

Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films
(ACDEF)

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la
vidéo(ADISQ)

Association des producteurs de films et de télévision du
Québec(APFTQ)

Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec (ARRQ)

Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC)

Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec
(SPACQ)

Union des artistes (Uda)

Maîtriser notre espace pour contribuer à la diversité culturelle

Mémoire au Comité du patrimoine dans le cadre de
son étude sur l'état du système canadien de
radiodiffusion

15 août 2001

Table des matières

Sommaire.....	1
Introduction.....	5
I- Les acquis et les forces de la <i>Loi sur la radiodiffusion</i>	8
A. Une loi qui répond aux besoins des Canadiens.....	9
B. Une industrie capable de relever les défis.....	10
C. Un système ouvert sur le monde.....	12
D. Une loi qui s'adapte à un univers changeant.....	13
E. Un univers en changement.....	15
1. La mondialisation.....	15
2. L'évolution des technologies de radiodiffusion.....	17
a) La fin de la rareté des canaux ne met pas fin à la rareté des contenus canadiens.....	19
b) Le phénomène d'“internetisation” de la radiodiffusion.....	19
3. La nécessité accrue d'assurer la diversité culturelle.....	23
II- Maîtriser notre espace de création et de diffusion.....	25
A. Des équilibres à renforcer.....	25
1. Les exigences en matière de contenu canadien.....	25
a) Assurer le réinvestissement des ressources dans la production canadienne.....	26
b) Assurer la production de contenus canadiens de qualité.....	27
c) Maintenir l'intégrité du marché canadien des droits.....	27
2. La radiodiffusion en français.....	28
3. La propriété des entreprises.....	29
a) La propriété canadienne.....	29
b) La propriété mixte et la propriété multiple.....	31
4. Les rôles respectifs du secteur public et du secteur privé.....	32
a) La Société Radio-Canada.....	33
b) Le secteur privé.....	34
c) Un équilibre à préserver.....	35
5. Le rôle du gouvernement fédéral.....	36
6. Le rôle du CRTC.....	37
B. Les moyens à mettre en oeuvre.....	39
1. Prendre avantage de toutes les ressources de la loi.....	40
a) Les règlements et les conditions de licence.....	41
b) Les ordonnances exemptant certaines entreprises des obligations de la loi.....	41
2. L'autoréglementation.....	43
3. La co-régulation.....	44
4. Agir au niveau des pratiques contractuelles.....	46
5. L'architecture technique.....	46
6. Les synergies à rechercher au plan international.....	47
7. L'appui à l'ensemble des artisans de la radio et de la télévision.....	48
8. La régulation des entreprises de diffusion et de programmation.....	49
9. La régulation des entreprises de distribution.....	50

Conclusion.....	52
-----------------	----

ANNEXE

Les organismes membres du regroupement.....	55
---	----

Mémoire rédigé par
Pierre Trudel
professeur au centre de recherche en droit public
Faculté de droit
Université de Montréal

Sommaire

Dans ce mémoire, les associations membres du regroupement¹ rappellent le caractère innovateur de la régulation canadienne de la radio et de la télévision. La *Loi sur la radiodiffusion* a permis de faire en sorte que les technologies ne soient pas uniquement un conduit de contenus étrangers mais un atout pour appuyer la créativité canadienne. Il faut continuer d'innover tout en s'appuyant sur les acquis.

Lorsqu'ils sont disponibles, les contenus qui reflètent l'univers culturel des Canadiens remportent de réels succès auprès du public. Les émissions qui obtiennent les meilleurs succès d'écoute à la télévision francophone sont des émissions canadiennes. À la radio, les pièces musicales canadiennes constituent une part importante de la programmation musicale des stations MF. Ce type de programmation attire un auditoire de plus en plus important, la croissance des revenus publicitaires des stations de radio en est une preuve éloquent. Dans les secteurs dépourvus d'un cadre réglementaire aussi performant comme le cinéma en salles, le résultat est éloquent : il est difficile pour les créateurs canadiens de se tailler une place sur les écrans. Comme 98% du temps-écran est dévolu à des films étrangers, le public canadien peut difficilement voir des productions canadiennes.

Respecter les choix des consommateurs², c'est prendre les mesures afin que les radios et les télévisions soient en mesure d'offrir effectivement des œuvres reflétant la culture et les sensibilités canadiennes. Si l'environnement technique permet aux consommateurs d'exercer plus de choix, il faut leur fournir une vraie possibilité de choix. Il faut qu'ils conservent le droit de choisir des œuvres qui reflètent les traits de la culture canadienne.

Les tendances à la mondialisation ainsi que les évolutions des techniques de radiodiffusion rendent plus nécessaires que jamais les mesures pour assurer la diversité culturelle.

La mondialisation nécessite en effet des mesures pour assurer un équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques. Les entreprises opèrent dans un environnement mondial et les phénomènes technologiques, comme la numérisation contribuent à globaliser le milieu de la radiodiffusion. Mais l'environnement technique et économique de la radiodiffusion doit fonctionner de façon à servir l'ensemble des manifestations de la créativité humaine, non l'inverse. La régulation de la radiodiffusion doit donc se concevoir de plus en plus dans le cadre national mais avec l'œil ouvert sur les perspectives internationales.

Devant les défis que posent les évolutions techniques, il faut assurer la capacité

¹ Il s'agit de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec (ARRQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC), la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) et l'Union des artistes (Uda).

² Dans ce texte, la forme masculine désigne aussi bien les femmes que les hommes. On l'a retenue afin d'alléger le texte.

d'innovation et d'adaptation du cadre réglementaire de la radio et de la télévision. Il faut prendre les mesures requises afin de garantir que les objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* puissent être effectivement réalisés -y compris sur Internet. Il y a dans la loi actuelle sur la radiodiffusion et, si nécessaire dans la législation sur les télécommunications, les moyens afin d'encadrer de façon appropriée l'émergence et le développement des multiples activités de radiodiffusion que permet désormais la technologie.

Maîtriser notre espace

La *Loi sur la radiodiffusion* permet au Canada de disposer d'un système de radiodiffusion qui fait l'envie de plusieurs autres pays. C'est une mesure qui répond aux besoins des Canadiens. Elle favorise le développement d'une industrie capable de relever les défis. Cette loi est conçue pour s'adapter au changement. Il faut maintenir et renforcer ces acquis qui nous permettent de maîtriser notre espace de création et de diffusion.

C'est pourquoi on ne peut laisser s'implanter des entreprises de programmation ou de distribution qui ne seraient pas en mesure de contribuer à la production canadienne. La mise en place de toutes les entreprises qui, directement ou indirectement, contribuent à l'acheminement d'émissions au sens de la *Loi sur la radiodiffusion* que ce soit sur Internet ou par d'autres moyens doit être conditionnelle au respect des objectifs de la loi. Ainsi, il importe d'encadrer les nouvelles entreprises de programmation qui se développeront dans les environnements interactifs et personnalisables de manière à maximiser leur contribution à l'atteinte des objectifs de la politique de radiodiffusion.

La politique canadienne n'est pas faite contre les productions étrangères ; elle est conçue de manière à assurer une place aux productions canadiennes. Les contenus étrangers prennent et continueront de prendre une place importante à la radio et à la télévision. Il serait farfelu d'assimiler les exigences relatives à la teneur canadienne à quelque forme de barrière ou de censure que ce soit. La présentation d'émissions étrangères doit en principe être réservée aux entreprises qui sont en mesure de contribuer à la production et à la présentation de contenus canadiens. Il faut donc conserver le caractère spécifique du marché canadien des droits sur les œuvres rendues disponibles aux Canadiens par radiodiffusion. Les profits découlant de la présentation des contenus étrangers peuvent ainsi être mieux être canalisés vers la production canadienne.

Le contexte contemporain de la radiodiffusion appelle, plus que jamais, des approches modulées suivant les situations, parfois fort différentes de radiodiffusion en français et en anglais. Il faut que le système de régulation fonctionne effectivement de manière à assurer la supervision du système d'une façon qui tienne compte des différences entre les secteurs francophones et anglophones.

La propriété canadienne : une condition de l'efficacité de la réglementation

Le Canada a fait dans le passé l'expérience de la propriété étrangère en matière de radiodiffusion. Il a été dès lors constaté qu'il est difficile d'assurer la production et la diffusion d'œuvres canadiennes de qualité si on ne maîtrise pas les composantes fondamentales de l'industrie comme les entreprises de télédistribution. À compter de 1968,

plusieurs années ont été nécessaires pour canadianiser les entreprises de télédistribution. C'est un acquis qu'il serait catastrophique d'abandonner.

On peut permettre aux entreprises canadiennes d'avoir accès à un plus vaste réservoir de capitaux afin de progresser et de se positionner adéquatement dans un univers de plus en plus planétaire. Mais cela ne doit jamais mettre en cause le principe du contrôle canadien de tous les types d'entreprises de radiodiffusion.

Propriété et diversité

La multiplication de canaux doit produire une réelle diversité, notamment de points de vues. Le souci souvent exprimé lorsqu'une seule entreprise devient propriétaire d'une pluralité de stations de radio et de télévision est précisément lié aux difficultés que cela pourrait causer en termes de maintien de la diversité. Par exemple, il faut empêcher qu'une entreprise de radio ou de télévision liée à un groupe possédant à la fois des intérêts en radiodiffusion, en édition, en production et dans diverses activités connexes se mette à exclure des artistes ou des oeuvres qui sont produits par une entreprise qui n'est pas du groupe.

Le rôle du secteur public et du secteur privé : une complémentarité

Entre le secteur public et le secteur privé de la radiodiffusion, il y a une tension et une complémentarité. L'un et l'autre se complètent dans la mise en place des conditions propices à l'accomplissement des objectifs de la politique de radiodiffusion. Cela a contribué à façonner les traits originaux de l'encadrement des activités de radiodiffusion au Canada.

Le mandat de Radio-Canada ne lui commande pas de se confiner à une programmation d'un genre particulier ou complémentaire. Au contraire, le mandat de service public demande de mettre en place et de rendre disponible une programmation répondant aux besoins du public canadien.

Le rôle du secteur privé est déjà adéquatement défini dans l'actuelle loi. L'ensemble des entreprises privées ont l'obligation de contribuer à la production et à la présentation de contenus canadiens. Il importe de s'inscrire en faux contre l'idée de confiner les obligations de produire et diffuser des contenus canadiens à la Société Radio-Canada.

Le rôle et les moyens d'action du gouvernement et du CRTC

Pour assurer la mise en œuvre et l'effectivité des principes de la loi, il faut que le gouvernement et l'organisme de régulation continuent d'être proactifs dans l'actualisation des modalités d'application de la loi et la supervision de tous les éléments de l'industrie de la radio et de la télévision. Pour assurer cette proactivité, il faut faire un usage judicieux des mécanismes souples qu'offre la *Loi sur la radiodiffusion*.

Ce qui importe, c'est que les impératifs culturels inhérents à la politique de radiodiffusion ne soient pas assujettis à des impératifs et des conceptions étroitement industriels et technologiques.

Le CRTC exerce une fonction de surveillance et de supervision aussi bien sur les entreprises de radiodiffusion que sur les entreprises de télécommunications. Dans le contexte de convergence entre les univers de radiodiffusion et de télécommunications, c'est un atout important qu'il faut préserver et renforcer. Il doit utiliser l'ensemble de la gamme des outils de régulation afin d'assurer, le plus efficacement possible la réalisation effective des objectifs de la politique énoncée par le Parlement et actualisée de temps à autre par le gouvernement.

Les ordonnances par lesquelles certaines entreprises sont exemptées des obligations de la loi en raison de leur faible impact sur la politique de radiodiffusion doivent être soumises à un examen périodique afin d'en évaluer la conformité à la politique de radiodiffusion et de tenir compte de l'évolution de l'environnement technique et commercial.

Conjuguées à un exercice judicieux des pouvoirs que la loi confère au CRTC, les démarches de co-régulation peuvent permettre de mettre en place des balises et des cadres de régulation afin d'assurer la mise en œuvre effective des principes de la *Loi sur la radiodiffusion*, y compris dans des environnements comme Internet.

Les autorités chargées de la réglementation de la radiodiffusion doivent avoir la possibilité d'intervenir sur les décisions et les démarches de standardisation afin d'assurer que celles-ci sont compatibles avec les objectifs de la politique de radiodiffusion. Plus les normes relatives à la radio et à la télévision se définissent au niveau international, dans des lieux qui ne sont pas constitués que des représentants des États, plus il importe de développer des politiques d'appui à l'ensemble des acteurs de l'industrie. Ces appuis doivent leur permettre d'être actifs dans ces divers forums internationaux. Une telle stratégie permet d'occuper la place qui doit revenir aux créateurs et aux producteurs canadiens dans les lieux non-étatiques de régulation.

L'actuelle *Loi sur la radiodiffusion* possède les dispositions nécessaires pour encadrer avec efficacité les nouvelles formes de radiodiffusion, y compris Internet. Le défi est de l'appliquer. Il a paru nécessaire d'identifier les stratégies de régulation devant être mises en place ou renforcées afin de garantir que les principes de la *Loi sur la radiodiffusion* pourront s'actualiser dans un environnement planétaire en mutation constante.

Introduction

Le Comité du patrimoine de la Chambre des Communes a entrepris une étude du système canadien de radiodiffusion. Les thèmes centraux de cette étude sont le contenu canadien et la diversité culturelle. Le Comité souhaite aussi faire le point sur l'état actuel du système canadien de radiodiffusion de même que sur son orientation future.

Ce mémoire présente les positions d'un regroupement des principaux organismes représentant les auteurs, compositeurs, interprètes, réalisateurs, producteurs, distributeurs prenant part à l'élaboration des contenus à la radio et à la télévision francophone. Dans ce mémoire, l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec (ARRQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC), la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) et l'Union des artistes (Uda)

soulignent le caractère innovateur de la régulation canadienne de la radio et de la télévision. Ce système de régulation a permis de faire en sorte que les technologies ne soient pas uniquement un conduit d'œuvres étrangères mais un atout pour appuyer la créativité canadienne. Il faut s'appuyer sur ces acquis;

identifient les stratégies de régulation qui doivent être mises en place ou renforcées afin de garantir que les principes de la *Loi sur la radiodiffusion* pourront constamment s'actualiser dans un environnement mondialisé et en mutation constante;

livrent un plaidoyer pour une approche innovatrice de la régulation, par opposition à l'approche de laisser-faire qui trop souvent tient lieu de discours unique en ces matières.

Les associations signataires de ce mémoire représentent les artisans qui font les contenus de la radio, de la cinématographie et de la télévision canadienne. À divers titres, ils jouent des rôles essentiels au plan de la création et de la production des œuvres musicales, des films et des émissions de télévision.

La musique, la chanson, les dramatiques, les émissions documentaires et de divertissement sont les contenus les plus stratégiques lorsqu'il est question d'affirmer notre identité dans l'univers de la radio et de la télévision. Compte tenu de l'étroitesse du marché canadien, ces œuvres ne pourraient être produites ou rejoindre le public canadien si le système de radiodiffusion n'était pas encadré de façon à garantir les conditions de la production et de la diffusion des œuvres canadiennes.

Ces contenus commandent des coûts de production importants. Il faut s'assurer que le

système fonctionne de manière à procurer les conditions nécessaires afin de permettre de continuer de produire des contenus répondant aux goûts et besoins des Canadiens. C'est dire à quel point il importe de faire en sorte que le cadre établi par la *Loi sur la radiodiffusion* puisse continuer à régir efficacement un système qui a très bien servi l'identité canadienne.

Il y a une constante, mise en lumière depuis la toute première enquête sur la politique de la radio. "Les auditeurs canadiens de radio veulent de la radiodiffusion canadienne"³ constatait, dès 1929, la Commission Aird dans son rapport ajoutant qu'à l'époque "la plupart des programmes radiodiffusés proviennent de sources extra-canadiennes". Depuis la Commission Aird, toutes les enquêtes menées au Canada au sujet du système de radiodiffusion arrivent au même constat : les Canadiens veulent une radio et une télévision qui reflètent ce qu'ils sont. Tous constatent que le défi est considérable mais que les accomplissements sont remarquables.

C'est ainsi que le *Rapport du Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique* rappelait que :

*le Canada a toujours agi de manière pro-active pour aménager et maintenir un réseau de radiodiffusion fort et dynamique, un réseau capable de se défendre devant nos voisins du sud, ses concurrents directs et de nous assurer à nous, Canadiens et Canadiennes, un flux constant d'émissions qui racontent nos histoires à nous, célèbrent nos victoires et partagent nos préoccupations*⁴.

La *Loi sur la radiodiffusion* est un pilier central de la politique culturelle canadienne. Bien peu de gens remettent en cause la validité des principes sous-tendant la politique énoncée à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Le contexte de la radiodiffusion connaît des évolutions dont il importe de tenir compte. Afin de conserver une législation efficace, il faut mettre en place ou renforcer les moyens de mise en œuvre de la politique de radiodiffusion. Mais l'environnement technique paraît plus complexe que celui qui prévalait il y a une décennie.

Les mutations que connaît le milieu de la radiodiffusion nécessitent plus que jamais le renforcement de la capacité d'innovation des régulateurs. Les mécanismes de régulation doivent être souples afin de s'adapter aux situations nouvelles de même qu'aux innovations caractérisant le milieu de la radiodiffusion. Ils doivent aussi être efficaces dans la réalisation de la politique canadienne de radiodiffusion.

Dans la première partie de ce mémoire, on présente un bilan des acquis résultant de la *Loi sur la radiodiffusion*. On y explique que les dirigeants qui l'ont mis en place ont vu juste

³ *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion* (Aird), Ottawa, 1929.

⁴ *La télévision canadienne à l'ère numérique*, Rapport du Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique, Ottawa, Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, 1997, p. 7.

puisque le système canadien de radiodiffusion réussit à assurer la présentation de contenus canadiens sans pour autant exclure les œuvres en provenance de l'étranger.

