorité à court terme. Nous croyons toutefois utile de dresser à grands traits la liste des chantiers qui doivent être entamés au cours des prochains mois.

Premièrement, nous saluons l'intention affichée du gouvernement de déposer un décret d'instruction à l'intention du CRTC. Le projet de décret publié en 2020 devra être revu et bonifié pour tenir compte des modifications au projet de loi survenues entretemps. Certains passages devront être modifiés pour éviter la déréglementation

et un nivellement par le bas des obligations réglementaires imposées aux entreprises. De plus, ce projet de décret ne donnait que très peu de balises sur des enjeux fondamentaux du système réglementaire devant être pris en considération par le CRTC. Voici quelques-uns de ces enjeux en rafale : les quotas relatifs au contenu original francophone, les exigences en matière de diversité des genres d'émissions, les critères concernant l'allocation des sommes perçues par le biais des redevances, les critères pour élaborer des obligations en matière de promotion et de découvrabilité des contenus, la réglementation de la distribution de contenu par les entreprises en ligne, la politique de diversité des voix, le maintien de la propriété et du contrôle des entreprises en ligne canadiennes, la promotion de l'information, et en particulier de l'information locale, etc. Idéalement, par souci de transparence, le gouvernement devrait rendre public un nouveau projet de décret durant le processus législatif en cours. En plus de donner des instructions au CRTC, le gouvernement devra s'assurer que ce dernier disposera des moyens financiers suffisants pour s'acquitter convenablement et rapidement de ses nouveaux pouvoirs et responsabilités.

Deuxièmement, le gouvernement devrait présenter dans les plus brefs délais un projet de loi visant à assurer une juste rémunération des médias d'information par les plateformes numériques. L'approche de l'Australie en la matière nous semble intéressante. Nous porterons une attention particulière à l'enjeu de la transparence, ainsi qu'à l'interdiction de discrimination dans les pratiques des plateformes entre les entreprises médiatiques, selon qu'elles aient recours ou non aux procédures prévues par la loi.

Troisièmement, nous demandons au gouvernement et à l'ensemble des partis politiques de s'engager à déposer et à adopter un second projet de loi concernant la Loi sur la radiodiffusion, afin de répondre à certains enjeux soulevés dans le rapport Yale qui ne sont pas traités dans le cadre du projet de loi actuel. Cette deuxième phase doit porter sur la Société Radio-Canada (SRC), afin de bonifier son financement, de consolider et poursuivre les réformes entamées en matière de gouvernance et de revoir sa mission, telle qu'inscrite dans la Loi.

Quatrièmement, le gouvernement doit présenter un plan complet pour revoir l'ensemble du financement dédié aux médias, aux productions culturelles, aux artistes et aux journalistes. Des aspects fondamentaux de ce plan seront couverts par la réforme en cours de la Loi sur la radiodiffusion et le projet de loi à venir sur la rémunération des médias d'information. Mais cette réforme sera incomplète si l'on ne s'assure pas que des contributions sous forme de redevances soient imposées aux fournisseurs d'accès Internet. L'élargissement du crédit d'impôt sur la masse salariale journalistique devrait également venir en appui à ces initiatives. Par ailleurs, le gouvernement devra également s'intéresser au revenu des artistes découlant des droits d'auteurs. Les défis sur ces droits n'ont jamais été aussi grands dans le contexte

de la mondialisation de la culture et la présence grandissante du numérique dans la production culturelle. En effet, bien que d'importants efforts aient été déployés dans les dernières années, la *Loi sur le droit d'auteur* présente toujours de nombreuses lacunes qui ne répondent pas aux besoins des artistes qui désirent protéger leurs œuvres ainsi qu'être reconnus et compensés lors de l'utilisation de ces dernières.

