

RÉPONSE À L'AVIS PUBLIC DE RADIODIFFUSION CRTC 2006-72

**OBSERVATIONS SUR LE MILIEU OÙ LE SYSTÈME CANADIEN
DE RADIODIFFUSION EST APPELÉ À ÉVOLUER**



Le 1^{er} septembre 2006

RÉPONSE À L'AVIS PUBLIC DE RADIODIFFUSION CRTC 2006-72**Table des matières**

	<u>Page</u>
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION	6
A) LA SITUATION ACTUELLE DES TECHNOLOGIES AUDIOVISUELLES ET LEUR ÉVOLUTION PRÉVUE DANS LES ANNÉES À VENIR	7
B) L'UTILISATION DES TECHNOLOGIES AUDIOVISUELLES PAR LES CANADIENS	8
(i) les changements dans cette utilisation depuis le 1^{er} janvier 2000	8
(ii) les changements qu'a connus la demande quant à divers types de programmation et de services de programmation depuis le 1^{er} janvier 2000	11
(iii) la façon dont les Canadiens de différentes générations utilisent les diverses technologies et l'incidence de ces utilisations sur l'évolution du système de radiodiffusion	14
(iv) la comparaison entre le taux d'adoption des technologies du Canada et celui d'autres pays	16
(v) la demande quant à divers types de programmation et de services de programmation au sein de la population canadienne, compte tenu de la diversité de celle-ci	17
(vi) la manière dont les générations futures accéderont au contenu, à la programmation et aux services de programmation et les utiliseront	18
(vii) l'incidence de l'évolution des technologies sur les choix de contenu et de programmation offerts à la population canadienne, y compris les contenus locaux, régionaux, nationaux et internationaux	18

	<u>Page</u>
C) L'INCIDENCE SUR LE SYSTÈME DE RADIODIFFUSION	19
(i) l'adoption des technologies par les entreprises de radiodiffusion depuis le 1^{er} janvier 2000	19
(ii) l'incidence économique et réglementaire des nouvelles technologies sur le système de radiodiffusion	19
(iii) le type de contenu offert par les éléments réglementés et non réglementés du système, ainsi que les méthodes de fourniture	21
(iv) les différentes méthodes grâce auxquelles les programmations locale, régionale et nationale sont offertes	23
(v) l'incidence économique prévue des nouvelles technologies sur les entreprises de radiodiffusion	24
(vi) l'adoption des nouvelles technologies par les producteurs indépendants et l'incidence de ces technologies sur ces producteurs	25
CONCLUSIONS	25

RÉPONSE À L'AVIS PUBLIC DE RADIODIFFUSION CRTC 2006-72

SOMMAIRE

1. Le rayonnement du standard numérique favorise l'interconnectivité et la convergence de multiples instruments de communication, encourage la convergence et la concentration de la propriété dans le domaine des médias, entraîne la création de multiples nouveaux canaux et plateformes, et crée une fragmentation des auditoires.
2. Les Canadiens sont de grands utilisateurs des technologies audiovisuelles particulièrement de nouvelles technologies telle l'Internet. L'accès à l'Internet dans les foyers canadiens est plus élevé parmi les plus jeunes, particulièrement le groupe d'âge des 12 à 24 ans, et les Canadiens utilisent de plus en plus de nouvelles technologies non réglementées pour accéder au contenu audiovisuel. En même temps, les Canadiens utilisent de plus en plus de services de télédistribution numériques.
3. À cause de l'augmentation du volume de services télévisuels disponibles et du choix qui en découle, les auditoires francophones regardent davantage les services canadiens et la programmation canadienne. En règle générale, plus le contenu canadien est disponible, plus les téléspectateurs francophones s'en prévalent. Malheureusement, la migration des auditoires francophones de la télévision en direct (qui diffuse surtout de la production originale) vers la télévision spécialisée et payante (qui diffuse beaucoup de reprises) réduit la demande pour la production originale, surtout dans des catégories d'émissions coûteuses telles que les dramatiques. De plus, la politique de télévision de 1999 du CRTC a permis aux services généralistes de réduire le nombre de dramatiques diffusées en faveur d'émissions plus rémunératrices telles que les téléralités.
4. La réduction de la demande pour les dramatiques canadiennes originales incite les services généralistes qui les diffusent (Radio-Canada, TVA, Télé-Québec et, à l'occasion, TQS) à en réduire le volume. Or, c'est la télévision généraliste qui, en grande majorité, déclenche le financement des dramatiques originales canadiennes auprès des institutions financières et cette situation continuera dans un avenir prévisible.
5. Malgré l'introduction de plusieurs nouvelles technologies audiovisuelles, les recettes totales des services spécialisés et payants francophones augmentent depuis 2000 et celles des services généralistes francophones augmentent aussi. Le même constat s'impose au chapitre des seules recettes publicitaires. Il est possible que l'utilisation de médias personnalisés réduise la valeur des recettes auprès des services généralistes francophones à l'avenir – mais il ne semble pas y avoir d'indice global précis qui indique que, à l'heure actuelle, les services