Mais la radiodiffusion est un univers qui change : il importe de prendre la mesure de ces changements et imaginer des approches innovatrices pour relever les défis de la nouvelle économie de la radiodiffusion. Il sera rappelé que les Canadiens peuvent compter sur une loi qui possède un grand potentiel d'adaptation.

La seconde partie du mémoire explicite ce qu'il faut faire afin d'assurer la mise en œuvre effective de la politique de radiodiffusion dans le contexte actuel et prévisible.

I- Les acquis et les forces de la *Loi sur la radiodiffusion*

La *Loi sur la radiodiffusion* existe parce qu'on a constaté que laissé à lui-même, sans encadrement, le marché n'est pas en mesure de faire en sorte qu'il y ait à la radio et à la télévision suffisamment d'œuvres qui reflètent l'identité canadienne.

La loi pose les conditions dans lesquelles il est licite d'exploiter des entreprises de radiodiffusion au Canada. L'article 3 intitulé "Politique canadienne de radiodiffusion" énonce les principes généraux devant guider les décisions réglementaires en matière de radiodiffusion. Ce domaine concerne aussi bien la production, la diffusion et la distribution électronique des contenus sonores que les autres créations audiovisuelles.

La *Loi sur la radiodiffusion* affirme que :

b) le système canadien de radiodiffusion, composé d'éléments publics, privés et communautaires, utilise des fréquences qui sont du domaine public et offre, par sa programmation essentiellement en français et en anglais, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle

Tous ceux qui entreprennent de diffuser ou de distribuer des contenus au Canada sont tenus de le faire en harmonie avec les principes de la politique de radiodiffusion. En particulier, l'article 3 (1) e) et f) de la *Loi sur la radiodiffusion* indique que :

e) tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne;

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;

La *Loi sur la radiodiffusion* vient répondre à l'impératif du maintien et de la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle. Dans le contexte actuel, cet impératif est toujours pertinent. Le défi est de rechercher les moyens afin de garantir les conditions pour que le système de radiodiffusion continue à répondre aux besoins des Canadiens.

La *Loi sur la radiodiffusion* de même que les autres programmes de soutien à la production offrent une solide base pour construire un encadrement pertinent et efficace afin de relever les nouveaux défis. Il ne faut pas hésiter à y apporter les renforcements de nature à assurer l'accomplissement efficace de ses objectifs.

La *Loi sur la radiodiffusion* permet au Canada de disposer d'un système de radiodiffusion qui fait l'envie de plusieurs autres pays. C'est une mesure qui répond aux besoins des Canadiens. Elle favorise le développement d'une industrie capable de relever les défis.

Cette loi est conçue pour s'adapter au changement.

A. Une loi qui répond aux besoins des Canadiens

La *Loi sur la radiodiffusion* va dans le sens de ce que veut le public canadien. Il ne s'agit pas de forcer les citoyens du pays à écouter et à voir des œuvres canadiennes alors qu'ils souhaiteraient voir et entendre autre chose. Il est plutôt ici question de permettre aux Canadiens d'accéder à des oeuvres qui reflètent leurs aspirations et leur culture et qui seraient difficilement accessibles si l'on s'en tenait aux seules forces du marché.

Le public canadien montre une nette préférence pour les produits culturels auxquels il s'identifie. Lorsqu'elles sont disponibles, les oeuvres qui reflètent l'univers culturel des Canadiens remportent de réels succès auprès du public. Ainsi, les émissions qui obtiennent les meilleurs succès d'écoute à la télévision francophone sont des émissions canadiennes. À la radio, les pièces musicales canadiennes constituent une part importante de la programmation musicale des stations MF francophones. Ce type de programmation attire un auditoire de plus en plus important, la croissance des revenus publicitaires des stations de radio en est une preuve éloquente.

Dans les secteurs dépourvus d'un cadre réglementaire aussi performant comme le cinéma en salles, le résultat est éloquent : il est difficile pour les créateurs canadiens de se tailler une place sur les écrans. Comme 98% du temps-écran est dévolu à des films étrangers, le public canadien peut difficilement voir des productions canadiennes.

Respecter les choix des consommateurs, c'est prendre les mesures afin que les radios et les télévisions soient en mesure d'offrir effectivement des œuvres reflétant la culture et les sensibilités canadiennes.

Dans son Avis public du 11 juin 1999, *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, le CRTC notait que :

La programmation de langue française connaît un succès tout à fait remarquable. En effet, des émissions canadiennes atteignent régulièrement les plus hautes cotes d'écoute. Certaines années, jusqu'à 19 des 20 émissions les plus populaires au Québec ont été produites au Canada. Ce succès louable est dû en majeure partie à un " star system " au Québec particulièrement dynamique et qui assure une promotion sans pareille à ses acteurs et à leurs spectacles.⁵

Alors qu'au milieu des années 1980, les séries dramatiques en vogue avaient notamment pour titre *Dallas* et *Dynastie* et que les dramatiques importées, surtout des États-Unis représentaient 83% de toutes les émissions de cette catégorie diffusées par les stations francophones, au milieu des années 1990 il était devenu extrêmement rare que des séries étrangères se classent parmi les dix émissions les plus écoutées en saison régulière à la

⁵ *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, Avis public CRTC 1999-97, 11 juin 1999, p. 2.

télévision de langue française⁶.

De fait, c'est aujourd'hui de 25 à 27 des 30 émissions les plus regardées à la télévision de langue française en saison régulière qui sont canadiennes.

Plusieurs productions indépendantes dominent le palmarès des dix émissions les plus écoutées dans la grande région de Montréal, selon le sondage BBM mené à l'automne 2000. Sur les dix émissions les plus populaires, huit ont été imaginées et produites par des entreprises indépendantes. Il s'agit de "Un gars, une fille", "Willie" et "La Petite Vie" (reprise), trois productions de Avanti Ciné Vidéo; " Deux Frères, " produit par Cirrus Communications et Sphère Média +; "La Fureur", produit par Guy Cloutier, Communications; "Km/h", produit par Les Productions Vendôme; "Histoires de filles" et "Histoires de filles /spécial", deux productions de Match TV.

À la radio, le Rapport préparé pour le ministère du Patrimoine canadien portant sur l'évaluation du programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore constatait que :

Au cours des douze dernières années, les albums d'artistes canadiens ont fortement accru et maintenu leur présence dans le palmarès francophone des "tops radio". D'environ 50% en 1986, les succès d'artistes canadiens se sont davantage affirmés pour représenter autour de 80% de l'ensemble des succès du palmarès francophone durant les années 90 ("top 100")⁷.

L'effet conjugué des politiques favorisant la présentation de pièces musicales canadiennes et, à la radio francophone, de musique vocale en français et des programmes d'aide à la production d'enregistrements sonores a permis d'améliorer l'accessibilité des Canadiens à ces créations. Le public canadien a remarquablement bien accueilli ces initiatives. La popularité de la musique vocale francophone s'est accrue et l'écoute des radios qui diffusent ces œuvres est en progression.

Ces excellents résultats confirment l'attrait des productions canadiennes auprès du public. Cela témoigne du succès des politiques canadiennes en ces matières. Si l'on abandonnait le cadre mis en place avec la *Loi sur la radiodiffusion*, il est prévisible que l'on se retrouverait pour la radio et la télévision dans une situation semblable à celle qui prévaut pour le cinéma en salles.

B. Une industrie capable de relever les défis

La politique de radiodiffusion visait, et doit toujours viser, à promouvoir l'émergence et le

⁶ ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE FILMS ET DE TÉLÉVISION DU QUÉBEC, *La production indépendante, une composante essentielle de la diversité culturelle*, Montréal, décembre 1999, p. 21.

⁷ MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN, Évaluation du programme d'aide au développement de l'enregistrement sonore (PADES/SRDP), préparé pour la Direction générale des examens ministériels par Étude Économique Conseil (EEC Canada), Avril 2000, < http://www.pch.gc.ca/culture/cult_ind/srdp-pades/pubs/francais.htm>

renforcement d'un milieu culturel dynamique. Lorsqu'il existe un milieu culturel doté des conditions nécessaires à son plein épanouissement, il devient possible d'aménager et de maintenir une industrie de la radio et de la télévision forte et dynamique. Le milieu de la radiodiffusion est ainsi capable de soutenir la concurrence face aux productions américaines et assurer aux citoyens un flot constant de contenus qui racontent nos histoires et partagent nos préoccupations.

À l'inverse, lorsque la politique de radiodiffusion est conçue sans égard au souci d'assurer l'essor et le développement d'un milieu culturel dynamique, elle risque fort de n'être qu'un vecteur pour acheminer au public canadien des oeuvres conçues à l'étranger et qui ne reflèteront que très partiellement ou pas du tout les valeurs et idéaux canadiens.

Le système de radiodiffusion, rappelait le *Rapport du Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique*,

ne se compose pas de toutes sortes d'éléments sans rapport les uns avec les autres et (...) son succès dépend d'une intégration très poussée. De la production d'une émission à sa programmation et à sa transmission, des systèmes de distribution intermédiaires comme la câblodistribution aux fabricants et aux vendeurs de téléviseurs, l'intégrité du système tout entier est un préalable à la réalisation des objectifs économiques et culturels nationaux.⁸

Grâce à la *Loi sur la radiodiffusion* et aux mesures qui l'accompagnent, l'industrie canadienne, c'est-à-dire l'ensemble constitué des auteurs, créateurs, artistes, producteurs, diffuseurs, a développé une capacité de produire des oeuvres musicales et des émissions qui constituent l'ingrédient essentiel de la programmation de la radio et de la télévision. Ces oeuvres remportent des succès aussi bien ici qu'à l'étranger. Les artisans canadiens ont acquis une expertise reconnue dans plusieurs genres de contenus musicaux et télévisuels et ont été en mesure de créer des oeuvres qui ont été saluées ici et à l'étranger.

L'industrie canadienne a pu évidemment obtenir de tels succès en raison du talent et du dynamisme des artisans, créateurs et interprètes ainsi que de tous ceux qui travaillent à leurs côtés. Mais cette performance a été possible parce que l'industrie de la radiodiffusion était organisée de manière à procurer les conditions nécessaires à l'essor de la production canadienne.

Les succès obtenus par les oeuvres musicales canadiennes de même que par les émissions dramatiques, documentaires et de variétés attestent de la capacité des créateurs et producteurs d'ici de relever les défis.

Pourvue des conditions adéquates procurant un espace viable de création, de production et de diffusion, l'industrie canadienne a démontré sa capacité à innover et à produire des oeuvres qui répondent aux exigences des Canadiens et qui illustrent la richesse de notre culture.

⁸ *La télévision canadienne à l'ère numérique*, Rapport du Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique, Ottawa, Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, 1997, p. 5

C. Un système ouvert sur le monde

Loin de constituer une barrière à la présentation de contenus de toute provenance, le système canadien de radiodiffusion est ouvert sur le monde. Les exigences en matière de teneur canadienne n'atteignent jamais un niveau tel que cela pourrait rendre impossible la diffusion de contenus étrangers.

La politique canadienne n'est pas faite contre les productions étrangères ; elle est conçue de manière à assurer une place aux productions canadiennes. Il serait farfelu d'assimiler les exigences relatives à la teneur canadienne à quelque forme de barrière ou de censure que ce soit.

Par exemple, les quotas de diffusion de contenu canadien à la radio AM et FM établissent une exigence hebdomadaire minimale de 35 % de toutes les pièces de musique populaire inscrites à l'horaire, sauf pour les stations qui diffusent au moins 35 % de pièces instrumentales. Cette exigence correspond au nombre minimal de pièces musicales devant être diffusées au cours d'une journée de radiodiffusion officielle (de 6 hres à minuit). Le contenu canadien des émissions diffusées par certaines stations peut être moindre en raison de la disponibilité restreinte de pièces instrumentales canadiennes.

À la télévision généraliste, les exigences relatives au contenu canadien sont fondées sur le temps d'antenne consacré à des émissions canadiennes. La réglementation prévoit que les exploitants de stations de télévision privées doivent généralement atteindre un niveau annuel de contenu canadien d'au moins 60 % en tout, calculé sur l'ensemble d'une journée de radiodiffusion, et de 50 % entre 18 hres et minuit.

Pour les services spécialisés, de télévision payante et de télévision à la carte, certaines exigences ont été établies par condition de licence. Ces exigences sont liées à divers facteurs tels que la nature du service, le genre et la disponibilité de la programmation offerte. Le CRTC réévalue ces exigences au moment d'examiner les demandes de renouvellement de licence.

Par exemple, le service spécialisé *Historia* est assujéti à une condition de licence l'engageant à diffuser un minimum de contenu canadien de 35 % de 6 h à minuit et de 35 % de 18 h à minuit pour la première et la seconde année d'exploitation. Ces pourcentages seront portés à au moins 40 % les troisième, quatrième et cinquième années d'exploitation, et à au moins 45 % les sixième et septième années⁹.

Il est facile de constater que les exigences de contenu canadien visent à faire en sorte que les Canadiens aient effectivement le choix et la possibilité de voir ce que font les créateurs et producteurs canadiens. Et ces mesures laissent une large place aux contenus de toute provenance.

⁹ Décision CRTC 99-111 du 21 mai 1999, Alliance Atlantis Communications inc. et Les Réseaux Premier Choix inc., au nom d'une société devant être constituée - *Canal Histoire*

D. Une loi qui s'adapte à un univers changeant

Depuis leur implantation, la radio et la télévision changent constamment. C'est sans doute ce qui explique que l'on ait cherché à faire en sorte que la législation destinée à en encadrer le développement soit capable de procurer les adaptations nécessaires pour que le cadre réglementaire s'ajuste aux défis à relever.

Aussi, la loi de 1991 sur la radiodiffusion a été, lors de son adoption, présentée comme étant neutre au plan des technologies. Elle vise toute activité de radiodiffusion, peu importe le moyen utilisé. La radiodiffusion est définie de façon large dans la loi. Le souci est d'englober dans le champ d'action de la loi toutes les activités de radiodiffusion, quel que soit l'environnement technique dans lequel celles-ci prennent place.

Toute transmission, par tout moyen de communication, d'émissions destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur constitue *a priori* une activité de radiodiffusion. La notion d'émission acquiert donc une importance capitale dans la détermination du sens de "radiodiffusion" et du coup, de la portée de la loi. Cette définition d'"émission" est la suivante :

Les sons ou les images —ou leur combinaison— destinés à informer ou divertir, à l'exception des images, muettes ou non, consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres.

La notion d'émission est délimitée de manière à en exclure les transmissions d'affichages alphanumériques mais, du même coup, elle vise d'une façon très englobante les sons ou les images —ou leur combinaison— destinés à informer ou divertir. C'est la finalité des sons ou des images —ou de la combinaison de ceux-ci— qui est déterminante. Il faut qu'ils visent à informer ou divertir (le texte anglais dit "*to inform, enlighten or entertain*"); il est difficile d'imaginer ce qui est exclu d'une telle définition. Selon le dictionnaire Robert¹⁰, "informer" signifie "*mettre au courant de quelque chose, donner connaissance, faire part à quelqu'un*". Le mot "divertir" n'est guère plus restreint, il signifie "distraindre en récréant".

Le caractère englobant de la définition est tel qu'il a fallu, au sein même de celle-ci, prévoir que les images, muettes ou non, consistant essentiellement de lettres ou de chiffres ne sont pas incluses dans la définition d'émission. En dehors de ces exclusions, l'on voit mal ce qui échappe à la notion d'émission.

C'est donc dire que les services nouveaux ou naissants qui transmettent des émissions de radio ou de télévision susceptibles de se développer sur Internet ou ailleurs, qu'ils concourent d'une façon importante ou non à la réalisation des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, sont compris dans la définition de "radiodiffusion" et font partie de son champ d'application.

¹⁰ Paul ROBERT, *Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, 2^e éd., Paris, Le Robert, 1986, vol. 5, pp. 582-583.

La *Loi sur la radiodiffusion* ne régit pas que les activités de “radiodiffusion”, mais elle définit le statut des entreprises de radiodiffusion, ce qui lui permet de viser plus que les seules activités de “radiodiffusion” au sens strict.

Les entreprises de radiodiffusion constituent un ensemble de plus en plus varié. Il y a plusieurs catégories d’entreprises ayant des caractéristiques différentes les unes des autres, possédant donc des statuts différents. La notion d’entreprise renvoie essentiellement à une organisation ayant pour objet principal ou accessoire l’une ou l’autre des activités englobées dans la notion de radiodiffusion. La *Loi sur la radiodiffusion* s’applique à ces entreprises, qu’elles soient exploitées ou non dans un but lucratif ou dans le cours d’une autre activité.¹¹

Trois catégories d’entreprises sont mentionnées à la *Loi sur la radiodiffusion*. Il s’agit des entreprises de programmation, des entreprises de distribution et des réseaux. Le CRTC a défini des classes de licence à partir de ces catégories prescrites par la loi. Ces classes de licence se fondent sur le rôle premier attribué à l’entreprise soit la programmation, la distribution ou l’exploitation d’un réseau¹².

Avec l’avènement et la généralisation des communications multimédia, il devient techniquement possible à tout détenteur d’un ordinateur raccordé à un réseau de communication de se livrer à des activités de radiodiffusion au sens des définitions de la *Loi sur la radiodiffusion*. Il en découle pareillement que les entreprises diffusant, transportant ou mettant à la disposition du public de tels contenus pourraient être assimilées à des entreprises de radiodiffusion.

Il y a dans la loi actuelle sur la radiodiffusion et, si nécessaire dans la législation sur les télécommunications, les moyens afin d’encadrer de façon appropriée l’émergence et le développement des multiples activités de radiodiffusion que permet désormais la technologie.