Cinquièmement, afin d'assurer une équité fiscale pour toutes les entreprises en activité au Canada, certaines réformes fiscales devraient être faites. En premier lieu, il est important de réformer les règles touchant les déductions fiscales relatives aux dépenses publicitaires, de manière à s'assurer que les dépenses encourues sur des sites Internet ne bénéficient plus de règles d'exception. En second lieu, il est essentiel de réformer les règles fiscales à l'égard de l'impôt sur les bénéfices, pour s'assurer que les entreprises numériques étrangères soient dûment imposées sur les bénéfices réalisés au Canada. Nous appuyons l'accord intervenu en octobre 2021 entre 137 pays concernant la réforme du système fiscal international et, d'ici à ce que cet accord soit mis en œuvre, nous demandons au Canada d'instituer au plus tôt la taxe temporaire sur les services numériques et de l'appliquer à l'ensemble des grandes multinationales numériques, incluant Netflix.

Annexe 1 : propositions d'amendements au projet de loi C-11

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
Paragraphe inexistant	Paragraphe inexistant	<p><i>Ajouter un paragraphe 2 (X) :</i></p> <p>Lien hypertexte</p> <p><u>2 (X) Aux fins de l'application du paragraphe 4.1 (2), un lien hypertexte qui redirige les utilisateurs de média social vers une émission offerte par un service d'une entreprise en ligne est considéré comme une émission au sens de la loi.</u></p>	<p>Certains services de programmation en ligne utilisent les médias sociaux comme principale vitrine pour leurs émissions, sans que ces émissions soient hébergées sur les sites Internet des médias sociaux. Ces services de programmation téléversent des liens hypertextes vers un service de média social pour que les autres utilisateurs y aient accès. Lorsque les autres utilisateurs cliquent sur le lien hypertexte, ils sont redirigés vers le service de programmation en question. Or, ces liens hypertextes ne sont pas considérés comme des émissions. Selon C-11, la loi ne s'applique donc pas à ces cas de figure.</p> <p>Nous pensons que les services de médias sociaux devraient avoir des obligations de découvrabilité pour ces liens hypertextes, au même titre que les émissions qui sont téléversées de la manière prévue au paragraphe 4.1 (2), c'est-à-dire notamment les émissions qui feront l'objet d'un règlement du CRTC (par exemple parce que ces émissions génèrent des revenus).</p>
Paragraphe inexistant	<p>Exclusion — exploitation d'une entreprise de radiodiffusion</p> <p>Art 2 (2.1) Ne constitue pas l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion pour l'application de la</p>	<p><i>Ajouter un paragraphe 2 (2.X) :</i></p> <p>Certains utilisateurs de médias sociaux</p>	<p>Certains utilisateurs s'apparentent à des diffuseurs ou distributeurs en bonne et due forme. L'impossibilité de les réglementer pourrait engendrer un système à deux</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
	<p>présente loi le fait, pour l'utilisateur d'un service de média social, de téléverser des émissions en vue de leur transmission par Internet et de leur réception par d'autres utilisateurs, pourvu que cet utilisateur ne soit pas le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un deux.</p>	<p><u>2 (2.X) Malgré le paragraphe 2.1, constitue l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion pour l'application de la présente loi le fait, pour l'utilisateur d'un service de média social, de téléverser des émissions en vue de leur transmission par Internet et de leur réception par d'autres utilisateurs, si l'utilisateur est visé par un règlement pris en vertu de l'article X.