télévisuels perdent des revenus significatifs à cause de l'introduction des nouvelles technologies audiovisuelles.

6. Ce mémoire nous permet de tirer cinq conclusions sur le milieu où le système canadien de radiodiffusion est appelé à évoluer :
- (i) La télévision généraliste demeure le principal déclencheur de contenu canadien dans les catégories « prioritaires » d'émissions. Certes, l'avènement des services spécialisés réglementés a accru l'offre télévisuelle et entraîné un accroissement de la production dans toutes les catégories, dont les documentaires. Mais c'est la télévision généraliste qui, en grande majorité, déclenche le financement, par exemple, des dramatiques originales canadiennes auprès des institutions financières et cette situation continuera dans un avenir prévisible.
 - (ii) Plusieurs nouveaux services, particulièrement les services non réglementés font peu de place à la production originale. Les mêmes œuvres sont alors exploitées sur de multiples plateformes, privilégiant le recyclage d'émissions plutôt que la production originale. Il faudrait assurer une présence accrue du contenu canadien original dans les divers médias audiovisuels.
 - (iii) Malheureusement, les éléments du système réglementés et non réglementés ne sont pas traités de façon égale. Pour assurer la pérennité du contenu tant sur les anciens services que sur les nouvelles plateformes, il est primordial que le gouvernement canadien trouve une façon de mettre à contribution les éléments du système de radiodiffusion, tels l'Internet et les services de télédiffusion mobile en direct, qui sont présentement exemptés de la réglementation.
 - (iv) Face à une offre de contenu de plus en plus grande et accessible, il faut assurer une présence francophone signifiante sur les multiples plateformes. Le cadre réglementaire et financier doit non seulement préserver les moyens et capacités du marché télévisuel francophone, mais faire en sorte que la culture francophone soit présente dans les nouveaux médias.
 - (v) Les créateurs et artistes sont à la base de notre secteur audiovisuel et servent à définir le caractère national des œuvres. Ils doivent être associés à la vie économique des œuvres d'une façon équitable. Pour y arriver, le cadre politique, juridique et réglementaire doit également assurer la pleine participation des créateurs et artistes à la production des œuvres canadiennes. Que les œuvres soient originales ou des reprises, leur utilisation sur les multiples plateformes doit tenir compte de la rémunération de tous les ayants droit.

RÉPONSE À L'AVIS PUBLIC DE RADIODIFFUSION CRTC 2006-72

OBSERVATIONS SUR LE MILIEU OÙ LE SYSTÈME CANADIEN DE RADIODIFFUSION EST APPELÉ À ÉVOLUER

INTRODUCTION

7. Ce mémoire constitue la réponse de l'Union des Artistes (UDA) et de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) à l'Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-72, *Appel aux observations sur une demande de la gouverneure en conseil, en vertu de l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion, de faire rapport sur le milieu où le système canadien de radiodiffusion est appelé à évoluer*, du 12 juin 2006. Notre mémoire répond à chacune des questions posées dans le décret de la gouverneure en conseil C.P. 2006-519 du 8 juin 2006.
8. L'UDA est un syndicat reconnu au Québec en vertu de la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma* et, au Canada, en vertu de la *Loi concernant le statut de l'artiste et régissant les relations professionnelles entre artistes et producteurs*. L'UDA représente les artistes œuvrant en français, de même que tous les artistes œuvrant dans une autre langue que le français sauf dans une production faite et exécutée en anglais et destinée principalement à un public de langue anglaise. Environ 6 900 membres actifs et 4 500 membres stagiaires en font partie. L'UDA a pour mission l'identification, l'étude, la défense et le développement des intérêts économiques, sociaux et moraux des artistes. Il gère aujourd'hui une trentaine d'ententes collectives couvrant les secteurs des annonces commerciales, du cinéma, du disque, du doublage, de la scène et de la télévision. L'UDA est affiliée à la Fédération Internationale des Acteurs (FIA).
9. La SARTEC, qui regroupe aujourd'hui plus de mille membres, représente les auteurs qui ont assuré le succès de notre système de radiodiffusion francophone et de notre cinématographie. La SARTEC est signataire d'ententes collectives avec l'Association des producteurs de film et de télévision du Québec (APFTQ), l'Office national du film du Canada (ONF), la Société Radio-Canada, le Groupe TVA inc., Télévision Quatre-Saisons (TQS), Télé-Québec, TV5 et la Chaîne française de TVOntario (TFO), en plus d'être membre de l'Affiliation internationale des guildes d'auteurs (IAWG) et de la Confédération internationale des sociétés d'auteurs et compositeurs (CISAC).