Il faut à cet égard rendre hommage aux législateurs canadiens qui ont su doter le Canada d’une législation favorisant l’innovation et capable de l’encadrer de manière à servir le développement de notre culture. En 1975, le Parlement confiait au CRTC le devoir de surveiller et de réguler aussi bien la radiodiffusion que les télécommunications, anticipant la tendance à la convergence entre la radiodiffusion et les télécommunications qui devait se confirmer au cours des décennies. Enfin, en 1991, le Parlement optait pour une définition englobante de radiodiffusion, anticipant les mutations qui n’allaient pas tarder à se manifester.

La régulation canadienne s’est distinguée par sa capacité d’innover dans la mise en place de stratégies favorisant le développement des nouveaux environnements techniques tout en

¹¹ *Loi sur la radiodiffusion*, art. 4(3).

¹² *Nouvelle Loi sur la radiodiffusion – Modifications aux classes de licences*, CRTC, Avis public 1991-63, 19 juin 1991.

stimulant la production et la diffusion de programmes reflétant les traits culturels du pays.

E. Un univers en changement

La radiodiffusion est un univers en changement. Pour évaluer l'impact de ces mutations sur le cadre défini par la *Loi sur la radiodiffusion*, il faut constater les tendances et en tirer les conséquences au plan des possibilités d'assurer l'accomplissement de ses objectifs. Pour identifier les pistes d'actions pertinentes, il faut prendre la mesure du contexte présent et prévisible de l'univers de la radiodiffusion. Il importe d'examiner les tendances lourdes sans complaisance et en tirer les conséquences. Il faut par contre éviter le discours d'émerveillement technologique qui trop souvent porte à négliger les autres dimensions des réalités de la radio et de la télévision.

La mondialisation et l'évolution des technologies sont deux tendances lourdes qui marquent l'univers actuel de la radiodiffusion

1. La mondialisation

Les équilibres entre les dimensions commerciales, industrielles et culturelles de la radio et de la télévision sont remis en cause par la mondialisation.

Il y a une intensification des interdépendances planétaires dans un nombre croissant de domaines de la vie sociale. Les flux commerciaux remplacent de plus en plus les territoires et les réseaux remplacent de plus en plus les frontières. La distinction entre l'intérieur et l'extérieur perd de son importance. Cela amène les États à remettre en question leurs modes d'intervention, notamment en matière de politiques culturelles.

Le phénomène de mondialisation caractérise l'époque contemporaine. Plusieurs facteurs concourent à préconiser l'ouverture accrue des marchés nationaux. La plupart des questions ne se posent plus seulement dans le cadre d'un État mais dans celui du monde entier. Les modalités de la circulation des œuvres, des images et des sons font en sorte que la radiodiffusion ne peut plus être envisagée uniquement selon une perspective nationale.

La mondialisation est une donnée fondamentale dans une économie du savoir. Mais dans le monde de la création, cela n'est pas vraiment nouveau. Depuis plus d'un siècle, le régime des droits d'auteurs sur les œuvres utilisées à la radio et à la télévision est régi par des conventions internationales. Divers mécanismes ont été imaginés afin de refléter le fait que les œuvres circulent sans égard aux frontières et ce depuis déjà fort longtemps.

Ceux qui travaillent à produire des œuvres musicales, télévisuelles ou radiophoniques ne craignent pas la mondialisation. Ils la souhaitent, sont prêts à en assumer les défis et à y participer pleinement. Il est bon que nos chansons, nos émissions de télévision et les autres résultats de notre créativité puissent être rendus disponibles ailleurs comme il est tout à fait souhaitable que les œuvres créées partout dans le monde soient accessibles au public canadien.

La mondialisation est, en soi, une occasion extraordinaire pour favoriser l'essor de nos

industries culturelles. Mais à la condition de s’y prendre adéquatement. Il ne faut pas, en matière culturelle, envisager la mondialisation comme un simple phénomène de libéralisation des échanges sans égard aux conditions dans lesquelles les œuvres musicales, les émissions de télévision et autres œuvres sont produites et distribuées.

Des pressions de plus en plus fortes se manifestent en faveur de la libéralisation des échanges commerciaux. À tel point que l’on a parfois tendance à ne considérer qu’une dimension étroite du phénomène de mondialisation : celui des échanges commerciaux. Il y a en effet une conception de la mondialisation qui se pose en termes étroitement économiques. On privilégie alors l’efficacité et la compétition et l’on considère tous les aspects de la vie sociale comme de la marchandise. Selon une pareille conception, le “marché” devient la référence unique. La planète ne serait plus qu’un immense marché global dans lequel s’échangeraient toutes les sortes d’objets.

Une telle conception privilégie une vision économiste au détriment des autres dimensions. Elle n’est pas compatible avec le maintien de la diversité culturelle. Si on laisse faire le marché, sans poser de balises, il sera pratiquement impossible de produire et de diffuser effectivement des contenus qui reflètent les diverses cultures. La mondialisation doit s’envisager de manière à assurer les conditions qui permettent de maintenir et de faire progresser la diversité culturelle. Et cela suppose le maintien, dans chaque pays, des conditions permettant de produire des œuvres originales.

La tendance à la mondialisation ne signifie pas qu’il faille abandonner les mesures qui assurent les équilibres rendant possible la production et la diffusion des dramatiques, des chansons et diverses émissions de radio et de télévision.

La mondialisation demande plutôt la mise en place de mesures afin de maintenir un équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques.

Certaines dynamiques des négociations commerciales menées dans les forums internationaux portent à considérer la culture comme tout autre bien ou service. Des discussions entre les États montrent une tendance à faire prévaloir les logiques de services de télécommunications sur les impératifs culturels associés habituellement aux politiques de radiodiffusion. Par exemple, certains ont préconisé que la radiodiffusion soit considérée comme un service de télécommunications et libéralisée de la même manière. Il faut refuser une telle approche.

Les négociations en vue d’élargir la portée des traités commerciaux ne doivent pas mettre en péril la capacité du Canada de maintenir les exigences en matière de diffusion des contenus canadiens ni affecter la capacité de soutenir les créateurs canadiens et les entreprises au moyen de toutes les politiques jugées pertinentes.

C’est pourquoi il ne faut pas que la radiodiffusion soit

| assimilée aux services de télécommunications et
| assujettie à un régime de libre concurrence analogue à
| celui qui pourrait prévaloir pour le commerce des
| capacités de transmission.

La radiodiffusion, peu importe le moyen technique par lequel elle est acheminée, est une activité qui ne se confond pas avec les télécommunications. Elle doit être régie, au plan mondial, par des règles qui garantissent la capacité de promouvoir effectivement la diversité culturelle.

2. L'évolution des technologies de radiodiffusion

La mondialisation coïncide avec une évolution du contexte technologique des activités de radiodiffusion. Il y a une tendance lourde à ce qu'on peut désigner comme "l'internetisation" de la radiodiffusion. Cette tendance se traduit par des changements dans la perception de la radio et de la télévision comme environnement technique. On prend de plus en plus pour acquis qu'il n'y a plus de rareté de canaux de diffusion.

Pour les auditeurs et spectateurs, il peut en résulter de plus grands choix. Les appareils de réception de radio et de télévision permettent la personnalisation de ce qui est proposé. Les individus jouent un rôle de plus en plus actif dans la détermination de leurs choix d'émissions ou de contenus musicaux.

L'évolution technologique fait converger l'informatique, les télécommunications, la radio et la télévision. Dans ces environnements autrefois considérés comme distincts, la technologie fondée sur la numérisation des images et des sons est utilisée à des fins multiples. La numérisation, associée à des techniques de compression, multiplie le nombre de canaux disponibles pour la radio et la télévision. La numérisation affranchit l'information de son support. Numérisée, l'information devient malléable, susceptible d'être transmise sur une pluralité de supports et en quantité plus considérable qu'auparavant. Les possibilités de diffuser des contenus sont démultipliées. Des occasions nouvelles résultent de ces évolutions. Des fenêtres de diffusion s'ajoutent pour des œuvres musicales ou audiovisuelles. Les artisans canadiens de la radio et de la télévision entendent bien relever les défis que cela représente.

Le développement de réseaux de communication rendus désormais possibles par le maillage entre l'informatique et les télécommunications engendre des possibilités nouvelles de transmission. Les distinctions autrefois fondamentales entre l'univers des télécommunications et l'univers de la radiodiffusion s'estompent de plus en plus. Par exemple, il est désormais possible de capter des signaux de radio ou de télévision et de les acheminer sur Internet.

Des entreprises du secteur de la radiodiffusion, comme les câblodistributeurs sont à même d'offrir des services de télécommunications comme des services de transmission téléphonique. D'autre part, les entreprises de télécommunications se trouvent désormais en mesure de transmettre des contenus que la réglementation postulait il y a encore quelques années comme étant l'apanage des entreprises de radiodiffusion.

Devant les mutations techniques et économiques que connaissent les industries concernées par la production et la diffusion d'émissions de radio et de télévision, il existe un discours décrétant que ces mutations vont nécessairement dans le sens de la "marchandisation" des environnements culturels. On postule souvent que dans de tels environnements techniques, les œuvres musicales, les dramatiques et autres contenus se présentent comme autant de "produits" et services proposés aux "consommateurs".

On fait valoir que les informations, images, musiques et autres créations circulent dans des environnements de moins en moins susceptibles d'un contrôle au niveau de la diffusion et de plus en plus régis par les choix que fait l'individu. De ce phénomène, on déduit qu'il serait désormais impossible d'appliquer une régulation comme celle que suppose la *Loi sur la radiodiffusion*. On soutient que la *Loi sur la radiodiffusion* est conçue pour agir au niveau de la diffusion alors que l'élément moteur des nouveaux environnements seraient les décisions que prennent les consommateurs agissant de façon individuelle. C'est oublier que les consommateurs canadiens lorsqu'ils ont véritablement le choix, optent pour des œuvres reflétant leur culture.

Loin de déclasser les finalités de la *Loi sur la radiodiffusion*, l'avènement de ces nouveaux environnements technologiques augmentent la nécessité de mesures qui garantiront une véritable possibilité de choix aux auditeurs et au téléspectateurs.

Ceux qui préconisent l'abandon de la régulation au nom d'une mythique "souveraineté des consommateurs" qui découlerait des nouveaux environnements de radiodiffusion ont le fardeau de démontrer comment serait alors protégé le droit des consommateurs d'accéder effectivement à des créations canadiennes.

Si l'environnement technique permet aux consommateurs d'exercer plus de choix, il faut leur fournir une vraie possibilité de choix. Il faut qu'ils conservent le droit de choisir des œuvres qui reflètent les traits de la culture canadienne.

Il faut se garder d'une politique exclusivement tributaire de la technologie et de ses promesses. Par exemple, à compter de 1975, il a été fait grand état de l'avènement de la radiodiffusion directe par satellite. On prédisait alors une sorte d'apocalypse qui entraînerait la disparition du système canadien de radiodiffusion si on ne libéralisait pas la réglementation. Plutôt que de céder à ce genre de mirages, les autorités canadiennes ont mis en place les moyens et stratégies nécessaires pour tenir compte des tendances lourdes qui s'annonçaient sans pour autant abandonner les principes de la politique canadienne de radiodiffusion.

La vitesse des mutations induites par la technologie n'est pas aussi rapide que celle que laissent miroiter les promoteurs de technologies. Il est imprudent de définir une politique en fonction des seules promesses de ceux qui ont intérêt à vendre des technologies. On a généralement tendance à surestimer les changements induits à court terme par les technologies. Par contre, on tend parfois à sous-estimer les changements à long terme. En somme, il faut tenir compte des tendances indiquées par les évolutions des technologies non pour mettre la réglementation au rancart mais plutôt pour en garantir l'actualisation

graduelle.

a) La fin de la rareté des canaux ne met pas fin à la rareté des contenus canadiens

La fin de la rareté des canaux de diffusion ne supprime pas les raisons pour lesquelles il est nécessaire d'encadrer le déroulement des activités de radio et de télévision. La rareté des fréquences et des canaux de diffusion n'a jamais été la seule et encore moins la principale raison au soutien de la réglementation canadienne de la radio et de la télévision. Le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion faisait ce constat :

À la différence de la législation américaine sur les radiocommunications, conçue d'abord pour des fins de coordination, la politique canadienne de la radiodiffusion a toujours poursuivi des objectifs sociaux et culturels. Ce ne sont pas les fréquences de radiodiffusion qui se faisaient rares mais la présence canadienne sur les ondes, que tous les rapports d'enquête depuis 1929 recommandent justement d'affermir. C'est un attribut essentiel de la souveraineté nationale de déterminer l'usage des fréquences radioélectriques destinées à la radiodiffusion au Canada.¹³

Le Groupe de travail ajoutait que :

Poussé par l'urgence, le Canada a toujours assigné à la radiodiffusion le rôle de refléter la réalité canadienne. On sent à l'œuvre, dès le début, une volonté de considérer la radio et la télévision comme un outil de création, d'éducation et d'information au service des Canadiens, et non seulement un moyen de divertissement. L'abondance nouvelle des canaux n'en garantit ni l'accès ni l'usage en ce sens.

C'est faire une lecture inexacte des raisons qui ont amené les autorités canadiennes à mettre en place le cadre prévu par la *Loi sur la radiodiffusion* que de lier la légitimité de cette dernière à l'existence d'une rareté des fréquences ou des canaux de diffusion. Au contraire, plus il y a de canaux de diffusion disponibles, plus il importe d'assurer que ceux-ci pourront effectivement être utilisés afin d'assurer l'essor et la disponibilité des productions canadiennes.

b) Le phénomène d'“internetisation” de la radiodiffusion

Et si tout devait un jour passer par Internet? Il est désormais possible de diffuser des émissions de radio et de télévision sur Internet. Il est fréquent d'entendre prédire que si les capacités de transmission sur Internet continuent de s'améliorer, cet environnement pourra prendre une place de plus en plus importante dans la transmission au public d'émissions de radio, de télévision, de productions cinématographiques ainsi que de toutes sortes de contenus multimédias.

Comme le relevait le Vérificateur général dans son *Rapport d'examen spécial de la Société Radio-Canada* du 29 juin 2000 :

¹³ *Rapport du groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion* (“Rapport Caplan-Sauvageau”), Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1986, p. 161.

Aujourd'hui, des fusions représentant des milliards de dollars entre les fournisseurs de contenu et les distributeurs nouveaux et traditionnels semblent être la norme. Beaucoup considèrent que l'environnement de radiodiffusion numérique, interactif, multichaine et personnalisé constitue la prochaine étape. De plus, Internet [...] permet de franchir les frontières et de contourner les organismes de réglementation aussi bien pour la radio que pour la télévision¹⁴.

La question est angoissante. Internet propose une représentation des environnements médiatiques défiant les cadres fondés sur les territoires nationaux. Les régimes réglementaires des médias électroniques sont habituellement fondés sur le postulat que l'État peut déterminer ce qu'il est licite de diffuser.

L'environnement planétaire que représente Internet induit des mutations majeures du cadre des échanges de l'information. La configuration d'Internet tend à déplacer au niveau de l'individu le lieu de détermination de ce qui devrait être communiqué. C'est sans doute ce qui explique pourquoi il y a tant de personnes qui postulent l'impossibilité d'appliquer les principes de la politique de radiodiffusion telle que définie dans la *Loi sur la radiodiffusion* aux environnements de radio et de télévision situés sur Internet.

Au niveau international, Internet en affranchissant les barrières du temps, de l'espace et de coût, facilite le traitement et la circulation de l'information et entraîne des interdépendances qui rapprochent les États et les contraignent à développer des stratégies innovatrices pour affirmer leur souveraineté culturelle.

Au niveau national, les réseaux permettent l'émergence de services d'information électroniques favorisant désormais l'intégration, dans un même lieu, des fonctions de diffusion et de transaction.

Les modèles de réglementation caractéristiques des environnements diffusés, comme ceux qui sont appliqués à la radio et à la télévision, paraissent insuffisants pour procurer les équilibres recherchés. Pourtant, si Internet présente à la fois les caractéristiques des environnements de radio- télévision et de télécommunications, il faut ajuster en conséquence les approches de régulation.

En 1998, le CRTC a mené une consultation au sujet de la réglementation d'Internet en tant qu'environnement global. Dans son avis public CRTC 99-84 et Avis public Télécom 99-14, le Conseil concluait qu'il n'y avait pas lieu d'intervenir à l'égard d'Internet pris dans son sens large.¹⁵ Or, on s'est vite rendu compte que les questions que posait le CRTC dans son avis public étaient à bien des égards d'une grande naïveté. Il n'aura fallu que quelques mois pour constater le caractère inadéquat de l'approche retenue par le Conseil.

Au moment même où le CRTC proclamait qu'il ne réglementerait pas Internet, plus de 4000 stations de radio et plusieurs centaines de stations de télévision se trouvaient déjà

¹⁴ BUREAU DU VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL, *Société Radio-Canada, Rapport d'examen spécial*, Ottawa, 29 juin 2000, p. 9.

¹⁵ Voir : *Le CRTC ne réglementera pas internet*, communiqué du CRTC, 17 mai 1999.

disponibles et accessibles via ce moyen. Seulement quelques mois après la publication de la politique du CRTC, des projets étaient lancés qui visaient à mettre en place des entreprises de distribution de télévision sur Internet. Le 30 novembre 1999, I-Crave proposait aux internautes l'accès à neuf signaux de télévision canadiens en direct et huit signaux américains. Ces signaux étaient reçus à Toronto puis convertis en format compatible avec Internet et acheminés par ce moyen. Le service I-Crave prétendait s'appuyer sur l'Ordonnance d'exemption du CRTC qui exempte, sans conditions, les " entreprises qui offrent des services de radiodiffusion accessibles sur Internet. " Des recours judiciaires et un règlement hors-cour ont mis fin à cette tentative.