</u></p> <p><i>Ajouter un article X :</i></p> <p>Règlement — utilisateurs de médias sociaux</p> <p><u>X (1) Pour l'application du paragraphe 2 (2.X), le Conseil peut, par règlement, prévoir les utilisateurs d'un service de média social qui sont assujettis à la présente loi.</u></p> <p>Critères</p> <p><u>(2) Pour la prise de règlements en vertu du paragraphe (1), le Conseil tient compte des critères suivants :</u></p> <p><u>a) le fait que l'utilisateur soit une entreprise qui elle-même, son actionnaire, son affiliée ou le mandataire de l'un d'eux soit une entreprise de radiodiffusion qui est tenue d'être exploitée en vertu d'une licence, ou qui est tenue d'être enregistrée auprès du Conseil ;</u></p>	<p>vitesse : considérer ces entités comme des entreprises de radiodiffusion lorsqu'ils diffusent des contenus sur leur propre plateforme et ne pas les considérer comme des entreprises de radiodiffusions lorsque ces mêmes entreprises téléversent leurs émissions via les plateformes de médias sociaux.</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
		<p><u>b) le fait que l'utilisateur soit une entreprise qui elle-même, son actionnaire, son affiliée ou le mandataire de l'un d'eux acquiert des droits de diffusion des émissions produites par un tiers :</u></p> <p>Émissions considérées</p> <p><u>(3) Le paragraphe (2) s'applique seulement en ce qui concerne les émissions considérées comme des émissions au sens du paragraphe 4.1 (2).</u></p>	
Paragraphe inexistant	<p>Exclusion — service de média social</p> <p>2 (2.2) Pour l'application de la présente loi, l'entreprise en ligne fournissant un service de média social n'exerce pas un contrôle de la programmation sur les émissions téléversées par tout utilisateur du service de média social qui n'est pas le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un d'eux.</p>	<p><i>Modifier le paragraphe 2 (2.2) de la manière suivante :</i></p> <p>Exclusion — service de média social</p> <p>2(2.2) Pour l'application de la présente loi, l'entreprise en ligne fournissant un service de média social n'exerce pas est réputée ne pas exercer un contrôle de la programmation sur les émissions téléversées par tout utilisateur du service de média social qui n'est pas le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un d'eux. "</p>	Si le modèle d'affaire d'un média social évolue d'une telle manière qu'un contrôle de la programmation est dorénavant exercé, il devrait pouvoir être possible de mettre en preuve un tel contrôle, de manière à renverser (selon la preuve, au cas par cas) cette exclusion.
<p>3 (1) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion :</p> <p>e) tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la</p>	Aucune modification proposée	<p>e) tous les éléments du système doivent contribuer fortement, de façon équitable et de la manière qui convient, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant compte de la</p>	Dans le projet de loi C-11, il est proposé d'ajouter l'alinéa 3 (1)f.1 qui indique notamment : « les entreprises en ligne étrangères sont tenues (...) de contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
présentation d'une programmation canadienne;		<u>dualité linguistique du marché qu'elles desservent :</u>	compte de la dualité linguistique du marché qu'elles desservent ; » Pour nous, cette obligation devrait s'appliquer non seulement aux entreprises en ligne étrangère, mais à tous les éléments du système canadien de radiodiffusion. C'est pourquoi nous proposons de biffer 3 (1)f.1) et de ramener les éléments de cet énoncé à l'intérieur de l'alinéa 3 (1)e).