A) LA SITUATION ACTUELLE DES TECHNOLOGIES AUDIOVISUELLES ET LEUR ÉVOLUTION PRÉVUE DANS LES ANNÉES À VENIR

10. Une tendance fondamentale caractérise de nos jours la croissance des technologies audiovisuelles : il s'agit de la transition des technologies analogiques vers les technologies numériques. La technologie numérique existe depuis un certain temps, mais la révolution des nouveaux médias a véritablement démarré dans les années 1990 avec l'apparition des technologies de la compression, qui ont permis de développer, produire, compresser, stocker, manipuler, copier fidèlement et diffuser des informations numériques en volumes jusqu'alors inconnus.
11. Dans le passé, l'incompatibilité des technologies qui soutenaient la plupart des produits électroniques empêchait l'interconnectivité de divers appareils et la fourniture de plusieurs services par un seul appareil. Il n'était pas possible de diffuser des émissions de télévision à l'aide des lignes téléphoniques ou d'envoyer les communications téléphoniques par le biais d'un système de câble coaxial. Avec la numérisation, tout cela a changé et le nouveau standard numérique favorise la convergence de multiples instruments de communication.
12. Le rayonnement du standard numérique entraîne également des changements dans l'organisation industrielle du secteur des communications parce qu'il facilite le rapprochement et la convergence de secteurs autrefois indépendants et la création de multiples nouveaux canaux et plateformes. Il favorise ainsi la convergence et la concentration de la propriété dans le domaine des médias et plus particulièrement dans le domaine audiovisuel.
13. La multitude de plateformes disponibles a aussi créé une fragmentation des auditoires et favorisé leur migration de la télévision en direct vers les services spécialisés, payants et à la carte – tant en français qu'en anglais. Cette tendance ira en s'accroissant et les auditoires continueront à préférer les services télévisuels de plus en plus spécialisés et personnalisés. De nouveaux services numériques, tels que la télévision sur Internet, s'ajouteront aux services existants sans toutefois les remplacer à court ou à moyen terme.
14. Sur plusieurs de ces nouveaux services (l'Internet, l'iTunes, le téléphone cellulaire avec capacité vidéo), exemptés de réglementation par le CRTC, il y a peu de contenu canadien francophone. Par exemple, il y a peu de musique canadienne francophone disponible pour l'iPod et peu de contenu canadien francophone pour la présentation vidéo sur téléphone cellulaire. Ainsi, les jeunes internautes francophones branchés qui se servent de médias audiovisuels risquent de surtout de consommer du contenu anglophone, principalement américain.
15. L'évolution des technologies dans les années à venir dépendra, entre autres, du cadre politique, juridique et réglementaire que retiendra le gouvernement

canadien. L'évolution des technologies audiovisuelles ne peut être prévue indépendamment des choix politiques que feront les gouvernements. Par conséquent, il est essentiel que le cadre politique, juridique et réglementaire favorise davantage le développement, la production et la diffusion du contenu canadien de langue française, particulièrement dans les catégories de programmation dites « prioritaires », tout en respectant le droit d'auteur. Ceci exige un resserrement des règles du secteur non réglementé et une contribution plus importante de ce secteur au financement du contenu canadien destiné aux nouveaux médias. Pour atteindre ces objectifs les gouvernements, et le gouvernement canadien en particulier, doivent aussi apporter une contribution plus importante au plan financier.