Plus récemment, JumpTV annonçait son intention de retransmettre des stations de télévision sur Internet et entreprenait des procédures devant la Commission du droit d'auteur afin d'obtenir des modifications aux conditions encadrant la retransmission des signaux de radiodiffusion. Cette entreprise affirme opérer une entreprise de distribution de radiodiffusion. Elle tente de se financer en vendant des bannières publicitaires sur les pages web associées aux services de radiodiffusion retransmis. Elle prétend disposer des outils qui limiteraient la réception des signaux retransmis au territoire canadien.

Ces exemples témoignent de la place que commence à prendre Internet dans la transmission au public de contenus radiophoniques et télévisuels. Il montrent la nécessité d'une approche différente de celle qu'a eue le CRTC à l'égard des nouveaux médias et d'Internet

Les véritables interrogations qui confrontent le système de radiodiffusion à l'égard d'Internet sont celles de savoir ce qu'il en est des services visés par la *Loi sur la radiodiffusion* lorsque ces derniers sont acheminés par ce moyen.

Plutôt qu'une attitude de laisser-faire, il faut une attitude de veille active afin de suivre les développements et évolutions. Cela permet d'être en mesure d'encadrer efficacement les initiatives qui ne devaient pas manquer de se manifester. À l'égard d'Internet, le CRTC a fait tout le contraire d'une approche innovatrice de la régulation. Il a choisi de reprendre à son compte quelques clichés au sujet d'Internet et de les présenter en guise de politique. Du coup, il a négligé de percevoir les vrais défis que l'univers d'Internet pose au système canadien de radiodiffusion.

S'il avait appliqué correctement la politique de radiodiffusion prévue par la loi, le CRTC se serait demandé quelle est la meilleure façon de définir la politique à suivre au sujet des services de radio et de télévision sur Internet. Plutôt que d'exempter sans conditions et de façon générale tout service de radiodiffusion empruntant les voies d'Internet, il aurait dû exiger de toute entreprise envisageant de mettre en place un service de radiodiffusion sur Internet qu'elle fournisse des réponses appropriées à des questions comme celles-ci:

- en quoi les services de radio et de télévision offerts sur Internet sont ou ne sont pas visés par la *Loi sur la radiodiffusion*, notamment les définitions d'émission, de programmation et de radiodiffusion.
- quels sont les principes de la politique canadienne de radiodiffusion telle qu'énoncée à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* qui sont mis en cause par l'avènement et la

généralisation de ce mode de diffusion?

- est-il opportun de formuler d'autres principes qui devraient présider au développement de tels environnements lorsqu'ils sont utilisés pour diffuser de la programmation radio ou de la programmation télé?
- quelles sont les techniques de réglementation envisageables afin d'encadrer le développement de ce genre de services dans le respect des principes énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*?
- à quelles conditions la fourniture de tels services devrait-elle faire l'objet d'une ordonnance d'exemption aux termes de l'article 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*?

En appliquant une telle démarche, l'organisme de réglementation se serait bien gardé d'une intervention intempestive. Il aurait, au contraire préservé ses capacités d'appliquer là comme ailleurs, les principes prévus dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Les épisodes de Jump TV et de I-Crave démontrent que le CRTC s'est, à cet égard, coupé les moyens d'agir.

Même si Internet transcende les espaces territoriaux, les instances étatiques continuent d'y exercer une importante activité normative. À bien des égards, il est naïf de s'imaginer que l'avènement du cyberspace met fin à la capacité des États de réguler les activités qui y prennent place. Des exemples presque quotidiens témoignent que les États disposent d'une importante capacité de faire en sorte que les activités sur Internet se déroulent dans le respect de leurs lois.

Dans plusieurs environnements susceptibles de servir à la diffusion d'émissions de radio et de télévision, comme Internet, la communication est possible grâce à la mise en place de raccordements entre les différents terminaux de tous ceux qui veulent entrer en communication : c'est la notion de réseau (parfois désigné comme le " fournisseur de services Internet " ou " fournisseur d'accès Internet "). Le réseau est à la fois la porte d'entrée et le lieu dans lequel s'exercent les différentes formes de contrôle dans l'univers d'Internet. On ne se raccorde pas à Internet, on se raccorde à un réseau lui-même raccordé à Internet.

Internet est une résultante des interconnexions entre les réseaux effectués suivant les protocoles d'Internet. Mais les réseaux, ceux qui sollicitent des clients, qui proposent des options aux Canadiens, sont concrètement situés quelque part...

Prétendre que l'État ne peut réglementer Internet, c'est ignorer que l'État pose des règles régissant le statut des personnes, met en place des mécanismes et instruments afin de faciliter l'identification des personnes pour certaines fins spécifiques et détermine les conditions auxquelles est collectée, détenue et diffusée l'information relative aux transactions. Rien n'indique que ces activités régulatrices des États prendront fin avec Internet.

Il en est de même pour les différentes règles relatives à l'ordre public, celles interdisant la

pornographie, la propagande raciste et autres contenus délictueux qui ne deviennent pas acceptables du seul fait qu'ils transitent dans un environnement comme Internet. Bien sûr, toutes ces matières ne relèvent pas du champ de la *Loi sur la radiodiffusion*. Mais ce rappel illustre à quel point les règles posées par les États jouent encore un rôle majeur, principalement en ce qu'elles déterminent les responsabilités de ceux qui participent à la communication sur Internet. Or, lorsqu'une entreprise se livre à des activités de radiodiffusion au Canada, elle est visée par la *Loi sur la radiodiffusion* et doit agir en conformité avec celle-ci.

Penser la régulation d'Internet en s'imaginant que ce qui justifie les régulations étatiques va simplement disparaître, relève de la pensée magique. Mais il est tout aussi naïf d'ignorer les mutations majeures que connaît la façon de penser et de concevoir la réglementation de la radiodiffusion.

C'est pourquoi il importe de penser les interventions visant à mettre en œuvre la politique de radiodiffusion de même que les autres politiques culturelles en recherchant les moyens adaptés pour faire prévaloir la politique de radiodiffusion à l'égard des activités de radiodiffusion se déroulant en tout ou en partie sur Internet. Cela appelle le renforcement de notre capacité à promouvoir les équilibres qui ont si bien servi le développement de la radiodiffusion canadienne.

Devant les défis que posent les évolutions techniques, la dernière chose à faire serait de baisser les bras! Il faut plutôt assurer la capacité d'innovation et d'adaptation du cadre réglementaire de la radio et de la télévision. Il faut prendre les mesures requises afin de garantir que les objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* puissent être effectivement réalisés y compris sur Internet. Ces objectifs demeurent encore valables et très largement partagés par l'ensemble de la population canadienne.

La nature des évolutions que connaît la technologie mène aux constats suivants :

- l'évolution des environnements techniques ne font pas disparaître les besoins auxquels répondent les diverses régulations qui ont été mises en place;
- le défi d'assurer un véritable choix en faisant en sorte que les environnements technologiques proposent des contenus reflétant la culture canadienne demeure plus actuel que jamais;
- il est nécessaire d'assurer l'évolution de la régulation et de l'adapter aux contextes technologiques de manière à garantir le respect des objectifs énoncés dans la politique canadienne de radiodiffusion dont personne ne remet en cause le bien fondé.

3. La nécessité accrue d'assurer la diversité culturelle

Le principal défi posé par la mondialisation et les tendances des évolutions technologiques est celui de la diversité culturelle. La mondialisation et l'innovation technologique ne

doivent pas être synonymes d'uniformisation culturelle.

Les tendances à la mondialisation ainsi que les évolutions des techniques de radiodiffusion rendent plus nécessaires que jamais les mesures afin d'assurer la diversité culturelle.

Les entreprises opèrent dans un environnement mondial et les phénomènes technologiques, comme la numérisation contribuent à créer un milieu de radiodiffusion global. Il importe par conséquent de s'assurer que cet environnement technique et économique fonctionne d'une manière qui serve l'ensemble des manifestations de la créativité humaine.

La préservation de la diversité culturelle suppose l'intensification des moyens afin de renforcer la production et la diffusion de contenus canadiens dans l'ensemble des environnements où cela devient possible. La diversité culturelle résultera de l'aptitude des réglementations nationales à assurer, là où elles sont en mesure d'agir, les conditions pour que se développent les activités créatrices reflétant les imaginaires du pays.

La diversité culturelle est une condition de la préservation et de la mise en valeur du patrimoine culturel commun de l'humanité. Le maintien de la diversité culturelle au niveau mondial appelle au niveau national des politiques conséquentes visant à la promotion des créations exprimant la culture canadienne.

La diversité culturelle passe nécessairement par des mesures qui, au plan national, sauront assurer une capacité de production et de diffusion d'émissions canadiennes et d'autres contenus reflétant les traits de la culture des Canadiens. La régulation de la radiodiffusion doit donc se concevoir de plus en plus dans le cadre national mais avec l'œil ouvert sur les perspectives internationales.

C'est dire à quel point il importe de construire une stratégie sur les acquis et les forces du système de régulation. Il faut miser sur les succès obtenus par l'application de la *Loi sur la radiodiffusion*, en ajuster les conditions d'application et faire évoluer les stratégies afin de répondre aux exigences actuelles et futures de l'univers de la radiodiffusion. En somme, il faut maintenir et renforcer les mesures qui nous permettent de maîtriser notre espace de création et de diffusion.

II- Maîtriser notre espace de création et de diffusion

Pour contribuer à la diversité culturelle, le Canada doit maîtriser son espace de création et de diffusion. La politique de radiodiffusion doit viser à faire en sorte que les moyens de communication fonctionnent de façon à promouvoir, plutôt que limiter, la production et la diffusion de contenus reflétant la culture canadienne.

Dans un univers où les techniques effacent les distinctions et banalisent les frontières, le défi d'assurer la diversité des manifestations de la culture passe par une stratégie cohérente de régulation. Une telle stratégie vise à éviter que les infrastructures de communication ne soient que des relais pour l'acheminement de produits culturels étrangers.

La maîtrise de l'espace de création et de diffusion suppose de renforcer les équilibres mis en place par la *Loi sur la radiodiffusion*, de mettre en œuvre les moyens actuellement disponibles et d'innover afin de mettre en place des moyens adaptés au nouveau contexte.

A. Des équilibres à renforcer

La grande réussite du système de régulation mis en place avec la *Loi sur la radiodiffusion* est d'avoir su maintenir l'équilibre entre différentes tendances, forces, intérêts et pressions contradictoires. C'est ainsi que dans son Avis public du 30 avril 1998 portant sur la *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*¹⁶, le CRTC rappelait qu'il : “ gère un délicat équilibre entre atteindre divers objectifs sociaux et culturels et assurer une industrie des communications économiquement solide et concurrentielle ”.

Le contexte actuel commande de renforcer ces équilibres. La politique à appliquer doit reconnaître la nécessité d'assurer le maintien et l'amélioration des conditions d'une industrie performante en matière de radio et de télévision. Ces conditions supposent entre autres :

- la capacité d'accéder effectivement au public et
- la nécessité d'assurer, concrètement, la disponibilité de produits culturels canadiens.

Les équilibres à assurer portent sur les exigences en matière de contenu canadien, sur la radiodiffusion en français, sur la propriété des entreprises, sur les rôles respectifs du secteur public et du secteur privé de même que sur le rôle du gouvernement et du CRTC dans le processus de régulation de la radio et de la télévision.

1. Les exigences en matière de contenu canadien

Les exigences en matière de contenu canadien sont destinées à rétablir et maintenir l'équilibre. Cet équilibre entre d'une part la tendance lourde du marché qui rend plus facile

¹⁶ Avis public 1998-41 du 30 avril 1998 portant sur la *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*

la diffusion et la distribution d'œuvres étrangères, surtout américaines et, d'autre part, l'impératif de promotion de la diversité qui requiert la production et la disponibilité de productions canadiennes.

Ces politiques s'inscriront de plus en plus dans une perspective mondiale selon laquelle il importe de préserver la diversité culturelle. Leur légitimité n'est pas amoindrie avec la généralisation des nouveaux environnements de médias.

Dans l'environnement actuel de la radiodiffusion, les exigences en matière de contenu canadien se traduisent par la nécessité de faire en sorte qu'il y ait des productions canadiennes de qualité dans les environnements de plus en plus abondants de diffusion et de distribution. Pour y arriver, il faut assurer que les ressources dégagées par les activités de distribution soient réinvesties dans la production et assurer la production de contenus de qualité.

La politique de contenu canadien repose sur un ensemble de mesures visant à promouvoir l'essor d'un milieu culturel capable d'assurer l'émergence et la viabilité des talents créateurs sans lesquels il n'a pas de radiodiffusion canadienne.

Le contenu canadien n'est pas conçu comme devant s'appuyer uniquement sur des quotas de diffusion. Les politiques visant à promouvoir le contenu canadien à la radio et à la télévision s'appuyaient premièrement sur la mise en place d'une structure industrielle contrôlée au Canada.

Les politiques et les régulations visant à assurer la disponibilité et la diffusion des œuvres canadiennes doivent être adaptées aux divers environnements médiatiques. Il faut prendre les moyens pour qu'il en soit de même pour toutes les activités de radiodiffusion, y compris celles qui prennent appui sur les capacités de transmission d'Internet.

a) Assurer le réinvestissement des ressources dans la production canadienne

Il y a un lien étroit entre la disponibilité des productions canadiennes et la capacité d'assurer que les ressources tirées de la distribution de contenus étrangers soient réinvesties dans la production canadienne. Ce n'est pas tout d'imposer la présentation d'émissions canadiennes : il faut que celles-ci existent et il faut, par conséquent, mettre en place les conditions pour produire des œuvres canadiennes. C'est en obligeant les entreprises qui rendent disponibles ici des contenus étrangers à réinvestir dans la production canadienne qu'on assure, en partie, la disponibilité de contenus canadiens de qualité.

On ne peut laisser s'implanter des entreprises de programmation ou de distribution qui ne seraient pas en mesure de contribuer à la production canadienne. C'est dire à quel point il importe d'encadrer la mise en place de toutes les entreprises qui, directement ou indirectement, contribuent à l'acheminement d'émissions au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*.

b) Assurer la production de contenus canadiens de qualité

Il importe d'assurer que le système procure les conditions de l'accroissement de la production de contenus canadiens de qualité. La *Loi sur la radiodiffusion* s'inscrit dans une politique globale dont l'une des composantes essentielles est le soutien à la production d'œuvres musicales, d'émissions dramatiques et d'autres contenus. Il y a les aides étatiques directes ou indirectes à la production et il y a les aides découlant des exigences réglementaires à l'endroit des entreprises de programmation et des entreprises de distribution de radiodiffusion.

Pour assurer la qualité des productions, il faut promouvoir l'équilibre entre les lieux de production. Il doit exister une saine émulation nécessaire à l'innovation et au développement de productions originales et de qualité.

Au cours des deux dernières décennies, on a mis en place un cadre régulateur favorisant la diversification des lieux de création. On a fait en sorte qu'il existe une saine concurrence et une bonne complémentarité entre les entreprises intégrées de diffusion et de production et les entreprises se consacrant principalement à la production. Par exemple, l'industrie de la production audiovisuelle indépendante au Québec regroupe une centaine d'entreprises qui génèrent annuellement plus de 31 000 emplois directs et indirects. Cette industrie contribue à la diversité des lieux de création. Ces mesures ont permis des productions dont la qualité est reconnue tant à l'échelle nationale qu'internationale.

La diversification et la concurrence induite dans le système de radiodiffusion a permis l'amélioration de la performance en matière de production. Il faut s'assurer de renforcer ces équilibres et ces synergies puisqu'elles ont démontré leur efficacité.

C'est pourquoi il faut que la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion assure un équilibre entre les impératifs des diffuseurs et la nécessité d'assurer les conditions optimales pour la production d'émissions canadiennes susceptibles de combler l'ensemble des opportunités de diffusion et de distribution.

c) Maintenir l'intégrité du marché canadien des droits

L'une des composantes majeures du caractère canadien du système de radiodiffusion est le fait que le Canada constitue un marché spécifique au plan des droits nécessaires à l'exploitation des œuvres. Le maintien d'un marché des droits au Canada prévient les inconvénients susceptibles de découler d'une continentalisation du marché des droits sur les contenus de la radio et de la télévision.

Si les droits relatifs aux œuvres américaines pouvaient être transigés en dehors des entités à contrôle canadien, il pourrait devenir difficile d'assurer la viabilité des entreprises canadiennes qui ne compteraient que sur les œuvres canadiennes pour assurer leur survie.

Par conséquent, c'est à des entreprises qui détiennent spécifiquement les droits pour le Canada que revient la possibilité de présenter des contenus. Cela permet de faire en sorte que les revenus découlant de la présentation de contenus étrangers soient captés par des entreprises qui ont l'obligation de contribuer à l'accomplissement des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Si cette politique devait être abandonnée, des entreprises de diffusion et de distribution basées à l'étranger seraient en mesure de rendre disponibles des contenus au public canadien sans devoir respecter les exigences faites aux entreprises canadiennes. Il serait beaucoup plus difficile d'exiger de telles entreprises d'apporter une contribution significative à la production et la diffusion d'une programmation canadienne.

Il est plus que jamais essentiel de maintenir le principe du caractère spécifique du marché canadien des droits sur les œuvres rendues disponibles aux Canadiens par le système de radiodiffusion.

En poursuivant une politique par laquelle est maintenu un marché canadien distinct pour les droits de diffusion et de distribution des œuvres destinées à la radiodiffusion, le Canada se donne un levier essentiel pour maîtriser son espace de radio et de télévision.

2. La radiodiffusion en français

L'étroitesse du marché francophone nécessite parfois des conditions de développement particulières. Depuis 1991, la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît la nécessité d'un système de régulation qui tienne compte, à tous égards, du contexte concret de la radiodiffusion en français.