<p>3 (1) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion :</p> <p>f) toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation à moins qu'une telle pratique ne s'avère difficilement réalisable en raison de la nature du service — notamment, son contenu ou format spécialisé ou l'utilisation qui y est faite de langues autres que le français ou l'anglais — qu'elles fournissent, auquel cas elles devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du possible;</p>	<p>3 (1) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion :</p> <p>f) les entreprises de radiodiffusion canadiennes sont tenues d'employer des ressources humaines — créatrices et autres — canadiennes et de faire appel à celles-ci au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, pour la création, la production et la présentation de leur programmation, à moins qu'une telle pratique ne s'avère difficilement réalisable en raison de la nature du service — notamment, son contenu ou format spécialisé ou l'utilisation qui y est faite de langues autres que le français ou l'anglais — qu'elles fournissent, auquel cas elles devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du possible;</p> <p>f.1) les entreprises en ligne étrangères sont tenues de faire appel dans toute la mesure du possible aux ressources humaines — créatrices et autres — canadiennes et de contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant compte de la dualité linguistique du marché qu'elles desservent;</p>	<p><i>Modifier l'alinéa 3 (1) f) de la manière suivante :</i></p> <p>f) les entreprises de radiodiffusion canadiennes sont tenues <u>de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de façon prédominante, aux ressources canadiennes — créatrices et autres —</u> pour la création, la production et la présentation de leur programmation <u>canadienne, et doivent contribuer de façon significative à la création, la production et la présentation de programmation canadienne dans la plus grande mesure possible qui convient selon la nature de l'entreprise.</u></p> <p><i>Biffer l'alinéa 3 (1)f.1).</i></p>	<p>Le texte de loi devrait minimiser au maximum l'écart de langage dans les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion entre les entreprises canadiennes et les entreprises étrangères.</p> <p>Le texte actuel consacre des obligations moindres pour les géants numériques étrangers que pour les entreprises canadiennes.</p> <p>Nous proposons de biffer 3 (1)f.1). Toutefois, une partie de l'énoncé devrait s'appliquer non seulement aux entreprises en ligne étrangère, mais à tous les éléments du système de radiodiffusion. C'est pourquoi nous suggérons un amendement à l'alinéa 3 (1)e) (voir ci-dessus).</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
Alinéa inexistant	Alinéa inexistant	<p><u>3 (1) x) Les entreprises en ligne étrangères devraient, dans la mesure où leurs ressources financières et autres le leur permettent, établir et maintenir un établissement commercial et un centre décisionnel au Canada dans les marchés qu'elles desservent.</u></p>	<p>L'éloignement des centres de décisions influence l'écoute des diffuseurs dans leur décision en matière d'acquisition ou de mise en marché du contenu original francophone.</p> <p>La formulation tient compte des capacités financières des entreprises en ligne, de sorte que cet objectif s'applique aux plus gros joueurs étrangers de l'industrie.</p>
Article inexistant	<p>Non-application — émissions sur un service de média social</p> <p>4.1 (1) La présente loi ne s'applique pas à l'émission qui est téléversée vers une entreprise en ligne fournissant un service de média social par un utilisateur du service en vue de sa transmission par Internet et de sa réception par d'autres utilisateurs.</p> <p>Application — certaines émissions</p> <p>(2) Malgré le paragraphe (1), la présente loi s'applique à l'émission qui est téléversée de la manière prévue à ce paragraphe dans l'un ou l'autre des cas suivants :</p> <p>a) elle est téléversée par le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un d'eux;</p> <p>b) elle est visée par un règlement pris en vertu de l'article 4.2.