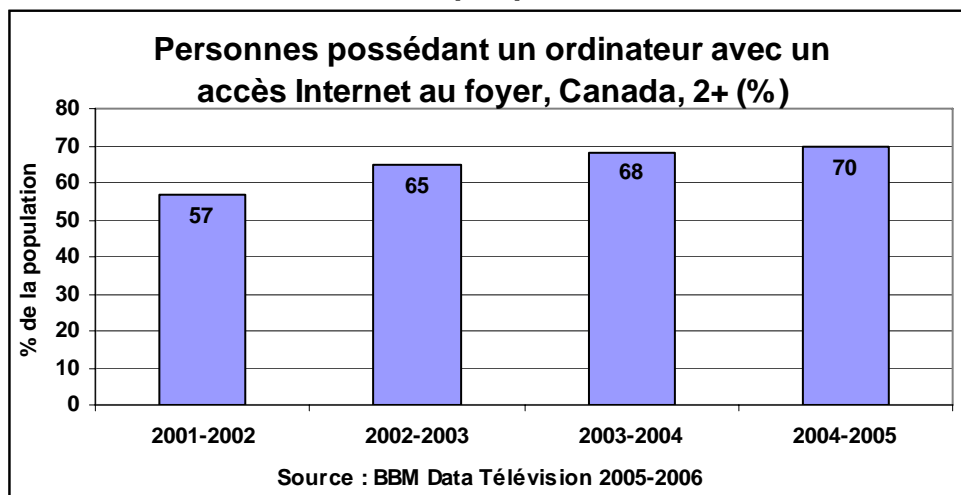
16. Il est également essentiel que le cadre politique, juridique et réglementaire suive l'évolution des nouvelles technologies, afin d'assurer la pleine participation des créateurs à la production de contenu canadien dans les catégories de programmation sous-représentées. L'objectif ultime de l'UDA et de la SARTEC est de se doter d'un modèle économique, approprié pour les créateurs et les artistes qui œuvrent dans un petit marché comme le marché francophone, qui assure, d'une façon équitable, leur association à la vie économique des œuvres.

B) L'UTILISATION DES TECHNOLOGIES AUDIOVISUELLES PAR LES CANADIENS

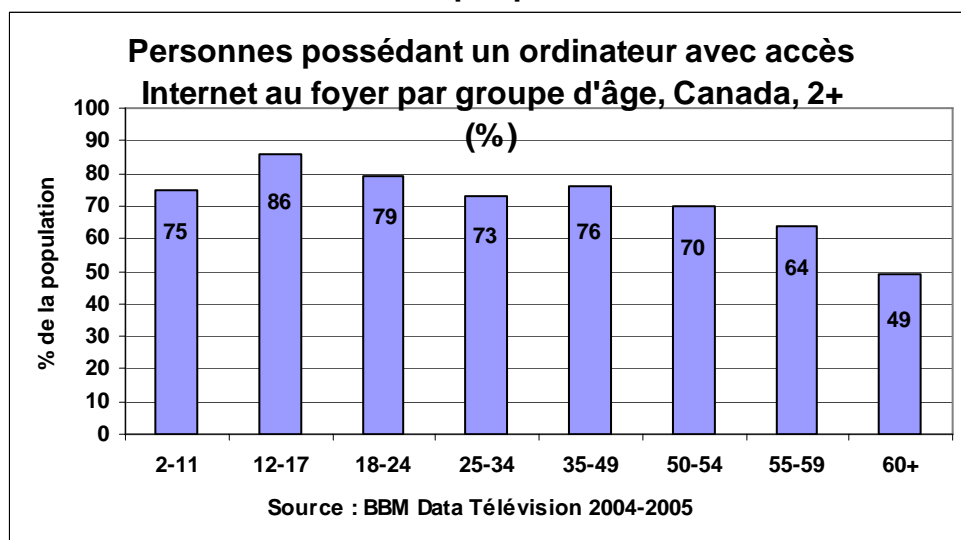
(i) les changements dans cette utilisation depuis le 1^{er} janvier 2000

17. Les Canadiens sont de grands utilisateurs de technologies audiovisuelles, particulièrement des nouvelles technologies. Par exemple, le pourcentage des personnes ayant accès à l'Internet au foyer ne cesse d'augmenter. Voir le Graphique 1.