L'article 3(1)c) de la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît le caractère distinct de la radiodiffusion en français. Ce n'est pas un objectif à atteindre ou un souhait qui est formulé, c'est un fait qui est affirmé comme étant un déterminant majeur de la politique canadienne de radiodiffusion. Après avoir rappelé l'existence de certains points communs entre la radiodiffusion en langue française et celle en langue anglaise, il est affirmé que celles-ci diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins.

Les mécanismes mis en place en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* ont contribué significativement au succès de la radiodiffusion francophone au Canada. La radiodiffusion francophone a été ainsi en mesure de développer un milieu dynamique. Par exemple, il existe, entre le public et les artisans du spectacle, de la chanson et de la télévision francophone une relation de complicité de longue date.

Le public francophone se reconnaît dans les productions de l'industrie canadienne de la radiodiffusion. Il existe un "star system" et un dynamisme qui contribue à assurer l'essor et la richesse de la production en français.

Mais si cet appui du public demeure une condition nécessaire au succès de la radiodiffusion en français, ce n'est pas suffisant pour garantir la production d'œuvres de qualité qui sauront continuer à plaire au public. Des solutions convenant au milieu de la radiodiffusion

anglophone peuvent se révéler inappropriées dans les marchés francophones.

Le contexte contemporain de la radiodiffusion appelle plus que jamais des approches modulées suivant les situations, parfois fort différentes de radiodiffusion en français et en anglais. Il faut que le système de régulation fonctionne effectivement de manière à assurer la supervision du système d'une façon qui tienne compte des différences entre les secteurs francophones et anglophones.

3. La propriété des entreprises

Le contrôle de la propriété des médias est une mesure appliquée par plusieurs pays dans une optique de défense de la diversité dans l'expression.

Les politiques relatives à la propriété portent sur la nationalité de ceux qui exercent le contrôle effectif des entreprises. Elles visent à garantir l'efficacité de la réglementation. Il y a aussi des conditions auxquelles sont autorisés les acquisitions donnant lieu à des situations de propriété mixte et de propriété multiple des entreprises de médias. On vise par là à protéger le pluralisme.

a) La propriété canadienne

Pour assurer leur souveraineté, plusieurs pays prévoient que les entreprises de radiodiffusion ou de télécommunications doivent être sous le contrôle d'une majorité d'administrateurs nationaux. Devant le phénomène de la mondialisation, il devient plus important que jamais d'assurer que le contrôle de la radiodiffusion canadienne s'exerce effectivement au Canada. Il s'agit de maintenir une prise sur un secteur-clé de l'économie.

Pour appliquer les exigences réglementaires que requiert la politique de radiodiffusion, il faut que les entreprises auxquelles on impose des obligations soient contrôlées au Canada. Par exemple, si on laisse s'implanter des entreprises américaines de distribution, elles pourraient baisser artificiellement leurs tarifs, adopter des pratiques de dumping et invoquer ensuite leur incapacité à participer au réinvestissement dans la production canadienne. Cela aurait un effet d'entraînement sur les autres entreprises et pourrait mettre en péril plusieurs mesures exigeant le réinvestissement dans la production canadienne.

L'article 3(1) a) de la *Loi sur la radiodiffusion* proclame, à titre de premier principe de la politique canadienne de radiodiffusion, que : "le système canadien de radiodiffusion doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle".

Un retour sur les circonstances historiques ayant motivé la mise en place du principe de la propriété et du contrôle canadiens est éclairant. La *Loi sur la radiodiffusion* de 1958¹⁷ a été la première à comporter une disposition relative à la propriété étrangère. Le Bureau des

¹⁷ S.C. 1958, c. 22.

gouverneurs de la radiodiffusion ne pouvait recommander l'octroi d'une licence à une société dont le président et les deux tiers des membres du Conseil d'administration n'étaient pas citoyens canadiens ou dont les trois quarts des actions votantes n'appartenaient pas à des citoyens canadiens¹⁸. Toutefois le phénomène de la propriété étrangère se manifestait surtout à cette époque dans l'industrie de la télévision par câble qui n'était pas visée par la loi de 1958¹⁹. La *Loi sur la radiodiffusion* de 1968²⁰ comportait des dispositions permettant la mise sur pied d'un programme majeur de dessaisissement de la propriété étrangère. La loi accordait au gouvernement le pouvoir d'émettre des directives au CRTC sur l'éligibilité aux licences de radiodiffusion.

Le Canada a fait dans le passé l'expérience de la propriété étrangère en matière de radiodiffusion. Il a été dès lors constaté qu'il est difficile d'assurer la production et la diffusion d'œuvres canadiennes de qualité si on ne maîtrise pas les composantes fondamentales de l'industrie comme les entreprises de télédistribution. À compter de 1968, plusieurs années ont été nécessaires pour canadianiser les entreprises de télédistribution. C'est un acquis qu'il serait catastrophique d'abandonner au nom d'un effet de mode.

La *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 comporte plusieurs références au caractère canadien du système de radiodiffusion. Il y a au premier chef l'affirmation que le système doit être effectivement la propriété des Canadiens et demeurer sous leur contrôle. Le système est décrit comme offrant, par sa programmation, un "service public essentiel", "pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et la souveraineté culturelle". L'article 3(1)d) déclare que "le système canadien de radiodiffusion devrait servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada" et à l'article 3(1)d)(ii) on ajoute qu'il devrait "favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne". L'article 3(1)f) affirme la nécessité pour toutes les entreprises de faire appel au maximum, et dans tous les cas de manière au moins prédominante, aux ressources canadiennes.

La promotion du caractère canadien de la radio et de la télévision est assurément la finalité la plus fondamentale de la politique de radiodiffusion. Les règles exigeant la propriété canadienne ont permis la création d'entreprises canadiennes dont nous sommes fiers. Ces entités sont capables d'agir et de contribuer efficacement à la promotion de notre culture. Ce n'est pas le temps de les affaiblir en les laissant devenir des filiales d'entreprises étrangères. Pour assurer le caractère canadien du système, il demeure essentiel que le contrôle de ses composantes fondamentales, les entreprises de diffusion et de distribution,

¹⁸ René PÉPIN, "Introduction à l'étude du phénomène de la propriété des mass medias électroniques au Canada", (1976) 7 *R.D.U.S.* 49, 115.

¹⁹ Voir CRTC, *La propriété canadienne dans la radiodiffusion – Rapport sur le dessaisissement étranger*, Ottawa, Information Canada, 1974, 44 p.

²⁰ S.C. 1967-68, c. 25 remplacée par S.R.C. 1970, c. B-11.

soit au Canada et entre des mains canadiennes.

Pour s'assurer d'un positionnement pertinent, il peut arriver que des entreprises canadiennes jugent nécessaire de rechercher des alliances et l'agglomération des ressources afin de soutenir les pressions concurrentielles. Certaines pourraient demander, à cette fin, une régulation plus flexible. Mais il ne saurait être question de transiger sur les principes et surtout sur les résultats qui doivent être atteints.

On peut permettre aux entreprises canadiennes d'avoir accès à un plus vaste réservoir de capitaux afin de progresser et de se positionner adéquatement dans un univers de plus en plus planétaire. Mais cela ne doit jamais mettre en cause le principe du contrôle canadien de tous les types d'entreprises de radiodiffusion.

Plusieurs moyens existent afin de doter les entreprises canadiennes des niveaux nécessaires de capitalisation sans en céder le contrôle effectif. Par exemple, une entreprise comme BCE n'éprouve pas de difficulté à se procurer, au Canada ou ailleurs, les capitaux requis pour son développement.

Les radiodiffuseurs étrangers et les cartels médiatiques qui souhaitent jouer un rôle dans l'évolution du système canadien de radiodiffusion doivent le faire selon des règles claires. Et ces règles doivent être établies dans le seul souci de favoriser l'accomplissement des objectifs énoncés par le Parlement.

b) La propriété mixte et la propriété multiple

La diversité des moyens de radiodiffusion et de façon générale, des sources d'information, sont des conditions essentielles de l'exercice de la liberté de création. Et cette liberté de création est essentielle à l'existence de contenus originaux. C'est dans cet esprit que l'on s'intéresse à la propriété des entreprises. L'on tient en effet à ce que les entreprises soient détenues par une pluralité de propriétaires afin d'assurer la diversité des points de vues.

La réglementation développée par le CRTC sur la propriété contribue à mettre en oeuvre plusieurs principes de la *Loi sur la radiodiffusion*. La *Loi sur la radiodiffusion* commande au CRTC de s'assurer qu'il existe un équilibre global au sein du système de radiodiffusion. L'article 3(1)i(i) énonce que la programmation offerte par le système 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". Le sous-paragraphe (iv) de l'article 3(1)i prévoit que la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait "dans la mesure du possible, offrir au public l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent". L'équilibre ainsi recherché peut être atteint de multiples façons.

Il est certain que la démultiplication des possibilités de diffusion a modifié les termes du débat au sujet de l'équilibre. Aux débuts de la radio puis de la télévision, il existait seulement quelques stations pour assurer la desserte de la plupart des régions. Avec la multiplication des possibilités de diffusion, de transmission et de retransmission, le

système canadien de radiodiffusion offre désormais, dans la plupart des marchés, une pluralité de canaux, de genres d'émissions et de points de vues différents.

La tendance à la convergence des entreprises oeuvrant dans le domaine de la radiodiffusion porte à revoir les approches en matière de propriété. Il faut mettre en place les conditions nécessaires pour procurer les avantages découlant de l'agglomération de ressources que rend possible la propriété mixte tout en assurant les conditions d'une programmation diversifiée.

Il faut trouver des moyens ciblés propres à garantir l'exercice de la liberté des entreprises d'établir leurs grilles de programmes sans pour autant rendre impraticables les synergies qui peuvent rendre les entreprises canadiennes plus compétitives.

Les entreprises appartenant à d'importants groupes de médias ne devraient pas pouvoir exclure systématiquement ou privilégier indûment certains créateurs, producteurs ou interprètes.

Par exemple, il ne serait pas acceptable qu'une entreprise de radio ou de télévision liée à un groupe possédant à la fois des intérêts en radiodiffusion, en édition, en production et dans diverses activités connexes se mette à exclure des artistes ou des oeuvres qui sont produits par une entreprise qui n'est pas du groupe.

La multiplication de canaux doit produire une réelle diversité, notamment de points de vues. Le souci souvent exprimé lorsqu'une seule entreprise devient propriétaire d'une pluralité de stations de radio et de télévision est précisément lié aux difficultés que cela pourrait causer en termes de maintien de la diversité.

Dans cet esprit, il faut s'assurer que l'ensemble des créateurs et des producteurs aient un accès équitable à la diffusion. Plus on accepte de concentrer la propriété et les pouvoirs de décider des productions qui seront diffusées, plus il faut garantir que les décisions à cet égard seront prises suivant des critères et une éthique d'équilibre conforme à la *Loi sur la radiodiffusion*. Par conséquent, à l'égard des entreprises possédant des intérêts dans un ensemble d'entreprises laissant craindre des pratiques nuisibles au pluralisme, il faut imposer des exigences de transparence. Il faut que ces entreprises soient obligées de rendre compte périodiquement de leurs pratiques et ce pas seulement lors de l'échéance de leurs licences. Des mécanismes efficaces et publics d'examen des plaintes doivent procurer les garanties à l'effet que la plus grande concentration ne va pas engendrer de déficit au plan du pluralisme des sources de création.

4. Les rôles respectifs du secteur public et du secteur privé

La force du système canadien de radiodiffusion découle en bonne partie du fait que l'on a su maintenir les équilibres entre secteur public et secteur privé. Cela a permis de promouvoir une saine émulation et d'assurer la desserte de l'ensemble des publics.

Même dans les pays où l'on fait une grande place à l'initiative privée, l'idée suivant laquelle les diffuseurs exercent des fonctions dans l'intérêt public demeure présente. C'est

pourquoi la *Loi sur la radiodiffusion* proclame que :

b) le système canadien de radiodiffusion, composé d'éléments publics, privés et communautaires, utilise des fréquences qui sont du domaine public et offre, par sa programmation essentiellement en français et en anglais, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle;

Au Canada, il y a plusieurs types d'entreprises de radiodiffusion. Il y a celles qui sont vouées à l'accomplissement du service public national de radiodiffusion, les entreprises commerciales et les entreprises communautaires.

a) La Société Radio-Canada

La Société Radio-Canada est l'entreprise chargée, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, de fournir le service national de radiodiffusion. Son statut se distingue, sous plusieurs aspects, de celui des entités privées vouées à la radiodiffusion.

Les éléments particuliers de la politique de radiodiffusion qui font référence au service national fourni par la Société Radio-Canada confient à cette dernière une mission spécifique la différenciant des logiques commerciales caractéristiques des radiodiffuseurs commerciaux. Ces différences expliquent que l'autorité du CRTC sur Radio-Canada ne s'exerce pas de la même façon qu'à l'égard des autres entreprises de radiodiffusion.

La Société Radio-Canada a pour mission de fournir la programmation prévue dans les dispositions de l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* qui concernent le mandat de la Société Radio-Canada. Le mandat de la Société Radio-Canada est énoncé aux articles 3(1)l) et 3(1)m) de la *Loi sur la radiodiffusion* dans les termes suivants :

- l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit;*
- m) la programmation de la Société devrait à la fois :*
 - (i) être principalement et typiquement canadienne,*
 - (ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions,*
 - (iii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,*
 - (iv) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,*
 - (v) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,*
 - (vi) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,*
 - (vii) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens,*
 - (viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada;*

Ce mandat ne confine pas la Société Radio-Canada à un genre déterminé de services ou de programmes. À titre de radiodiffuseur public national, elle doit offrir "des services de radio

et de télévision”; ces services peuvent être de toute nature. Ils comprennent “une programmation aussi large que possible qui renseigne et divertit”.

Le mandat de la Société ne lui commande pas de se confiner dans une programmation d'un genre particulier ou complémentaire. Il ne requiert pas non plus de confiner celle-ci à un rôle exclusif de pourvoyeur de contenu canadien. Au contraire, le mandat de service public demande de mettre en place et de rendre disponible une programmation répondant aux besoins du public canadien.

Au contraire, la programmation de la SRC doit être aussi large que possible. En particulier, la Société Radio-Canada assume l'obligation de produire et de diffuser de la programmation qui, en raison de ses coûts élevés, ne pourrait l'être par les entreprises commerciales. C'est dans l'article 3(1)m) que sont précisés les traits qui doivent distinguer la programmation de la Société.

La *Loi sur la radiodiffusion* précise que c'est à titre de “radiodiffuseur public national” que la Société Radio-Canada offre ses services²¹. Cette précision est importante; la Société n'est pas une simple émanation du gouvernement : elle est chargée de rendre un service qui, par sa nature même, présuppose une indépendance éditoriale. En précisant que la Société Radio-Canada offre un service public national de radiodiffusion, la loi manifeste une intention de lui accorder un degré de liberté analogue à celui qui est en principe reconnu aux autres entreprises de radiodiffusion. Cela reflète les traditions canadiennes en ce domaine.²²

Le recours aux oeuvres et aux prestations d'interprètes par la Société Radio-Canada n'est pas une composante d'un produit constitué afin de générer des revenus. Au contraire, la Société Radio-Canada a plutôt une obligation inhérente à son mandat de service public de mettre en place une programmation visant à assurer la défense et l'illustration des manifestations de la culture canadienne. En d'autres mots, elle doit rechercher les talents et susciter des prestations qui n'auraient pas lieu selon les normes usuelles de la radiodiffusion commerciale.

b) Le secteur privé

Le secteur privé répond à des logiques commerciales. Les stations de radio et de télévision desservent certes leurs auditoires, mais elles doivent se financer par la vente de temps publicitaire qui constitue leur principale source de revenu. Pour y arriver, elles doivent concevoir une programmation attrayante pour une masse critique d'auditeurs. Elles ont recours aux oeuvres et aux prestations d'interprètes comme principaux intrants pour constituer cette programmation. C'est cet auditoire ainsi constitué qui est le produit vendu par les entreprises de radiodiffusion commerciales. De ce point de vue, la véritable clientèle

²¹ *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, c. 11, art. 3(1).

²² Pierre TRUDEL et France ABRAN, *Droit de la radio et de la télévision*, Montréal, Éditions Thémis, 1991, c. 15,

des radiodiffuseurs commerciaux est celle des commanditaires. C'est à ces derniers que les stations ou les réseaux cherchent à vendre des auditoires susceptibles de recevoir les messages publicitaires.

Le rôle du secteur privé est déjà adéquatement défini dans l'actuelle Loi. L'ensemble des entreprises privées ont l'obligation de contribuer à la production et à la présentation de contenus canadiens. Il importe de s'inscrire en faux contre l'idée de confiner les obligations de produire et diffuser des contenus canadiens à la Société Radio-Canada.

L'ensemble des entreprises constituant le système canadien de radiodiffusion doivent contribuer à la création et à la présentation d'une programmation canadienne. Rien n'indique qu'un tel objectif doive être abandonné.

c) Un équilibre à préserver

Bien que participant l'un et l'autre à l'accomplissement des objectifs définis par le Parlement, le secteur public et le secteur privé ne sont pas assujettis aux mêmes obligations. Ils opèrent en effet suivant des logiques différentes. Dans cette perspective, la *Loi sur la radiodiffusion* définit un mandat spécifique pour la Société Radio-Canada et, compte tenu de ces dispositions, le CRTC a imposé à cette dernière des obligations réglementaires différentes.

Entre le secteur public et le secteur privé de la radiodiffusion, il y a une tension et une complémentarité. Cette tension fondamentale a contribué à façonner les traits originaux de l'encadrement des activités de radiodiffusion au Canada. La coexistence d'un secteur public et d'un secteur privé de radiodiffusion assujettis en principe aux mêmes règles et objectifs a constitué et devrait continuer de constituer le trait caractéristique du système canadien. L'un et l'autre se complètent dans la mise en place des conditions propices à l'accomplissement des objectifs de la politique de radiodiffusion.