</p> <p>Non-application — service de média social</p>	<p><i>Modifier le paragraphe 4.1 (1) de la manière suivante :</i></p> <p>4.1 (1) Sauf en ce qui concerne le pouvoir du Conseil d'imposer des redevances à une entreprise en ligne fournissant un service de média social, la présente loi ne s'applique pas à l'émission qui est téléversée vers une entreprise en ligne fournissant un service de média social par un utilisateur du service en vue de sa transmission par Internet et de sa réception par d'autres utilisateurs.</p>	<p>Le CRTC devrait pouvoir imposer des redevances aux médias sociaux sur l'ensemble de leurs revenus et non pas seulement sur les revenus générés par les émissions qui s'appliquent en vertu de l'article 4.1 (2).</p> <p>Dans le cas contraire, les services de médias sociaux pourraient être tentés de faire de « l'évitement fiscal », en tentant de réduire l'exposition des utilisateurs au contenu assujetti à des redevances.</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
	<p>(3) La présente loi ne s'applique pas aux entreprises en ligne dont la radiodiffusion se limite aux émissions qui ne sont pas assujetties à la présente loi au titre du présent article.</p> <p>Précision</p> <p>(4) Il est entendu que le présent article n'a pas pour effet d'empêcher l'application de la présente loi à une émission qui — hormis qu'elle n'est pas téléversée de la manière prévue au paragraphe (1) — est la même que l'émission qui n'y est pas assujettie en vertu du présent article.</p>		
Alinéa inexistant	<p>Réglementation et surveillance</p> <p>5 (2) La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois :</p> <p>h) tenir compte de la diversité d'entreprises de radiodiffusion assujetties à la présente loi, et éviter d'imposer des obligations à l'égard de toute catégorie d'entreprises de radiodiffusion si une telle imposition ne contribue pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion.</p>	<p><i>Remplacer l'alinéa 5 (2) h) proposé par :</i></p> <p>5 (2) La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois :</p> <p>h) tenir compte de la diversité d'entreprises de radiodiffusion assujetties à la présente loi, et éviter d'imposer des obligations à l'égard de toute catégorie d'entreprises de radiodiffusion si une telle imposition ne contribue pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion.</p>	<p>L'alinéa tel que proposé par C-11 limite inutilement l'intervention du CRTC.</p> <p>Cette modification législative pourrait être invoquée par des entreprises pour justifier plus facilement des relâchements dans l'encadrement réglementaire.</p>
		<p>Observations</p> <p>8 (2) Le ministre :</p> <p>a) fixe dans l'avis la durée de la période durant laquelle les intéressés peuvent faire leurs observations, celle-ci devant se terminer au plus tôt trente jours après la publication de l'avis ;</p>	<p>Dans le cadre du processus de consultation précédant l'adoption d'un décret d'instruction du gouverneur en Conseil, la transparence doit être de mise. Ainsi, les observations reçues doivent être rendues publiques.</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
		<p>b) publie, de la manière qu'il estime indiquée, un rapport résumant les observations qu'il a reçues durant cette période.</p>	
Paragraphe inexistant	<p>Règlements — émissions canadiennes</p> <p>10(1.1) Pour la prise de tout règlement en vertu de l'alinéa (1)b), le Conseil tient compte des questions suivantes :</p> <p>a) la question de savoir si les Canadiens détiennent les droits d'auteur à l'égard des émissions, contrôlent l'exploitation de ces émissions et conservent une partie importante et équitable de leur valeur;</p> <p>b) la question de savoir si les postes de création clés dans la production des émissions sont principalement occupés par des Canadiens;</p> <p>c) la question de savoir si les émissions contribuent à l'avancement de l'expression artistique et culturelle canadienne;</p> <p>d) la question de savoir si les exploitants d'entreprises en ligne ou d'entreprises de programmation collaborent, selon le cas, avec des producteurs canadiens indépendants, des exploitants d'entreprises de radiodiffusion canadiennes qui produisent leurs propres émissions ou des producteurs associés à des entreprises de radiodiffusion canadiennes;</p> <p>e) toute autre question prévue par règlement.