Graphique 1



18. Quoique nous n'ayons pas accès aux données comparables pour les seuls francophones, d'autres données indiquent que le nombre de personnes qui ont accès à l'Internet au Québec (majoritairement francophone) a augmenté de façon significative, passant de 54 % en mars 2003 à 71 % en décembre 2005.¹ Selon ces mêmes données, à l'exception des provinces de l'Atlantique, le niveau d'accès à l'Internet est moindre au Québec que dans les autres régions du Canada.
19. Notons également que l'accès à l'Internet dans les foyers canadiens est plus élevé parmi les plus jeunes, particulièrement au sein du groupe d'âge des 12 à 24 ans. Voir le Graphique 2.

Graphique 2

20. Les Canadiens utilisent de plus en plus de nouvelles technologies non réglementées pour accéder au contenu audiovisuel, comme l'illustre d'ailleurs le Tableau 1 sur leurs activités en ligne. Cela risque, tôt ou tard, d'avoir un impact négatif sur le système de radiodiffusion.

¹ CRTC, *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2006*, Graphique 6.2, p.127.

Tableau 1
Activités en ligne des Canadiens, 2001-2005

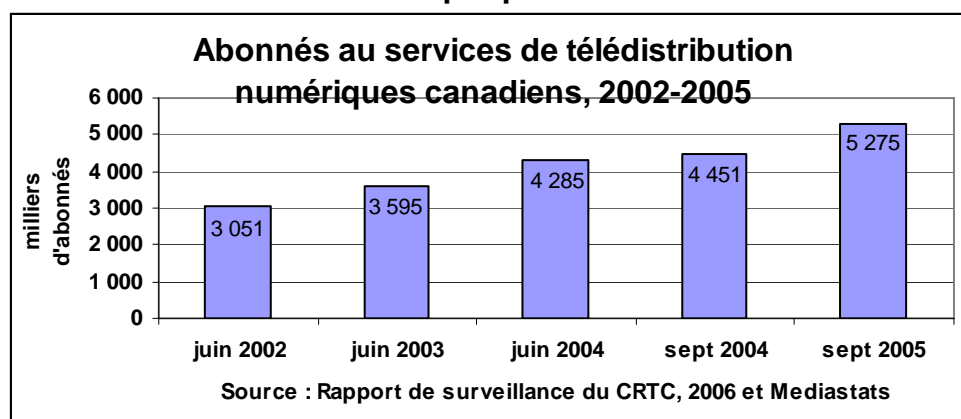
Activités	Pourcentage des Canadiens adultes qui utilisent Internet au moins une fois par mois (%)											
	Utilisation fréquente						Utilisation occasionnelle					
	Mars				Décembre		Mars				Décembre	
	2001	2002	2003	2004	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2004	2005
Courrier électronique	67	69	71	71	70	70	22	21	17	18	21	20
Sites d'intérêt particulier	62	58	61	57	50	51	27	32	29	30	35	33
Recherche d'information précise	58	52	55	54	48	47	31	39	37	38	41	41
Recherche d'information sur des services et produits	-	25	29	30	27	25	-	51	47	47	49	50
Balade ou furetage	19	21	28	25	25	23	37	41	38	38	37	42
Messagerie instantanée	-	-	-	-	19	17	-	-	-	-	17	15
Téléchargement ou écoute de musique	13	13	16	9	10	9	22	19	24	17	23	22
Téléchargement de fichiers ou de logiciels	12	12	15	9	8	6	30	34	31	28	31	30
Clavardage	5	5	8	5	5	5	12	9	11	12	10	8
Jeux en ligne	5	3	6	7	4	5	8	8	7	9	11	7
Écoute de la radio	4	3	4	4	5	6	12	11	12	14	19	16
Achats en ligne	-	2	2	2	4	3	-	14	17	21	24	24
Visionnement de vidéos	2	1	4	3	2	3	17	14	18	16	19	22
Téléchargement de films	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	4	2
Téléchargement d'émissions télévisées	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	3	2

Source : CRTC, *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2006*, Tableau 6.5 et Recherche ComQUEST de CyberTRENDS : éditions de mars 2001 à 2004, décembre 2004 et 2005.

21. Enfin, les Canadiens utilisent de plus en plus de services de télédistribution numériques qui comprennent la câblodistribution numérique, la distribution par satellite (SDR) et la distribution multipoint (SDM) numérique. Voir le Graphique 3.²

² Dans le Rapport de surveillance du CRTC, aucune distinction entre le nombre d'abonnés anglophones et francophones aux services SRD n'a été fournie pour les années 2004 et 2005.

