

# **MÉMOIRE**

**DU**

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

**À L'INTENTION DU**

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

**APPEL D'OBSERVATIONS SUR  
L'ÉLABORATION DE RÈGLES D'ACCÈS DES CANAUX SPÉCIALISÉS  
ET PAYANTS DANS LES MARCHÉS BILINGUES**

**QUÉBEC, LE 4 AOÛT 1999**

## TABLE DES MATIÈRES

<b>1. INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>2. UNE RÉGLEMENTATION PEU EFFICACE .....</b>	<b>4</b>
<b>3. UN TRAITEMENT PLUS ÉQUITABLE .....</b>	<b>5</b>
3.1 Une nouvelle recommandation dans un contexte numérisé.....	5
3.2 Une recommandation pour la période de transition .....	6
<b>4. OPPOSITION À LA CRÉATION DE MARCHÉS BILINGUES .....</b>	<b>7</b>
4.1 Le Québec est un marché francophone.....	7
4.2 Création inutile de marchés bilingues hors Québec.....	8
<b>5. LA LANGUE MATERNELLE COMME INDICE UNIQUE DE RÉFÉRENCE...</b>	<b>8</b>
<b>6. CONCLUSION.....</b>	<b>9</b>
<b>7. ANNEXE : TABLEAUX RELATIFS AUX MARCHÉS FRANCOPHONES</b>	

## 1. INTRODUCTION

En réponse à l'Avis 1999-74 du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) dépose un mémoire relatif aux règles d'accès des services spécialisés et payants dans les marchés bilingues.

Dans cet Avis, le Conseil introduit une notion qui n'existe pas dans la réglementation actuelle, celle des marchés bilingues, notion qui y est mal définie. Par cette nouvelle approche, l'organisme réglementaire vise à ce que les francophones de l'extérieur du Québec bénéficient davantage de services spécialisés et payants de langue française par l'entremise des réseaux de câble et des services de distribution multipoints et multiplexes (SDMM).

Tout à fait en accord avec cet objectif, le MCCQ n'approuve cependant pas le moyen proposé par le Conseil pour y parvenir, soit la création de marchés bilingues, moyen qu'il juge inacceptable pour le marché québécois et de toute manière inutile avec l'arrivée prochaine de la numérisation des réseaux de distribution. En effet, cette technologie augmentera de beaucoup la capacité de retransmission des réseaux de câble, leur permettant ainsi d'accroître considérablement l'offre de services télévisuels à leurs abonnés.

Inscrire la notion de marchés bilingues dans la réglementation en matière de radiodiffusion pour tenter de solutionner une problématique qui d'ici peu sera résolue, est tout à fait inapproprié.

Ce mémoire complète celui déposé le 14 mai dernier qui portait essentiellement sur l'accès aux réseaux de câble, l'assemblage et la distribution des canaux spécialisés et payants. À cette occasion, le ministère a souligné l'important déséquilibre entre les réseaux québécois de câblodistribution, lesquels offrent beaucoup de canaux spécialisés et payants canadiens de langue anglaise, et les réseaux hors Québec qui offrent peu de canaux de langue française, se limitant presque exclusivement à la distribution de RDI et de TV5.

Le mémoire du 14 mai a également relevé le fait que la réglementation actuelle favorise davantage la distribution de canaux d'une autre langue que le français ou l'anglais qui sont pourtant les deux langues officielles au Canada. En effet, les canaux de langue française ou anglaise doivent être distribués par les grands réseaux de câble dans les marchés où plus de 50 % de la population est de langue maternelle française ou anglaise alors que dans le cas des canaux ethniques<sup>1</sup>, leur distribution est obligatoire dans les marchés où seulement 10 % de la population appartient à une communauté ethnique.

Dans le présent mémoire, nous analyserons les différents marchés francophones et anglophones des réseaux de câble en référence à la réglementation actuelle, discuterons de la pertinence d'établir des marchés bilingues et traiterons de la langue maternelle comme indice de référence.

---

<sup>1</sup> Canaux dont la langue est autre que le français ou l'anglais.