</p>	<p><i>Modifier les alinéas 10 (1.1)a) et d) et ajouter un nouvel alinéa de la manière suivante :</i></p> <p>a) la question de savoir si les Canadiens détiennent les droits de propriété intellectuelle à l'égard des émissions, contrôlent l'exploitation de ces émissions conservent une partie importante et équitable de leur valeur et de savoir s'ils sont les principaux responsables du contrôle et des décisions ayant trait à la production de ces émissions, du début à la fin des travaux ;</p> <p>(...)</p> <p>d) la question de savoir si les exploitants d'entreprises en ligne ou d'entreprises de programmation collaborent, selon le cas, avec des producteurs canadiens indépendants, <u>des titulaires canadiens d'œuvres musicales et d'enregistrements sonores, des exploitants d'entreprises de radiodiffusion canadiennes qui produisent leurs propres émissions ou des producteurs associés à des entreprises de radiodiffusion, pour atteindre les objectifs du sous-alinéa a) ;</u></p>	<p>Nous ne voulons pas que des émissions soient considérées comme des émissions canadiennes si le processus créatif n'est pas principalement entre les mains de Canadiens.</p> <p>Pour être considérée comme émission canadienne, l'émission devrait être produite par un producteur canadien et le producteur canadien doit être le principal responsable du contrôle et des décisions de production. À cet égard, les notions de droits de propriété et de « collaboration » (à l'alinéa d)) sont importantes, mais pas suffisantes. Actuellement, selon la politique réglementaire 2010-905 du CRTC, pour qu'une émission soit canadienne, le producteur « doit être canadien et le principal responsable du contrôle et des décisions ayant trait à la production, du début à la fin des travaux ». Des producteurs délégués étrangers sont permis, mais des règles visent à s'assurer que les Canadiens soient les principaux décideurs. Le libellé que nous proposons s'inspire donc directement des balises actuellement utilisées par le CRTC.</p> <p>La notion de droits d'auteurs devrait être élargie (alinéa a)), afin que les critères</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
	<p>Règlements</p> <p>(1.2) Le gouverneur en conseil peut prendre des règlements prévoyant les questions dont le Conseil doit tenir compte en application de l'alinéa (1.1)e).</p>	<p>(...)</p> <p><u>x) la question de savoir si une proportion prépondérante des dépenses liées à l'émission et des dépenses postproduction sont payées pour des services fournis par des Canadiens ou des entreprises canadiennes.</u></p>	<p>s'appliquent pour l'ensemble des droits de propriété intellectuelle, incluant ceux découlant des œuvres musicales et des enregistrements sonores.</p> <p>Par ailleurs, la notion d'émission canadienne doit tenir compte des dépenses qui sont faites auprès des Canadiens ou des entreprises canadiennes (en plus de la question de savoir si les postes clés de création sont occupés par des Canadiens). Le CRTC applique actuellement des critères relatifs à ces dépenses.</p>
<p>Audiences publiques : obligation 18 (1) Sont subordonnées à la tenue d'audiences publiques par le Conseil, sous réserve de disposition contraire, l'attribution, la révocation ou la suspension de licences — à l'exception de l'attribution d'une licence d'exploitation temporaire d'un réseau —, ainsi que l'établissement des objectifs mentionnés à l'alinéa 11 (2) b) et la prise d'une ordonnance au titre du paragraphe 12 (2).</p> <p>Idem (2) La modification et le renouvellement de licences font aussi l'objet de telles audiences sauf si le Conseil estime que l'intérêt public ne l'exige pas.</p>	<p>Audiences publiques : obligation 18 (1) Sont subordonnées à la tenue d'audiences publiques par le Conseil, sous réserve de disposition contraire, l'attribution, la révocation ou la suspension de licences — à l'exception de l'attribution d'une licence d'exploitation temporaire d'un réseau —, ainsi que l'établissement des objectifs mentionnés aux alinéas 11 (2) b) et <u>11.1 (6) b)</u> et la prise d'une ordonnance au titre du paragraphe 12 (2).</p> <p>[Aucune modification au paragraphe 18 (2)]</p>	<p><i>Modifier le paragraphe 18 (1) :</i></p> <p>18 (1) Sont subordonnées à la tenue d'audiences publiques par le Conseil, sous réserve de disposition contraire, l'attribution, la révocation ou la suspension de licences — à l'exception de l'attribution d'une licence d'exploitation temporaire d'un réseau —, ainsi que l'établissement des objectifs mentionnés aux alinéas 11 (2) b) et <u>11.1 (6) b)</u> et la prise d'une ordonnance au titre <u>des paragraphes 9 (1) et 12 (2).