Malgré la multiplication des canaux et l'éclatement de l'univers de la radiodiffusion, le Canada n'est pas un marché où il est possible de postuler que tous les besoins peuvent être satisfaits suivant la seule logique du marché commercial. Pour assurer la maximisation de la production, de la diffusion et de la distribution des œuvres canadiennes, il faut promouvoir une présence forte du secteur public et un secteur privé dynamique.

Dans un environnement présentant une multitude de possibilités de choix, il importe d'assurer que l'ensemble de la gamme des manifestations de la créativité canadienne puisse être effectivement proposée au public. Pour obtenir un tel résultat, il faut certes compter sur les capacités des entités privées, mais l'expérience montre que certains contenus ou services doivent être assurés par l'entreprise publique.

Il n'y a pas de motif valable de confiner le service public national de radiodiffusion aux modes traditionnels de diffusion. Ce dernier doit pouvoir étendre ses services et en faire évoluer les modes de distribution en ayant recours aux moyens jugés les plus efficaces.

Dans un univers caractérisé par la multiplicité des voies de communication, le service public se présente de plus en plus comme un secteur-témoin tourné vers l'innovation et la desserte des publics qui ne peuvent toujours l'être selon des logiques commerciales. Le service public de radiodiffusion doit disposer des moyens lui permettant d'innover, d'expérimenter et de mettre au point de nouvelles formes d'expression sonore ou visuelle.

5. Le rôle du gouvernement fédéral

Le gouvernement fédéral doit assurer un suivi adéquat des tendances et des évolutions de la production radio-télé afin de garantir l'application et l'effectivité des principes de la politique canadienne de la radiodiffusion. La loi actuelle lui reconnaît les moyens afin d'intervenir.

Suite à l'abolition, au début de la décennie 1990, du Ministère des communications, le suivi et l'élaboration des politiques de radiodiffusion relèvent de deux ministères. Le ministère de l'Industrie assume les responsabilités relatives au spectre et aux autres infrastructures. Le ministère du Patrimoine s'occupe des questions relatives aux contenus.

On peut périodiquement se demander si cette division des responsabilités entre deux ministères joue en faveur des objectifs essentiels de la politique de radiodiffusion.

Ce qui importe, au-delà des organigrammes, c'est que les impératifs culturels inhérents à la politique de radiodiffusion ne soient pas assujetties à des impératifs et des conceptions étroitement industriels et technologiques.

Il revient donc au Gouvernement, dans son ensemble, de voir à ce que les politiques soient menées de façon à promouvoir l'identité canadienne plutôt que de répondre à des pressions industrielles.

Dans la *Loi sur la radiodiffusion*, le gouvernement possède trois pouvoirs d'émettre des instructions à l'intention du CRTC. Il détient

- un pouvoir général de donner des instructions sur les grandes questions d'orientation relativement à l'un ou l'autre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion ou de la réglementation et de la surveillance du système canadien de radiodiffusion ;
- un pouvoir plus spécifique sur des matières bien déterminées, dont l'interprétation de l'accord sur le libre échange Canada/États-Unis et
- un pouvoir d'ordonner au Conseil d'enjoindre aux radiodiffuseurs la diffusion d'une émission qu'il juge avoir un caractère urgent.

- En plus, le gouvernement peut annuler et renvoyer au Conseil certaines décisions prises par ce dernier.

Le gouvernement dispose, dans la législation actuelle, des moyens pour actualiser la politique de radiodiffusion à la lumière des diverses évolutions qui se présentent. Ces mécanismes mis en place par la loi de 1991 ont démontré leur efficacité. Ils procèdent d'un souci d'assurer un équilibre entre d'une part, les principes démocratiques voulant qu'il revient au Parlement d'énoncer la politique générale en matière de radiodiffusion et au gouvernement de pourvoir aux orientations qui doivent être prises dans la mise en œuvre de celle-ci. Enfin, ils assurent que l'organisme de réglementation dispose de la marge nécessaire d'indépendance face aux pouvoirs politiques. En outre, le gouvernement dispose d'un pouvoir afin de s'assurer que le CRTC applique la politique de radiodiffusion de façon compatible avec les principes de la loi et les autres textes comme les directives émises par le gouvernement.

6. Le rôle du CRTC

L'activité réglementaire du CRTC doit assurer l'effectivité des principes énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. À ces fins, le CRTC est investi de la fonction de réglementer et surveiller le système de radiodiffusion de façon à mettre en œuvre la politique de radiodiffusion.

Le CRTC exerce une fonction de surveillance et de supervision aussi bien sur les entreprises de radiodiffusion que sur les entreprises de télécommunications. Dans le contexte de convergence entre les univers de radiodiffusion et de télécommunications, c'est un atout important qu'il faut préserver et renforcer.

Les fondements de la réglementation des télécommunications et ceux de la réglementation de la radiodiffusion sont différents²³. La réglementation des entreprises de télécommunications met surtout l'accent sur les tarifs et sur les mesures destinées à empêcher les abus découlant de la puissance monopolistique²⁴. Par contraste, la réglementation des entreprises de radiodiffusion met l'accent sur les programmes effectivement distribués.

Plus que jamais, il faut que la surveillance du système de radiodiffusion soit assurée par un organisme capable d'intervenir aussi bien dans le champ de la radiodiffusion que dans celui des télécommunications. Ce qui importe, c'est l'accomplissement des objectifs culturels en dehors desquels les objectifs étroitement industriels sont dépourvus de sens.

D'ailleurs, devant le phénomène de convergence entre les logiques de télécommunications et

²³ Quant à la réglementation des radiocommunications, elle s'attache principalement à la gestion du spectre; elle prévoit des règles techniques destinées à permettre l'exploitation ordonnée de ses possibilités. Voir *Loi sur la radiocommunication*, L.R.C., c. R-2.

²⁴ Voir Michael H. RYAN, *Canadian Telecommunications Law and Regulation*, Toronto, Carswell, 1993.

les logiques de radiodiffusion, le CRTC a laissé de côté la pratique séculaire en vertu de laquelle chaque entreprise était réglementée soit en vertu de la législation sur la radiodiffusion ou celle relative aux télécommunications. Il a plutôt opté pour un régime visant les activités auxquelles s'adonnent les entreprises. Désormais, les activités d'une entreprise devront se conformer, tantôt aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion* ou à celles de la *Loi sur les télécommunications*. Si une entreprise diffuse ou distribue des "émissions" au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*, elle doit être régie, pour ces activités, par les principes de la *Loi sur la radiodiffusion*.

La *Loi sur la radiodiffusion* a prévu que la réglementation et la surveillance du système doivent être souples. Il faut aussi tenir compte :

- des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues 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;
- des préoccupations et des besoins régionaux; pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques; favoriser la radiodiffusion à l'intention des Canadiens;
- favoriser la présentation d'émissions canadiennes aux Canadiens; permettre la mise au point de techniques d'information et leur application ainsi que la fourniture aux Canadiens des services qui en découlent.
- Enfin, le CRTC doit tenir compte du fardeau administratif que ses décisions sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion.

Le Conseil exerce ses fonctions de régulation au moyen de quatre instruments principaux, d'un poids juridique variable qui sont : 1° l'adoption de textes réglementaires, 2° les énoncés de politique qu'il rend publics périodiquement et, 3° ses décisions et ordonnances à l'endroit d'une entreprise ou d'un ensemble d'entreprises et enfin, 4° les décisions qu'il rend à la suite de l'étude de plaintes formulées à l'endroit des entreprises.

Le CRTC a le choix des moyens pour assumer son mandat. Au cours des années récentes, il a surtout privilégié une approche de supervision et de surveillance générale plutôt que de réglementer extensivement tous et chacun des aspects de l'activité de radio et de télévision.

Le CRTC doit utiliser l'ensemble de la gamme des outils de régulation afin d'assurer, le plus efficacement possible la réalisation effective des objectifs de la politique énoncée par le Parlement et actualisée de temps à autre par le gouvernement.

Comme la mise en œuvre des objectifs de la politique de radiodiffusion concerne une pluralité d'acteurs, le Conseil doit continuer d'agir de façon transparente et cohérente. Par conséquent, le CRTC doit, pour toutes les questions importantes relevant de son mandat, disposer des moyens de tenir des audiences publiques au cours desquelles toutes les personnes intéressées peuvent se faire entendre.

Le CRTC a mis de l'avant certaines pistes indiquant les approches à privilégier afin de réaliser cette transition dans la réglementation qui découle de la convergence. Il doit être encouragé à continuer dans la voie de l'innovation afin de mettre en place les outils et stratégies de régulation qui seront les plus efficaces pour assurer la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

B. Les moyens à mettre en oeuvre

Les produits culturels en général et en particulier les œuvres musicales, télévisuelles ou cinématographiques tendent à se multiplier et à circuler dans des environnements de plus en plus ouverts et interchangeables. Cela appelle une stratégie de régulation conséquente qui tienne compte de l'effacement de plus en plus manifeste des différences entre les médias ou les environnements médiatiques. Internet est une illustration emblématique de ce phénomène.

Il faut s'éloigner d'une certaine imagerie des nouveaux médias selon laquelle ceux-ci seraient, par nature, insusceptibles d'encadrement ou d'intervention destinée à assurer l'accomplissement d'objectifs culturels. Ces nouveaux environnements médiatiques appellent plutôt le renforcement des capacités d'innovation des systèmes de régulation afin d'assurer l'accomplissement des objectifs de diversité culturelle. Ce n'est pas en laissant faire que l'on va relever les défis importants posés par la façon dont fonctionnent les nouveaux environnements médiatiques. C'est plutôt en se donnant les moyens d'une intervention pertinente à leur égard.

Les difficultés d'assurer l'effectivité des politiques tiennent en bonne partie au fait que l'on omet d'investir dans l'innovation lorsqu'il s'agit des techniques de régulation. L'innovation est souvent perçue comme l'apanage de la technologie. C'est au développement de la technologie, envisagée au sens strict, que l'on réserve la plus grande part des ressources consacrées au soutien de l'innovation. Pourtant, si les environnements médiatiques changent et sont transformés par l'innovation, il doit en être de même des règles qui en régissent le fonctionnement.

Il faut s'assurer que les instances chargées de la surveillance et de la régulation du système développent et conservent leur capacité d'innover et de faire appel aux moyens que requiert la situation.

De plus en plus, la garantie d'effectivité des règles du jeu passe par des mécanismes extra-étatiques comme les mécanismes d'autorégulation, de certification ou des contrats-types. La plupart de ces mécanismes ne sont efficaces que s'ils sont convenablement appuyés par une régulation étatique bien ciblée²⁵. Loin de remplacer la réglementation étatique, ces mécanismes sont des outils complémentaires afin d'assurer la réalisation des objectifs visés. Aussi, il importe d'expérimenter de nouvelles formes de régulation mais sans rejeter prématurément les balises fournies par les cadres qui ont à ce jour démontré leur efficacité.

²⁵ Angela J. CAMPBELL, " Self-Regulation and the Media, " (1999) 51 *Federal Communications Law Journal* 711, p. 757.

En somme, il faut prendre avantage des ressources de la loi et innover mais en gardant à l'esprit que c'est l'accomplissement des objectifs énoncés à la loi qui importe.

1. Prendre avantage de toutes les ressources de la loi

L'approche de la *Loi sur la radiodiffusion* consiste à proclamer une politique, puis à investir le gouvernement puis le CRTC des différents moyens de la mettre en œuvre. Cette approche a pour conséquence de conférer une importante marge d'appréciation et de flexibilité aux instances administratives chargées de la surveillance et de la réglementation du système de radiodiffusion. Dans un univers où les choses changent vite et où des réalités nouvelles se pointent à un rythme parfois effréné, cette flexibilité est essentielle.

Loin d'être désuète, la *Loi sur la radiodiffusion* constitue un atout majeur pour réussir dans l'environnement actuel de la radiodiffusion. Mais il s'agit de l'appliquer en prenant avantage de toutes les ressources qu'elle recèle.

Le contexte actuel et prévisible de la radiodiffusion emporte plusieurs conséquences. Il faut raisonner cette politique dans un univers où les distinctions et repères traditionnellement tenus pour aller de soi semblent se dissoudre. La radio et la télévision s'inscrivent de plus en plus dans un environnement de communication interactive moins sensible aux frontières territoriales, davantage déterminés par les décisions de l'utilisateur. Dans un univers où plusieurs centaines de canaux de toute provenance sont disponibles, il est difficile d'appliquer une réglementation se bornant uniquement à limiter l'offre de certains contenus ou à imposer des quotas de diffusion. Il faut des mesures efficaces et pour assurer l'efficacité des mesures, il faut que les entreprises soient dirigées ici par des personnes en mesure de répondre de leurs décisions. Il y a ici une illustration de l'importance des exigences en matière de propriété canadienne pour la réalisation des objectifs de la Loi.

Le CRTC peut et doit s'assurer d'encadrer les activités de radiodiffusion dans le sens indiqué par la politique canadienne de radiodiffusion. Ce devoir s'impose à lui à l'égard des activités de radiodiffusion prenant appui sur Internet ou sur d'autres environnements. Il doit pour cela se servir des pouvoirs que lui confère la législation sur la radiodiffusion de même que la *Loi sur les télécommunications*.

Le CRTC ne peut, à lui seul, réguler la totalité de ce qui se passe dans tous les autres environnements de communications. D'ailleurs, personne ne lui demande de régenter des environnements aussi englobants qu'Internet. Par contre, l'organisme de régulation doit continuellement évaluer les situations et prendre les mesures ponctuelles et structurelles afin d'actualiser concrètement la politique définie par le Parlement.

Pour assurer la mise en œuvre et l'effectivité des principes de la loi, il faut que le gouvernement et l'organisme de régulation continuent d'être proactifs dans l'actualisation des modalités d'application de la loi et la supervision de tous les éléments de l'industrie de la radio et de la télévision. Pour assurer cette proactivité, il faut faire un usage judicieux des mécanismes souples qu'offre la *Loi sur la radiodiffusion*.

Il faut utiliser judicieusement les moyens familiers que sont les pouvoirs de faire des règlements et de déterminer les conditions des licences.

a) Les règlements et les conditions de licence

Le CRTC peut adopter des règlements destinés à mettre en oeuvre les principes de la loi et qui s'appliqueront à tous les détenteurs de licence ou à certaines catégories d'entre eux. L'étendue du pouvoir réglementaire conféré au CRTC est considérable. L'article 10 le rattache à l'exécution de la mission du CRTC. Comme cette mission recouvre la mise en oeuvre de la politique de radiodiffusion, il en résulte un pouvoir de portée très vaste.

Les pouvoirs d'attribution de licences sont prévus à l'article 9(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.²⁶ Le processus d'attribution de licence vise un équilibre entre les obligations et le soutien aux titulaires et la nécessité d'offrir aux Canadiens le plus vaste choix possible de services de radiodiffusion.

La loi confère au CRTC des pouvoirs très étendus pour faire les règlements et prescrire les conditions de licence jugées appropriées à chaque situation. Il faut maintenir ce pouvoir étendu conféré au CRTC et l'inciter à en faire un usage imaginatif.

b) Les ordonnances exemptant certaines entreprises des obligations de la loi

Depuis 1991, la *Loi sur la radiodiffusion* confère au CRTC un important pouvoir de soustraire des entreprises aux obligations prévues par la loi. Le CRTC peut alors émettre une " Ordonnance d'exemption ". L'article 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que :

Le Conseil soustrait, par ordonnance et aux conditions qu'il juge indiquées, les exploitants d'entreprise de radiodiffusion de la catégorie qu'il précise de toute obligation découlant soit de la présente partie, soit de ses règlements d'application, dont il estime l'exécution sans conséquence majeure sur la mise en oeuvre de la politique canadienne de radiodiffusion.

Le libellé de la loi peut porter à conclure que le Conseil est *obligé* d'exempter les exploitants lorsque les conditions nécessaires sont réunies. En général, le Conseil sollicite les observations du public et des parties intéressées avant d'émettre une telle ordonnance²⁷. Le critère appliqué n'est pas la taille ou l'importance de la catégorie d'entreprises à exempter. Le Conseil examine plutôt s'il est nécessaire que cette catégorie se conforme à la Partie II de la loi ou à ses règlements en vue d'assurer la mise en oeuvre de la politique de radiodiffusion²⁸. L'ordonnance d'exemption comporte une description de la catégorie exemptée ainsi que les modalités en vertu desquelles chaque entreprise est admissible à une

²⁶ Voir Pierre TRUDEL et France ABRAN, *Droit de la radio et de la télévision*, Montréal, Éditions Thémis, 1991, p. 211.

²⁷ Voir CRTC, Avis public 1995-59, 26 avril 1996, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*.

²⁸ CRTC, Avis public 1995-59, 26 avril 1996, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, p. 6.

exemption. En rendant ces ordonnances d'exemption, le Conseil souligne qu'il a le pouvoir de les révoquer ou de les amender, et qu'il s'attend à ce que les entreprises fournissent leurs services de manière responsable et respectent l'esprit de la Loi, notamment en ce qui a trait au critère de haute qualité et la prohibition réglementaire des commentaires abusifs.

Généralement, les exemptions se limitent aux entreprises dont les répercussions sur le système de radiodiffusion sont jugées mineures ou marginales. Toutefois, la fréquence avec laquelle le CRTC a utilisé ce mécanisme (qui n'est pas sujet à appel au Gouverneur en Conseil) pour faciliter la concurrence et l'entrée sur le marché, n'a pas été sans soulever certaines critiques²⁹. Les ordonnances d'exemption concernant les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD), les entreprises de programmation de jeux vidéo et les entreprises de programmation de télé-achats ont suscité débats et controverse. Plusieurs ont soutenu que les services fournis par ces entreprises exemptées constituent des exemples de nouveaux types de services de radiodiffusion qui pourraient éventuellement avoir des conséquences majeures pour le système de radiodiffusion et que le fait de les exempter limite la capacité du CRTC d'obliger ces entreprises à apporter une contribution dans l'avenir au système canadien de la radiodiffusion ou à se conformer aux codes de l'industrie³⁰.