## 2. UNE RÉGLEMENTATION PEU EFFICACE

Une analyse des marchés qui comptent plus de 50 % de francophones démontre le peu de potentiel et d'incidence de la réglementation actuelle sur la distribution des signaux de langue française en dehors du Québec. Six éléments importants en ressortent<sup>2</sup>:

- ◆ Un nombre limité de réseaux de câble localisés en dehors du Québec ont une population dont plus de 50 % est de langue maternelle française, soit 59 sur une possibilité de 1 620.
- ◆ 47 des 59 réseaux sont concentrés au Nouveau-Brunswick et en Ontario.
- ◆ La très grande majorité des francophones de l'Ontario ne résident pas sur le territoire de ces réseaux.
- ◆ La moitié des 59 réseaux ne distribue aucun canal spécialisé de langue française. L'autre moitié dont la plupart sont situés au Nouveau-Brunswick, en offre environ cinq.
- ◆ Seulement trois (3) de ces réseaux sont de classe 1 (plus de 6 000 abonnés) et ont l'obligation d'offrir des canaux spécialisés et payants en français. Ils rejoignent 59 700 abonnés dont 47 200 seraient de langue maternelle française.
- ◆ Les 56 autres réseaux sont de petite taille et répartis à l'extérieur des grands centres urbains. Le nombre de leurs abonnés est peu élevé, soit 65 400 dont 52 400 francophones.

Bref, la réglementation actuelle ne permet qu'à une fraction des abonnés francophones (17 %) résidant sur les territoires des réseaux de câble à l'extérieur du Québec, d'avoir accès à des canaux spécialisés et payants dans leur langue.

Au Québec, il existe une très nette prédominance des marchés francophones en raison de la concentration des populations francophones sur son territoire, du découpage territorial des grands réseaux où le nombre de francophones surpasse grandement le nombre d'anglophones et de l'utilisation de la langue maternelle comme indice servant à identifier les marchés linguistiques. De fait, le Québec comprend sept marchés de câblodistribution dont plus de 50 % de la population a l'anglais comme langue maternelle. Ces marchés englobent seulement 6 000 abonnés.

---

<sup>2</sup> Voir les tableaux 1 à 3 en annexe.

### 3. UN TRAITEMENT PLUS ÉQUITABLE

Dans le but de favoriser l'expansion des services spécialisés et payants de langue française à l'extérieur du Québec et de donner un traitement aussi équitable aux francophones de l'extérieur du Québec qu'aux communautés ethniques, le ministère a recommandé, dans son mémoire du 14 mai 1999, de ramener de 50 % à 10 % le pourcentage de la population de langue maternelle française requis sur le territoire des réseaux câblés de classe 1 situés en dehors du Québec pour les obliger à distribuer des canaux spécialisés et payants de langue française et ce, lorsqu'ils auront adopté la technologie numérique. Il a aussi proposé d'envisager, dans le cadre de la présente instance, la possibilité d'abaisser ce taux en deçà de 10 %, après étude des différents marchés desservis par l'ensemble des réseaux de câble au Canada.

Notre recommandation représente certes une amélioration importante dans le potentiel de desserte de la population francophone de l'extérieur du Québec par les canaux spécialisés et payants de langue française. Parmi les 273 700 ménages francophones abonnés au câble en dehors du Québec, les réseaux de classe 1 ayant 10 % et plus de population de langue française sur leur territoire en rejoignent 110 700. Si on ajoutait les abonnés aux réseaux de classe 2 et 3 (moins de 6 000 abonnés), il faudrait en compter environ 65 300 de plus<sup>3</sup>. Globalement, encore 35 % des abonnés francophones de l'extérieur du Québec n'auraient toujours pas accès à des services spécialisés et payants de langue française<sup>4</sup> dont plusieurs milliers de francophones résidant dans les grandes villes ontariennes (Toronto, Hamilton et autres).

#### 3.1 Une nouvelle recommandation dans un contexte numérisé

Depuis plusieurs années, les entreprises de câble s'orientent vers la distribution numérique des signaux télévisuels. Elles ont dépensé des millions de dollars pour moderniser leurs réseaux, installer de nouveaux équipements à la tête de ligne et contribuer au développement d'un décodeur leur permettant de multiplier par dix leur capacité de retransmission.

Comme plusieurs grandes entreprises de câble prévoient, une fois numérisées, réserver cent canaux et plus à différentes formules de vidéo sur demande au cours de la prochaine année, il leur serait donc possible de consacrer une quinzaine de ces canaux à la distribution de services spécialisés canadiens de langue française.