</u></p>	<p>La proposition de C-11 limite énormément le recours aux audiences publiques à l'égard des conditions imposées aux entreprises en ligne par le biais d'ordonnances. Étant donné que ces ordonnances auront une énorme influence sur la politique canadienne de radiodiffusion, il y a lieu de prévoir la tenue d'audiences publiques.</p> <p>La tenue des audiences publiques est essentielle. C'est grâce à la participation aux audiences de toutes les parties prenantes que le Conseil peut faire l'arbitrage adéquat entre les intérêts financiers des entreprises de radiodiffusion et l'intérêt public en matière linguistique et culturelle.</p>

Articles de la Loi, version actuelle	Articles selon C-11	Propositions FNCC-CSN, UDA, ARRQ, GMMQ	Explications
<p>Annulation ou renvoi au Conseil 28 (1) Le gouverneur en conseil peut, par décret pris dans les quatre-vingt-dix jours suivant la décision en cause, sur demande écrite reçue dans les quarante-cinq jours suivants celle-ci ou de sa propre initiative, annuler ou renvoyer au Conseil pour réexamen et nouvelle audience la décision de celui-ci d'attribuer, de modifier ou de renouveler une licence, s'il est convaincu que la décision en cause ne va pas dans le sens des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion.</p>	<p>Annulation ou renvoi au Conseil 28 (1) Le gouverneur en conseil peut, par décret pris dans les quatre-vingt-dix <u>cent quatre-vingts</u> jours suivant la décision en cause, sur demande écrite reçue dans les quarante-cinq jours suivants celle-ci ou de sa propre initiative, annuler ou renvoyer au Conseil pour réexamen et nouvelle audience la décision de celui-ci d'attribuer, de modifier ou de renouveler une licence <u>en vertu de l'article 9</u>, s'il est convaincu que la décision en cause ne va pas dans le sens des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion.</p>	<p><i>Ajouter le paragraphe un paragraphe 28 (1.1) :</i></p> <p>Annulation ou renvoi au Conseil : ordonnances 28 (1) Le gouverneur en conseil peut, par décret pris dans les cent quatre-vingt jours suivant la décision en cause, sur demande écrite reçue dans les quarante-cinq jours suivants celle-ci ou de sa propre initiative, annuler ou renvoyer au Conseil pour réexamen et nouvelle audience la <u>toute</u> décision de celui-ci d'attribuer, de modifier ou de renouveler une licence en vertu de l'article 9, s'il est convaincu que la décision en cause ne va pas dans le sens des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion.</p>	<p>C-11 ne permet pas au gouverneur en conseil de revoir une décision du CRTC à l'égard des obligations imposées aux entreprises en ligne.</p> <p>Rappelons que, lors du dernier exercice de renouvellement de licences de langue française des grands groupes de propriété, c'est grâce au décret du gouverneur en conseil que la décision du CRTC a été revue, afin d'imposer que 75 % des dépenses en émission canadienne devaient être dédiées à des émissions originales francophones. Ce pouvoir a donc permis de protéger de manière notable la spécificité culturelle francophone.</p>
<p>N/A</p>	<p>L'expression « les minorités francophones et anglophones du Canada » est utilisée aux articles 2 (3)b), 3 (1)d)(iii.3), 3 (1)i)(i.1), 5 (2)a), 5 (2)e), 5.1, 5.2 (1) et 5.2 (2)c) de la Loi sur la radiodiffusion.</p>	<p><i>Remplacer l'expression « les minorités francophones et anglophones du Canada » par « <u>les communautés de langue officielle en situation minoritaire</u> » dans ces mêmes articles de loi.</i></p>	<p>Nous souhaitons revenir au vocabulaire initial de C-10 de « les communautés de langue officielle en situation minoritaire », afin de souligner la réalité collective du destin culturel qui caractérise ces minorités linguistiques.</p> <p>Il s'agit d'un terme déjà utilisé par le CRTC.</p>
<p>N/A</p>	<p>L'expression « émissions originales de langue française » est utilisée aux articles 3 (1)i)(i.1), 9.1 (1)c) et 11.1 (3) de la Loi sur la radiodiffusion.</p>	<p><i>Remplacer l'expression « émissions originales de langue française » par « <u>émissions de langue originale française</u> » dans ces mêmes articles de loi.</i></p>	<p>Nous souhaitons clarifier que le terme réfère aux émissions dont la langue originale est le français, et non aux émissions originales qui sont traduites en français.</p>