Graphique 3



22. Cette migration vers les services numériques de télédistribution est encouragée par le grand nombre de services numériques de programmation télévisuelle autorisés par le CRTC depuis l'an 2000. Ainsi, la croissance du nombre d'abonnés au numérique stimule la création de nouveaux services numériques. Autrement dit, la croissance du nombre d'abonnés aux services de télédistribution numériques et celle du nombre de services numériques de programmation télévisuelle se renforcent mutuellement.

(ii) les changements qu'a connus la demande quant à divers types de programmation et de services de programmation depuis le 1^{er} janvier 2000

23. À cause de l'augmentation du volume de services télévisuels disponibles et du choix qui en découle, les auditoires francophones regardent davantage les services canadiens et la programmation canadienne. En règle générale, plus le contenu canadien est disponible par le biais de multiples services, plus les téléspectateurs francophones s'en prévalent.
24. Mais, les téléspectateurs francophones regardent de moins en moins les dramatiques canadiennes originales, et cette tendance est confirmée par la chute de la popularité des dramatiques auprès des Québécois francophones. Voir le Tableau 2.

Tableau 2

**Top 10 des émissions francophones
(Québec francophone, 2+, moyenne minute)**

	12 au 18 novembre 2001	20 au 26 octobre 2003	17 au 23 octobre 2005
1	Le retour	Occupation double	Star Académie
2	Comicographie	Spécial Loft Story	Star Académie (moyenne 4 jours)
3	Spécial Le Retour	Km/h	Tout le monde en parle
4	Km/h	Les Poupées russes	Le Petit monde de Laura Cadieux
5	Cauchemar d'amour	Histoires de filles	L'École des fans
6	Histoires de filles	Loft Story talk show	Annie et ses hommes
7	L'Or	Loft Story	Le Sketch Show **
8	Tribu.com	Spécial Bloopers	Les Retrouvailles
9	Emma	Tribu.com	Drôles de vidéos
10	Les Gags *	Demandes spéciales	La Poule aux oeufs d'or
Total	9 dramatiques	4 dramatiques	3 dramatiques

* Émissions de sketches comiques, improvisations

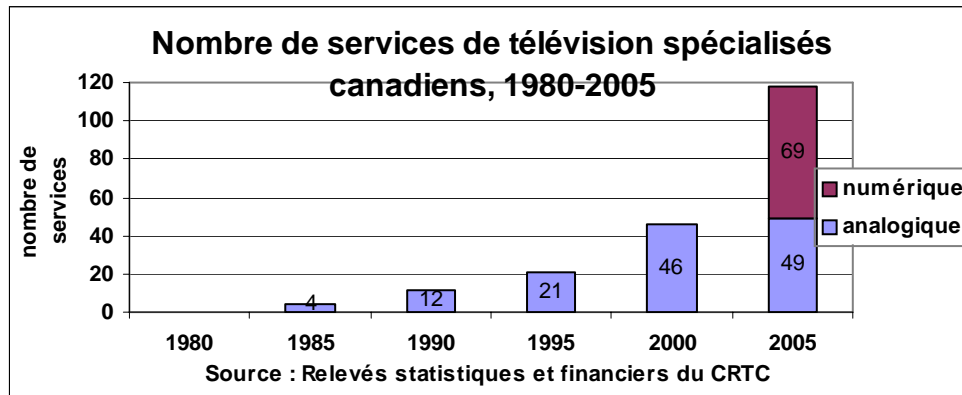
** Adaptation canadienne d'un concept britannique

Sources: InfoPresse, Sondages BBM, Cossette Média

25. Ce déclin des dramatiques canadiennes originales à la télévision française découle de plusieurs phénomènes :
- l'augmentation du nombre de services télévisuels spécialisés et payants;
 - la migration des auditoires francophones des services généralistes vers les services spécialisés et payants;
 - le développement de nouvelles plateformes créées par les nouvelles technologies qui favorisent certains types de programmation, telles les télé-réalités; et
 - la politique de télévision de 1999 du CRTC.³
26. Le CRTC a autorisé un très grand nombre de nouveaux services spécialisés numériques depuis l'an 2000. Voir le Graphique 4.