<sup>3</sup> Voir les tableaux 5 à 7 en annexe.

<sup>4</sup> À cela, il faut ajouter environ 400 000 francophones ignorés en raison d'une technicalité, lors des recensements 1991 et 1996 par Statistique Canada. Voir Patrick Lagacé, « 400 000 francophones de l'extérieur du Québec rayés de la carte », *Le Droit*, Ottawa-Hull, 23 février 1998.

D'ailleurs, toutes les populations francophones desservies par des réseaux de distribution numérique devraient avoir accès à des services de langue française et ce, en vertu de l'article 3(1)(k) de la Loi sur la radiodiffusion énonçant qu' « une gamme de services de radiodiffusion en français et en anglais doit être offerte à tous les Canadiens au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ». De plus, selon l'article 3(1)(t) de cette Loi, « les entreprises de distribution doivent donner priorité à la fourniture de services canadiens » et « doivent être assez souples pour s'adapter aux progrès scientifiques et techniques » (articles 5(2) et 3(1)(d)(iv)).

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec propose que :

- ◆ **la distribution de tous les services canadiens spécialisés et payants de langue française soit rendue obligatoire pour tous les réseaux de câble et les services de distribution multipoints et multiplexes (SDMM) hors Québec qui utilisent la distribution numérique, peu importe le nombre de francophones sur leur territoire.**

### 3.2 Une recommandation pour la période de transition

Les réseaux de câble qui utilisent encore la transmission analogique se caractérisent par une capacité limitée à retransmettre des canaux. Déjà, trois services spécialisés de langue anglaise ayant obtenu une licence en 1996 n'ont pu démarrer faute d'espace disponible sur les réseaux hors Québec. Dans ce contexte, il serait irréaliste de leur demander d'offrir 15 canaux spécialisés de langue française en mode analogique.

Toutefois, plusieurs d'entre eux ont, au sens de la réglementation du Conseil, des canaux qui pourraient être considérés comme disponibles puisque actuellement occupés par des canaux spécialisés étrangers retransmis après le 6 mai 1996. Le remplacement de ces canaux par des services canadiens de langue française rétablirait un certain équilibre entre les réseaux québécois qui offrent plusieurs canaux spécialisés canadiens de langue anglaise et les réseaux hors Québec qui distribuent peu de canaux spécialisés en français.

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec recommande donc que :

- ◆ **la distribution d'un bouquet comprenant au minimum cinq services spécialisés et payants de langue française soit rendue obligatoire pour tous les réseaux de câble hors Québec qui utilisent encore la distribution analogique, lorsque 10 % de la population qu'ils desservent est de langue maternelle française.**

## 4. OPPOSITION À LA CRÉATION DE MARCHÉS BILINGUES

### 4.1 Le Québec est un marché francophone

Dans son avis 1999-74, le Conseil semble prendre pour acquis que le Québec est un marché bilingue. Le ministère est tout à fait en désaccord si telle est l'interprétation de l'organisme réglementaire. Le Québec n'est pas un marché bilingue et doit être considéré comme un marché francophone. La société québécoise et ses institutions sont françaises depuis des siècles. Le Québec, dont la langue commune est le français, constitue aussi le principal foyer de la francophonie en Amérique du Nord. Ce n'est pas parce que les réseaux québécois de câble distribuent plusieurs services de langue anglaise que leur territoire doit être considéré comme un marché bilingue. De fait, 99 % des abonnés québécois au câble sont situés dans des marchés francophones tels que définis par le CRTC<sup>5</sup>.

Deux autres raisons motivent l'opposition du ministère à la création de marchés bilingues au Québec :

1. la mise en place de marchés bilingues au Québec est inutile en raison de l'avènement de la distribution numérique et aussi parce que la population anglophone est déjà très bien desservie en matière de services télévisuels. À Montréal, là où la concentration anglophone est la plus importante, Vidéotron et CF Cable offrent déjà tous les canaux canadiens spécialisés et payants de langue anglaise en mode numérique de même qu'une grande partie d'entre eux en mode analogique. Ailleurs au Québec, la majorité de ces services sont offerts en mode analogique par les grands réseaux<sup>6</sup>;
2. le découpage des marchés bilingues sera sujet à une révision constante parce qu'il fluctuera en fonction des décisions des grandes entreprises de câblodistribution de regrouper ou non leurs réseaux ou d'acheter certains réseaux voisins tout en les intégrant à l'un des leurs.