Le 26 avril 1996, le Conseil publiait sa nouvelle politique relative à sa démarche quant au recours aux ordonnances d'exemption et à l'attribution de licence. Cette politique vise à *“appuyer et encourager le développement de nouveaux services et de nouvelles technologies de radiodiffusion, tout en faisant en sorte que toutes les entreprises apportent une contribution constructive à la mise en oeuvre de la politique de radiodiffusion énoncée dans la Loi”*³¹. Ainsi, le Conseil reconnaît que l'attribution d'une licence est la norme et l'ordonnance d'exemption, une solution de rechange qui a un caractère exceptionnel.

Bien utilisée, la réglementation par voie d'ordonnance d'exemption n'est pas incompatible avec l'exigence d'une certaine forme de contribution au système canadien de radiodiffusion par les entreprises exemptées. Les politiques mises de l'avant par le CRTC en matière de services expérimentaux de télévision à demande illustrent les mérites d'une telle approche.

Pour les nouvelles catégories d'entreprises se livrant à des activités de radiodiffusion, dont il est difficile d'évaluer les impacts à long terme, le CRTC a généralement considéré qu'il vaut mieux, dans l'intérêt public, procéder suivant le mode normal et attribuer des licences à ces services. À un moment ultérieur, lorsqu'il sera possible de bien évaluer les conséquences, il sera toujours possible d'envisager la possibilité d'exempter une catégorie³².

²⁹ Voir le rapport du GROUPE DE TRAVAIL SUR LA POLITIQUE CONCERNANT LES SATELLITES DE RADIODIFFUSION DIRECTE, *La radiodiffusion directe à domicile par satellite*, Ottawa, 1995, pp. 31-33.

³⁰ CRTC, Avis public 1996-59, 26 avril 1996, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, p. 7.

³¹ CRTC, Avis public 1996-59, 26 avril 1996, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*, p. 19.

³² CRTC, Avis public 1996-59, 26 avril 1996, *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption*,

Le régime d'attribution de licence devrait donc demeurer la norme pour les entreprises de radiodiffusion. Si le CRTC avait persisté dans cette voie, il aurait été en mesure d'infléchir l'établissement de services de distribution par Internet dans un sens conforme aux objectifs de la politique énoncée par la loi.

Même si le régime d'attribution de licence demeure la norme, il demeure toujours loisible au CRTC d'exempter les entreprises qui sont nettement sans conséquence majeure sur le système de radiodiffusion et l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de la radiodiffusion ainsi que les entreprises qui se livrent à des essais techniques ou à des essais de marché. Cela procure un espace adéquatement balisé pour l'expérimentation et l'émergence de nouveaux services.

Les ordonnances d'exemption sont un outil de régulation qui peut servir à appuyer une politique vigilante autant qu'une politique de laisser-faire. Il faut que ces ordonnances soient obligatoirement soumises à un examen périodique afin d'en évaluer la conformité à la politique de radiodiffusion et de tenir compte de l'évolution de l'environnement technique et commercial.

Les environnements dans lesquels se déroulent les activités de radiodiffusion sont de plus en plus nombreux. Les émissions de radio et de télévision peuvent désormais emprunter de multiples voies de diffusion. Pour assurer la réalisation des objectifs de la politique de radiodiffusion, il devient nécessaire d'avoir recours à des approches variées et innovatrices. En fin de compte, il faut se donner les moyens d'utiliser une part plus large du spectre de la normativité.

Outre les règlements et les conditions de licences, il existe plusieurs façons de formuler des exigences. Dans les contextes de la nouvelle économie, on parle souvent de la co-régulation entre les instances étatiques et les entreprises concernées, de l'autorégulation par les entreprises. Dans des environnements qui se présentent, tel Internet, comme un lieu de rencontre dans lequel l'utilisateur convient de demander une émission à un fournisseur de services de programmation, la régulation repose en bonne partie sur le contrat qui s'établit entre l'utilisateur et l'entreprise. Voilà autant de pistes qui doivent être suivies pour assurer l'effectivité de la *Loi sur la radiodiffusion*.

2. L'autoréglementation

Le recours à l'autoréglementation, c'est-à-dire des règles élaborées et appliquées par les entreprises, est souvent présenté comme une façon d'alléger la réglementation publique en prenant avantage des motivations existant au sein de l'industrie.

Depuis déjà quelques années, le CRTC a de plus en plus demandé aux entreprises et à leurs associations d'élaborer des normes. Le CRTC impose souvent, par renvoi, le respect d'un

texte autoréglementaire parmi les conditions de licence. Cette pratique est généralisée à l'égard de la publicité destinée aux enfants, de la réglementation des stéréotypes sexistes dans la programmation et à l'égard de la violence dans les émissions de radio et de télévision.

Le Conseil a même mis au point des lignes directrices pour guider l'élaboration des normes gérées par l'industrie³³. On constate que le recours à l'autoréglementation fait partie intégrante de la panoplie de moyens à la disposition du CRTC pour la mise en oeuvre de la politique de la radiodiffusion. Mais une telle technique est efficace à la condition que le CRTC soit déterminé à faire en sorte que les entreprises adoptent un comportement compatible avec les objectifs recherchés. Il faut également que l'élaboration et l'application des normes tiennent compte de l'ensemble des intérêts concernés et pas seulement de ceux des entreprises directement visées. À cette fin, un processus ouvert, faisant appel à la participation de l'ensemble des intéressés doit être privilégié lors de la mise en place et de l'application des normes.

3. La co-régulation

Les États ne peuvent intervenir en ayant seulement recours aux outils traditionnels que sont les lois et les règlements. Ils peuvent encourager une prise en charge par les acteurs d'une partie de la régulation de certaines activités. On parle alors, comme le suggère un rapport au Premier ministre français, de co-régulation³⁴ ou de *regulated self regulation*. La co-régulation peut résulter d'actions concertées des pouvoirs publics et des acteurs privés. Le Livre blanc du gouvernement britannique en propose la description suivante :

*Co-regulation implies a more active involvement of Government or regulator in seeking solution to an emerging concern or perceived need for regulation. There is no very fixed distinction between co-regulation and self-regulation, but co-regulation is used (...) to indicate situations in which the regulator would be actively involved in securing that an acceptable and effective solution are to be achieved*³⁵.

Elle emprunte souvent le vecteur des énoncés de principes ou s'exprime dans des textes proposés comme modèles aux acteurs désireux d'agir de façon responsable ou proactive dans l'encadrement des activités dans lesquelles ils s'engagent. La co-régulation suppose la concertation de tous ceux qui ont une implication dans une question. Sa force découle de sa capacité à “ mettre tout le monde dans le coup ” afin d'améliorer un aspect du fonctionnement du système.

Au nombre des instruments privilégiés de co-régulation, il y a le contrat modèle, le guide à

³³ CRTC, Avis public 1988-13, 29 janvier 1988, *Lignes directrices applicables à l'élaboration de normes gérées par l'industrie*.

³⁴ Christian PAUL, *Du droit et des libertés sur Internet, la corégulation- contribution française pour une régulation mondiale*, Rapport au Premier ministre, Paris, mai, 2000 <<http://www.internet.gouv.fr/francais/>>.

³⁵ DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY and DEPARTMENT OF CULTURE , MEDIA AND SPORT, *A New Future for Communications, Communications White Paper*, december 2000, p. 83. <www.communicationswhitepaper.gov.uk>

l'intention des maîtres de site afin de leur indiquer des façons de mettre en place des règles de conduite ou encore les concertations avec les groupes d'entreprises.

Le CRTC possède une longue expérience de co-régulation. Au cours des années, il a développé des méthodes de concertation avec les différents acteurs de l'industrie de la radiodiffusion. Il se trouve bien préparé pour susciter la mise en place de mécanismes qui viendront baliser les nouveaux environnements de radiodiffusion.

Conjuguées à un exercice judicieux des pouvoirs que la loi confère au CRTC, les démarches de co-régulation peuvent permettre de mettre en place des balises et des cadres de régulation afin d'assurer la mise en œuvre effective des principes de la *Loi sur la radiodiffusion*, y compris dans des environnements comme Internet.

Il est utile d'illustrer comment la co-régulation peut être pratiquée dans les nouveaux environnements de radiodiffusion. Tout d'abord, l'on constate que dans un environnement tel qu'Internet, la maîtrise de ce qui transite sur le réseau est répartie entre d'une part les fournisseurs de services – les sites qui rendent disponibles des informations sur le réseau et les fournisseurs d'accès Internet : ceux qui procurent la connectivité, qui raccordent les usagers au réseau. Les premiers peuvent être situés n'importe où. Les seconds sont, en pratique et en dépit de certains discours plus ou moins mythiques, situés au Canada et sont des entreprises bien connues.

Pour assurer la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, il faut donc que tous ceux qui exercent une certaine maîtrise de ce qui est proposé sur Internet travaillent de concert. Tous font partie d'un ensemble et les incitations à collaborer pour les uns peuvent résulter des exigences des autres. Ainsi, un fournisseur d'accès pourrait refuser d'acheminer un service de radiodiffusion si celui-ci ne se conforme pas à certaines exigences.

D'ailleurs, on observe que ce qui se déroule dans l'Internet s'effectue au niveau des réseaux qui y sont raccordés. Ceux qui exploitent un réseau - c'est à dire les fournisseurs d'accès Internet ou les sites- ont une possibilité de regard sur ce qui transite vers et en provenance du réseau dont ils ont la maîtrise ou sur lequel ils exercent une certaine prise. Le fait qu'ils choisissent de se mêler ou de ne pas se mêler de ce qui transite dans leurs environnements ne change rien à cette donnée. C'est à l'environnement d'un réseau bien déterminé que se raccordent les usagers, non à cet environnement plus ou moins mythique, en apparence infini et dépourvu de centre que constitue Internet dans sa totalité.

L'exploitant de réseau dispose d'une capacité de réguler les acteurs qui y participent. Il est souvent le seul qui soit en mesure de connaître l'identité de ses abonnés ou clients, lesquels peuvent, à l'égard des autres acteurs, demeurer anonymes. Il dispose de mécanismes afin de mesurer le trafic et il lui est loisible de graduer ses tarifs en fonction de divers facteurs. Dans l'environnement Internet, seuls les exploitants de réseaux disposent d'autant de possibilités d'exercer un certain contrôle sur les activités qui s'y déroulent.

Ainsi, le CRTC dispose, notamment en utilisant judicieusement des stratégies de co-régulation, des moyens d'amener les entreprises diffusant ou distribuant des émissions sur

Internet à mettre en place des mesures qui viendraient contribuer à l'accomplissement des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

4. Agir au niveau des pratiques contractuelles

De plus en plus, les contenus de radio et de télévision sont proposés à l'utilisateur dans un contexte personnalisé. Par exemple, Internet étant d'abord et avant tout un lieu d'interactions, il suppose une volonté de l'utilisateur de se trouver en interaction avec un contenu. C'est dire l'importance que prend le contrat dans la problématique de la régulation de la radiodiffusion dans les environnements électroniques convergents qui tendent de plus en plus à se développer.

En raison du rôle actif dont est investi l'utilisateur, la régulation est de plus en plus véhiculée par les outils contractuels. Les contrats entre les entreprises et leurs clients énoncent les conditions auxquelles les contenus sont rendus disponibles. Les pratiques contractuelles constituent souvent la source principale des règles qui s'appliquent effectivement aux relations entre les consommateurs, les artistes, les créateurs, les producteurs et les diffuseurs ou distributeurs.

Pour assurer l'équité dans les relations contractuelles, il faut disposer de mécanismes de suivi des pratiques et mettre en place des systèmes de sécurisation techniques et juridiques propres à garantir le caractère équitable des relations qui se noueront nécessairement entre partenaires de force inégale. À cet égard, des stratégies fondées sur le développement et l'utilisation volontaire ou impérative de contrats-types peuvent se révéler efficaces. Une bonne politique de contrats-types, éventuellement renforcée par des conditions de licences appropriées pourrait permettre d'encadrer efficacement les transmissions de contenus sur Internet dans le sens des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

5. L'architecture technique

De plus en plus, il apparaît que dans les environnements de radiodiffusion comme le cyberspace, la normativité découle des logiques techniques. Les règles se conçoivent en fonction de la "réalité artificielle" qui se propose aux usagers. Ce milieu électronique est rendu possible par une multitude d'artefacts techniques. Il incorpore d'innombrables règles déterminant le fonctionnement ou le dysfonctionnement du réseau mais qui, du coup, contribuent à y déterminer une part importante de ce qui y est permis, interdit, possible ou impossible.

On entend par l' " architecture technique, " l'ensemble des éléments ou artefacts techniques, tels les matériels, les logiciels, les standards et les configurations qui déterminent l'accès et les droits d'utilisation des ressources du cyberspace. Les objets qui ont un effet régulateur se présentent suivant diverses formes. Les éléments d'architecture peuvent être des logiciels, comme des programmes coupe-feu (Firewalls) ou des serveurs mandataires (Proxy Server). L'architecture technique est le reflet de la régulation implicite dans les choix de conception du réseau et les capacités des systèmes qui le supportent. Ces règles s'intègrent dans la conception des réseaux et sont décrites dans des standards techniques.

Les exemples à ce niveau abondent. On n'a qu'à penser aux outils comme le "V-chip" ou la puce anti-violence, au brouillage des contenus à caractère sexuel destinés aux adultes, à des logiciels comme *Cyber Patrol* et *Net Nanny* s'appuyant sur des systèmes de classification tels que le *Platform for Internet Content Selection* (P.I.C.S). Un tel mécanisme permet de catégoriser l'information circulant sur Internet, donnant ainsi aux parents et aux enseignants la possibilité de bloquer certains sites.

La réglementation de la radiodiffusion doit accorder une place plus grande à ces normativités se présentant comme techniques. Il faut éviter que ces normes soient élaborées sans égard aux impératifs de la politique de radiodiffusion définie dans la loi et qu'une fois établies, ces conditions techniques rendent plus difficiles, les mesures destinées à assurer le respect de la Loi.

Les autorités chargées de la réglementation de la radiodiffusion doivent avoir la possibilité d'intervenir sur les décisions et les démarches de standardisation afin d'assurer que celles-ci sont compatibles avec les objectifs de la politique de radiodiffusion.

Pour que la régulation soit efficace, il faut assurer une présence active de ceux qui ont à cœur de promouvoir les exigences de la politique canadienne de radiodiffusion dans tous les lieux où se définit l'architecture des environnements de radiodiffusion.

6. Les synergies à rechercher au plan international

La préservation des équilibres et des valeurs essentielles passe de plus en plus par la recherche de synergies fructueuses entre les divers mécanismes des systèmes juridiques nationaux et les approches de régulation conçues en dehors des cadres nationaux et propres à réguler cet espace qui transcende les frontières.

Le caractère international de plusieurs interactions se déroulant dans le cyberspace soulève des problèmes qui ne peuvent être complètement résolus par un contrat conclu entre les parties ou par le droit d'un seul État. Selon la juridiction dans laquelle on se trouve, des règles différentes peuvent trouver application. Le Canada n'est pas le seul pays à avoir le souci d'assurer un espace signifiant pour la création reflétant sa culture. Il doit jouer activement un rôle dans la construction des synergies qui permettront d'assurer l'effectivité des régulations en matière de radiodiffusion.

Par exemple, des initiatives ont été lancées afin d'accroître la concertation entre les instances de régulation des médias de communication des divers pays. Depuis deux ans, le Conseil supérieur de l'audiovisuel français anime un réseau de concertation des instances de régulation de la radio et de la télévision. En Europe, on a mis en place des réseaux de veille technologique et juridique réunissant les régulateurs et les instituts de recherche universitaires. Il faut envisager la perspective d'une accentuation des mouvements déjà amorcés vers l'harmonisation des règles régissant la diffusion d'émissions et, de façon plus générale, la circulation des informations.

La régulation des environnements et des standards relatifs à la radiodiffusion ne peut

s'envisager uniquement comme une activité des acteurs privés stipulant clauses contractuelles et standards techniques. Il faut s'assurer que ces règles sont établies en tenant compte des politiques de radiodiffusion.

7. L'appui à l'ensemble des artisans de la radio et de la télévision

L'internationalisation et le rôle accru que paraissent devoir jouer les acteurs dans la régulation internationale du commerce, de la diffusion et des échanges des œuvres et des émissions supposent d'ajouter à la panoplie existante des moyens de régulation. Il y a nécessité d'une construction démocratique de ces corpus a-nationaux. Dans un univers tel qu'Internet, les règles se présentent de plus en plus comme un produit à prendre ou à laisser proposé à l'utilisateur. Il est nécessaire d'assurer la mise en place et le maintien de véritables lieux publics dans lesquels peuvent se discuter et s'analyser la normativité et favorisant le développement d'approches respectueuses des équilibres entre les impératifs commerciaux et industriels et les objectifs de diversité culturelle.

Par exemple, il faut :

- **maximiser notre influence dans le développement de normes "de facto" qui s'effectue dans des forums internationaux;**
- **maximiser notre présence et notre influence au sein des réseaux internationaux qui pensent et définissent les modalités du déroulement des activités dans les environnements de réseaux;**
- **favoriser l'émergence de règles internationales compatibles au plan technique et au plan éthique.**

Les réseaux d'experts participant à la construction des normes internationales ne doivent pas être constitués que des représentants des entreprises ayant des intérêts étroitement commerciaux à préserver. Ces réseaux doivent inclure un ensemble varié de points de vue susceptibles de contribuer au développement de principes, de règles et de modèles permettant de préserver les équilibres entre les droits et les intérêts diversifiés.