En conséquence, le ministère de la Culture et des Communications recommande :

- ◆ **de considérer le Québec comme un marché francophone ce qui exclut la création de marchés bilingues sur son territoire.**

<sup>5</sup> Même si on appliquait au Québec le seuil proposé de 10 %, mais cette fois-ci à l'égard de la population de langue maternelle anglaise, 83 % des Québécois seraient encore situés dans des marchés francophones.

<sup>6</sup> Dans la région de Hull notamment, le réseau de Vidéotron devrait être complètement modernisé à la fin de cette année de sorte qu'il pourra offrir éventuellement tous les canaux spécialisés et payants canadiens.

## 4.2 Création inutile de marchés bilingues hors Québec

Comme on l'a vu, la création éventuelle de marchés bilingues prévue par le Conseil vise essentiellement à procurer davantage de services télévisuels en français aux francophones de l'extérieur du Québec. Or, au cours des prochaines années, au Québec comme ailleurs au Canada, les réseaux de câble qui retransmettent en mode analogique utiliseront de plus en plus la technologie numérique, ce qui leur permettra d'offrir plusieurs centaines de canaux susceptibles de répondre à la demande des consommateurs. Dans ce contexte d'abondance, le ministère ne voit pas la pertinence de créer des marchés bilingues puisqu'il y aura de la place pour tous les canaux spécialisés et payants canadiens, qu'ils soient de langue française, anglaise ou encore d'une autre langue, à la condition, bien sûr, qu'on leur donne priorité sur les services étrangers.

Le ministère recommande donc au Conseil :

- ◆ **de s'abstenir de créer des marchés bilingues hors Québec en raison de l'arrivée imminente de la distribution numérique.**

## 5. LA LANGUE MATERNELLE COMME CRITÈRE UNIQUE DE RÉFÉRENCE

Dans son Avis, le Conseil s'interroge sur la possibilité d'adopter la langue d'usage en plus de la langue maternelle comme critère de détermination des marchés linguistiques. Or, depuis plusieurs années, il utilise la langue maternelle, soit la première apprise et encore comprise, comme seul indice de référence. Cette façon de faire permet de recenser un plus grand nombre de francophones de l'extérieur du Québec.

En privilégiant la langue maternelle, on donne la chance à plus de francophones de demeurer en contact avec la langue et la culture françaises<sup>7</sup>. Dans la perspective de mieux desservir les francophones de l'extérieur du Québec, le ministère de la Culture et des Communications du Québec recommande au Conseil de :

- ◆ **conserver la langue maternelle comme critère unique de référence pour déterminer si un marché est francophone ou anglophone et pour déterminer le seuil de 10 % relatif à notre proposition pour la période de transition.**

---

<sup>7</sup> Voir le tableau 8.

## 6. CONCLUSION

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec partage les préoccupations du Conseil quant à un meilleur accès des francophones de l'extérieur du Québec à des services spécialisés et payants, dans leur langue. La proposition du Conseil à l'effet de créer des marchés bilingues en vue de mieux les desservir nous apparaît cependant inutile avec l'arrivée de la distribution numérique qui permettra bientôt aux câblodistributeurs de multiplier leur capacité de retransmission et d'offrir ainsi tous les services canadiens, peu importe leur langue.

Dans ce contexte, il n'est pas nécessaire de créer des marchés bilingues pour mieux rejoindre les minorités linguistiques au Canada. D'ici l'implantation de la technologie numérique, abaisser le seuil requis de la présence d'un groupe linguistique dans un marché majoritairement anglophone ou francophone suffit, comme la réglementation actuelle le stipule à l'égard des communautés ethniques. Au Québec, l'établissement de marchés bilingues est d'autant plus inutile que les anglophones y résidant ont déjà accès à un très grand nombre de services spécialisés et payants, dans leur langue.

La définition de ce qu'est un marché francophone ou anglophone actuellement comprise dans la réglementation doit donc rester la même, y compris le recours à la langue maternelle comme indice unique de référence.