C'est pourquoi les autorités publiques doivent apporter un appui aux citoyens, aux créateurs et aux experts canadiens qui participent à des réseaux internationaux d'expertise sur les questions touchant la réglementation de la radio et de la télévision. Sinon, il nous faudra subir les décisions qui s'y prennent.

Plus les normes relatives à la radio et à la télévision se définissent au niveau international, dans des lieux qui ne sont pas constitués que des représentants des États, plus il importe de développer des politiques d'appui à l'ensemble des acteurs de l'industrie. Ces appuis doivent leur permettre d'être actifs dans ces divers forums internationaux. Une telle stratégie permet d'occuper la place qui doit revenir aux créateurs et aux producteurs canadiens dans les lieux non-étatiques de

| **régulation.**

Si la régulation doit se définir de plus en plus au niveau des réseaux internationaux, il faut assurer une présence dans ces nouveaux lieux de régulation. Et cette présence doit être appuyée par l'État sinon, seuls les groupes d'intérêts bien pourvus disposeront des moyens de participer à de tels forums.

8. La régulation des entreprises de diffusion et de programmation

L'article 3(1)s) de la *Loi sur la radiodiffusion* déclare que :

les réseaux et les entreprises de programmation privés devraient, dans la mesure où leurs ressources financières et autres le leur permettent, contribuer de façon notable à la création et à la présentation d'une programmation canadienne tout en demeurant réceptifs à l'évolution de la demande du public.

Afin d'actualiser cette préoccupation pour la promotion des contenus canadiens, le CRTC a développé un ensemble de règles et de politiques pour assurer la présence sur les ondes des créations canadiennes.

Ainsi dans son avis public de 1998 sur la radio commerciale, le CRTC estimait qu'il " devrait baser son cadre de politique pour la radio commerciale sur la mise en valeur de l'accès qu'ont les Canadiens aux émissions canadiennes de musique et autres qui reflètent leurs collectivités et leur pays ".

Pour les entreprises de programmation télévisuelle, le CRTC impose des quotas de diffusion de contenu canadien et une obligation d'investir dans les émissions canadiennes à la télévision ou dans le développement de talents canadiens à la radio. Ces obligations sont imposées aux diffuseurs lors du processus d'attribution de licence.

Les licences exigent, selon des modalités modulées en fonction de la taille et de la situation des entreprises la diffusion d'émissions canadiennes de haute qualité, le respect de la diversité et l'équilibre, le reflet des préoccupations locales, des contributions à l'élaboration, à la production et à l'acquisition d'émissions canadiennes. En contrepartie, du respect de ces exigences, les entreprises bénéficient de mesures garantissant que les ressources sont suffisantes sur le marché par exemple, il y a des règles de priorité dans les systèmes de distribution, soutien public de la production de contenus canadiens.

Les nouveaux modèles d'entreprises de programmation établies au Canada peuvent être encadrés suivant de pareils principes.

Par exemple, à l'égard des services de vidéo sur demande (VSD), le CRTC a fait remarquer que si une entreprise désirait exploiter des services de VSD autrement qu'à titre expérimental et que ce service influe sur l'atteinte des objectifs culturels énoncés à la *Loi sur la radiodiffusion*, il réglerait ce secteur par voie d'attribution de licence³⁶. Ainsi,

³⁶ CRTC, Avis public 1994-118, 16 septembre 1994, *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises*

certaines applications de vidéo sur demande d'intérêt général par leur ampleur et leur nature, notamment les longs-métrages, devraient être réglementées par voie d'attribution de licence dans le cas où cela participeraient aux objectifs culturels de la Loi³⁷.

Mais comment faire concourir les entreprises de vidéo sur demande à la présentation d'émissions canadiennes? Les entreprises de VSD doivent stocker le plus possible d'émissions canadiennes sur leurs rayons électroniques et adopter des systèmes de navigation qui mettent en évidence ce matériel canadien³⁸. Le CRTC croit que la concurrence dans ce secteur fera en sorte que les entreprises de VSD auront intérêt à offrir à leurs clients le plus grand nombre possible de titres sur leurs rayons électroniques; il s'attendra alors, au fur et à mesure que de tels services se développeront, à ce qu'elles offrent le plus grand nombre possible de titres canadiens dans la catégorie d'émissions offertes par l'entreprise. Le CRTC s'attend de plus à ce que de telles entreprises apportent un concours direct à l'élaboration et à la production d'émissions canadiennes. Il entend prendre des mesures précises à l'égard de ces questions lors du processus d'attribution de licence à ces entreprises.

Il importe d'encadrer les nouvelles entreprises de programmation qui se développeront dans les environnements interactifs et personnalisables de manière à maximiser leur contribution à l'atteinte des objectifs de la politique de radiodiffusion.

Il ne s'agit pas d'appliquer mécaniquement des règles conçues pour les entreprises existantes à des entreprises fonctionnant dans des contextes différents. Il faut plutôt mettre en place des règles adaptées aux contextes qui sauront garantir, à l'égard de ces nouvelles entreprises, le respect de la politique de radiodiffusion.

9. La régulation des entreprises de distribution

Si le système canadien de radiodiffusion doit fonctionner de manière à assurer la disponibilité d'émissions canadiennes, il faut que les conditions régissant la distribution des programmes soient conséquentes. Les conditions faites aux entreprises de distribution doivent être comparables, qu'il s'agisse de câblodistributeurs de services de distribution par satellite ou d'autres moyens de distribution.

Devant la tendance lourde faisant migrer plusieurs activités de transmission d'émissions dans des environnements traditionnellement régulés en tant qu'entreprise de télécommunications, il faut s'assurer

expérimentales de programmation vidéo sur demande, p. 2.

³⁷ CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES, *Concurrence et culture sur l'autoroute de l'information : Gestion des réalités de transition*, Ottawa, 19 mai 1995, p. 38; <<http://www.crtc.gc.ca/frn/highway/hwy9505f.htm>>.

³⁸ Voir CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES, *Concurrence et culture sur l'autoroute de l'information : Gestion des réalités de transition*, Ottawa, 19 mai 1995, pp. 38-39; <<http://www.crtc.gc.ca/frn/highway/hwy9505f.htm>>.

que toutes les entreprises diffusant ou distribuant des émissions au sens de la Loi sur la radiodiffusion participent à l'accomplissement des objectifs de la politique de radiodiffusion.

Les profits résultant de la diffusion et de la retransmission des émissions américaines sont un enjeu important des luttes entre les différents acteurs oeuvrant dans le système canadien de radiodiffusion.

Jusque dans les années '60, les radiodiffuseurs conventionnels étaient ceux qui tiraient profit de l'importation des émissions américaines; ils en faisaient grand usage dans la confection de leurs grilles horaires. Les diffuseurs conventionnels ont été remplacés dans leur rôle d'importateur des émissions américaines par les câblodistributeurs. Ces derniers desservent la majeure partie du territoire peuplé du Canada et retransmettent la quasi-totalité des grands réseaux américains à la plus grande partie de la population canadienne.

D'autres entreprises de distribution s'ajoutent et viennent concurrencer les câblodistributeurs dans cette quête des revenus résultant de la distribution d'émissions américaines. À l'égard de ces entreprises comme à l'égard de celles qui pourront s'implanter, le principe doit demeurer le même.

Si l'on veut éviter que le système canadien de radiodiffusion ne devienne qu'un ensemble de conduits pour y transiter des produits culturels étrangers, il faut faire en sorte que toutes les entreprises qui tirent des revenus de la distribution d'émissions de radio et de télévision, soient tenues d'en réinvestir une part dans la production de contenus canadiens.

Devant la tendance à "l'internetisation" des modes de distribution des émissions, il faut porter davantage attention aux approches à privilégier afin d'assurer le réinvestissement approprié des revenus provenant de la distribution de produits étrangers vers la production canadienne.

Conclusion

La *Loi sur la radiodiffusion* se situe aux confins des politiques culturelles et des objectifs de développement industriel et économique. Elle doit continuer d'être un outil efficace d'approches innovatrices destinées à résoudre les défis imposés par la globalisation des images et des sons.

Dans son avis public du 11 juin 1999 sur la télévision canadienne, le CRTC constatait que :

Le succès du système canadien de radiodiffusion repose sur un certain nombre d'assises :

Le dévouement, le talent créateur et le sens des affaires de ceux qui ont bâti des entreprises dont la vitalité repose sur des émissions de qualité qui ont conquis le public canadien.

La coopération à la fois solide et complexe des secteurs public et privé pour soutenir les télédiffuseurs canadiens et leur permettre de concurrencer, à armes égales, les meilleures émissions du monde.

Les règlements et politiques qui veillent au respect des objectifs énoncés par le Parlement dans la Loi sur la radiodiffusion (la Loi). Ces règlements et politiques constituent la structure réglementaire du système de télévision.³⁹

Dans sa *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, le CRTC estimait qu'il fallait continuer à baser son cadre de politique pour la radio commerciale sur la mise en valeur de l'accès qu'ont les Canadiens aux émissions canadiennes de musique et autres qui reflètent leurs collectivités et leur pays. Il expliquait qu'une industrie forte et concurrentielle est vitale à l'atteinte de ce but. Pour réagir à ces défis et pouvoir continuer à contribuer à l'atteinte des objectifs de la Loi, il importe de conserver la souplesse nécessaire pour réagir adéquatement aux défis.⁴⁰

Le Canada a réussi, en bonne partie à maîtriser son espace de création et de diffusion. Ce n'est pas le temps de baisser les bras. Devant les défis posés par la mondialisation et la convergence, il faut continuer d'adapter et de renforcer la régulation mise en place grâce à la *Loi sur la radiodiffusion*.

Il faut une approche innovatrice de la régulation fondée sur les acquis de la loi actuelle. Il faut écarter l'attitude de laisser-faire qui trop souvent tient lieu de discours unique en ces matières.

Le caractère innovateur de la régulation canadienne de la radio et de la télévision a permis de faire en sorte que

³⁹ *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, Avis public CRTC 1999-97, 11 juin 1999, p. 3

⁴⁰ *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, Avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998, p. 3.

les technologies ne soient pas uniquement un conduit d'œuvres étrangères mais un atout pour appuyer le développement de la créativité canadienne.

L'actuelle *Loi sur la radiodiffusion* possède toutes les dispositions nécessaires pour encadrer avec efficacité les nouvelles formes de radiodiffusion, y compris Internet. Le défi est de l'appliquer. C'est pourquoi il a paru nécessaire d'identifier les stratégies de régulation devant être mises en place ou renforcées afin de garantir que les principes de la *Loi sur la radiodiffusion* pourront s'actualiser dans un environnement en mutation constante.

Confronté à chaque instant au phénomène de la mondialisation des communications, le Canada n'a pas eu d'autres alternatives que celle de développer un cadre souple mais efficace pour le fonctionnement de la radio et de la télévision.

Ainsi, on a su mettre en place une politique assurant que des Canadiens exerceraient le contrôle effectif des entreprises de radiodiffusion. Cela a permis de créer les conditions pour assurer l'efficacité des mesures afin de canaliser des ressources vers la production de contenus canadiens.

La mise en place d'un organisme de régulation doté des moyens d'intervenir aussi bien à l'égard des entreprises de radiodiffusion que des entreprises de télécommunications a permis au Canada de prendre le virage de la convergence de ces deux univers de manière à garantir un espace pour les contenus qui reflètent nos valeurs et notre culture.

La complémentarité entre la Société Radio-Canada et le secteur privé doit être maintenue, voire renforcée. L'obligation de contribuer à la production et à la présentation de contenus canadiens incombe, quoi que de façon différente aussi bien au secteur public qu'au secteur privé.

Les principes de la politique de radiodiffusion ne sont pas remis en question par les phénomènes de mondialisation et de convergence technique. Ce qu'il faut, c'est un ajustement au plan des moyens afin d'assurer une régulation souple mais conséquente afin d'assurer la réalisation des finalités visées par la Loi.

La régulation de la radiodiffusion doit viser un équilibre global et non une application tatillonne et mécanique de règles. Les mécanismes de réglementation et de surveillance doivent donc procurer les ajustements et mises à niveau que requièrent les principes, sous-tendant la réglementation de la radio et de la télévision. Plusieurs moyens ont été mis en œuvre afin de rendre disponible la production canadienne. On ne peut laisser les entreprises de distribution fonctionner en dehors d'un cadre qui garantisse la diffusion prioritaire des œuvres canadiennes. De la même façon, si les formidables infrastructures techniques de distribution doivent contribuer à promouvoir l'essor de l'expression culturelle canadienne, elles doivent être assujetties à des obligations de réinvestir, dans la production canadienne, une part des revenus tirés de la distribution de programmes. Cette obligation doit prévaloir, quelles que soient les configurations techniques utilisées.

Pour assurer l'application efficace de ces mesures, il faut utiliser judicieusement les approches d'autoréglementation, de co-réglementation de même que toute la panoplie de stratégies propres à garantir la mise en œuvre effective et transparente des mesures d'encadrement.

Cette recherche constante d'un cadre à la fois ouvert sur le monde et soucieux de réserver une place à l'expression des manifestations culturelles proprement canadiennes demeure une donnée fondamentale de l'approche canadienne en matière de politique sur les médias de masse. Devant les mutations qui caractérisent maintenant les activités de radio et de télévision, il importe de redoubler d'ardeur. Il faut innover en ajustant le cadre régulateur prévu par la *Loi sur la radiodiffusion* aux exigences des nouveaux environnements de production et de diffusion.

ANNEXE

Les organismes membres du regroupement

® L'ACDEF

L'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF) a pour mission de promouvoir l'industrie cinématographique canadienne et d'en favoriser la croissance. Par ses activités visant à consolider le secteur authentiquement canadien de la distribution et de l'exportation de films et d'émissions de télévision, l'ACDEF entend contribuer à l'essor et au rayonnement des productions québécoises et canadiennes. L'Association regroupe dix entreprises dont la propriété et le contrôle sont canadiens : Alliance-Atlantis, Christal Films, Film Tonic, France Film/ Equinox, Keystone Releasing, Les Films Lion Gate, Les Films Séville Pictures, Remstar Distribution et TVA International.

ACDEF

30, chemin des Trilles

Laval, Québec

H7Y 1K2

tél. : 450-689-9950

fax : 450-689-9822

® L'ADISQ

< <http://www.adisq.com/> >

L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), association professionnelle, regroupe plus de 250 entreprises oeuvrant directement ou indirectement dans les secteurs de la production de disques, de spectacles et de vidéos. Elle gère la participation de ses membres aux foires internationales comme le Midem et produit le Gala de l'ADISQ. L'Association représente les intérêts de ses membres sur les questions relatives aux politiques de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, le financement de cette industrie, la défense des droits des producteurs et la réglementation de la radiodiffusion. Elle est aussi active dans les négociations et la gestion des ententes collectives avec les associations d'artistes reconnues.

ADISQ

6420, rue St-Denis

Montréal, Québec

H2S 2R7

tél. : 514-842-5147

fax : 514-842-7762

® L'APFTQ

< <http://www.audiovisuel.com/fran/apftq.html>>

L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) regroupe plus de 130 entreprises indépendantes de production de cinéma et de télévision oeuvrant en dramatique, documentaire, variété, animation et film publicitaire. L'APFTQ négocie les ententes collectives avec les associations d'artistes et syndicats de techniciens et représente ses membres auprès des gouvernements et organismes du milieu.

APFTQ

1450 City Councillors, bureau 1030
Montréal, Québec
H3A 2E6
tél. : (514) 397-8600
fax : (514) 392-0232

® L'ARRQ

< <http://www.arrq.qc.ca/> >

L'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec (ARRQ) s'emploie à la défense et au développement des intérêts professionnels, économiques, culturels, sociaux et moraux de ses membres. L'ARRQ a pour mandat de représenter les réalisateurs dans toute occasion et dans tout dossier. Le membership de l'ARRQ est de plus de 350 réalisateurs et réalisatrices en juillet 2001.

ARRQ

3480, rue St-Denis
Montréal, Québec
H2X 3L3
tél. : (514) 842-7373
fax : (514) 842-6789

® La SARTEC

< <http://www.sartec.qc.ca/>>

La – Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) est un syndicat professionnel regroupant plus de 800 membres qui écrivent des dramatiques, téléromans, séries, téléfilms, documentaires, émissions de variétés etc. Reconnue tant en vertu des lois provinciale (1989) que fédérale (1996) la SARTEC est signataire d'ententes collectives avec la Société Radio-Canada, le Groupe TVA, l'Office national du film, Télé-Québec, les Productions Carrefour(Cogeco), TV5, et l'Association des producteurs de film et de télévision du Québec.

SARTEC

1229, rue Panet

Montréal, Québec
H2L 2Y6
tél. : (514) 526-9196
fax : (514) 526-4124

® La SPACQ

< <http://www.spacq.qc.ca/> >

La Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) groupe en association les auteurs et les compositeurs de chansons ainsi que les compositeurs d'oeuvres exclusivement musicales pour étudier, protéger et développer les intérêts économiques, sociaux et professionnels de ses membres. La SPACQ veille à défendre et à promouvoir le droit d'auteur. Elle a conclu des ententes cadres avec la Société Radio-Canada et le Groupe TVA.

SPACQ
759, Carré Victoria, suite 221
Montréal, Québec
H2Y 2J7
(514) 845-3739
(514) 845-1903

® L'Uda

< <http://www.uniondesartistes.com/> >

L'Union des artistes est un syndicat professionnel qui représente les artistes-interprètes oeuvrant en français au Québec et ailleurs au Canada, dans les secteurs de la télévision, du cinéma, du disque, de la scène, du doublage et des annonces commerciales. Environ 5600 membres actifs et 4000 stagiaires en font partie. L'Union a pour mission l'identification, l'étude, la défense et le développement des intérêts économiques, sociaux et moraux de ses membres.

Uda
3433, rue Stanley
Montréal, Québec
H3A 1S2
(514) 288-6682
(514) 288-1807