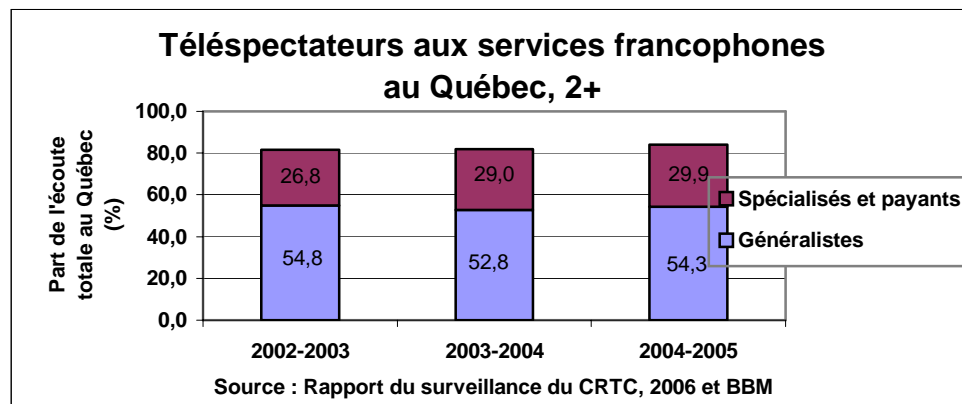
³ *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, Avis public CRTC 1999-97, le 11 juin 1999.

Graphique 4



27. L'augmentation du nombre de services télévisuels numériques a favorisé la migration des auditoires de la télévision (analogique) en direct vers les services spécialisés et payants, quoique cette migration procède à un rythme graduel. Voir le Graphique 5.⁴

Graphique 5



28. La migration des auditoires francophones de la télévision en direct (qui diffuse surtout de la production originale) vers la télévision spécialisée et payante (qui diffuse beaucoup des reprises) réduit ainsi la demande pour la production originale, surtout dans des catégories d'émissions coûteuses telles que les dramatiques.
29. En même temps, grâce à la technologie numérique et aux nouvelles plateformes, certains types d'émission, telles les télérealités, peuvent être déclinés en de multiples usages payants (CDs, magazines, émissions de variétés, votes payants ou exclusivités d'extraits par Internet ou par téléphone, etc.) qui ne sont

⁴ Le *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2006* du CRTC nous informe que les données sur le magnétoscope n'ont pas été incluses dans les totaux du marché francophone du Québec pour l'année 2004-2005. Ceci aurait pour effet de gonfler très légèrement les pourcentages pour l'année 2004-2005 dans le Graphique 3. (En 2003-2004, le magnétoscope a contribué 3,4 % de l'écoute totale.)

pas disponibles aux dramatiques. D'ailleurs, les revenus tirés de ces activités sont payés aux sociétés intégrées sans que les créateurs et les artistes en profitent.

30. Voici ce que Cossette Média dit sur la saison de télévision 2005-2006 :

L'engouement des téléréalités a une fois de plus fait son œuvre chez les réseaux francophones. L'automne dernier, la troisième édition de *Star Académie* a connu un vif succès, assurant au réseau TVA un maintien de ses parts de marché. Au printemps, c'était au tour de *Loft Story 2* de propulser à la hausse les parts de marché de TQS. À elle seule, l'émission *Loft Story* doublait la part d'écoute de sa case horaire (A 25-54) en semaine et triplait celle du dimanche, un baume sur l'effet négatif de la téléréalité *Bachelor*, diffusée également à TQS, à l'automne dernier.⁵

31. Ainsi, les téléréalités ont eu tendance à remplacer les dramatiques à la télévision française malgré la contribution fondamentale des dramatiques à l'identité culturelle des francophones et à la diversité télévisuelle.

32. La réduction de la demande pour les dramatiques canadiennes originales incite les services généralistes qui les diffusent (Radio-Canada, TVA, Télé-Québec et, à l'occasion, TQS) à en réduire le volume. Or, c'est la télévision généraliste qui, en grande majorité, déclenche le financement des dramatiques originales canadiennes auprès des institutions financières et cette situation continuera dans un avenir prévisible. Il est donc primordial que le gouvernement canadien adopte une nouvelle démarche réglementaire intelligente vis-à-vis le secteur audiovisuel non réglementé et que le CRTC formule un nouveau cadre réglementaire pour la télévision qui favorisera davantage l'essor de la dramatique francophone.

(iii) la façon dont les Canadiens de différentes générations utilisent les diverses technologies et l'incidence de ces utilisations sur l'évolution du système de radiodiffusion

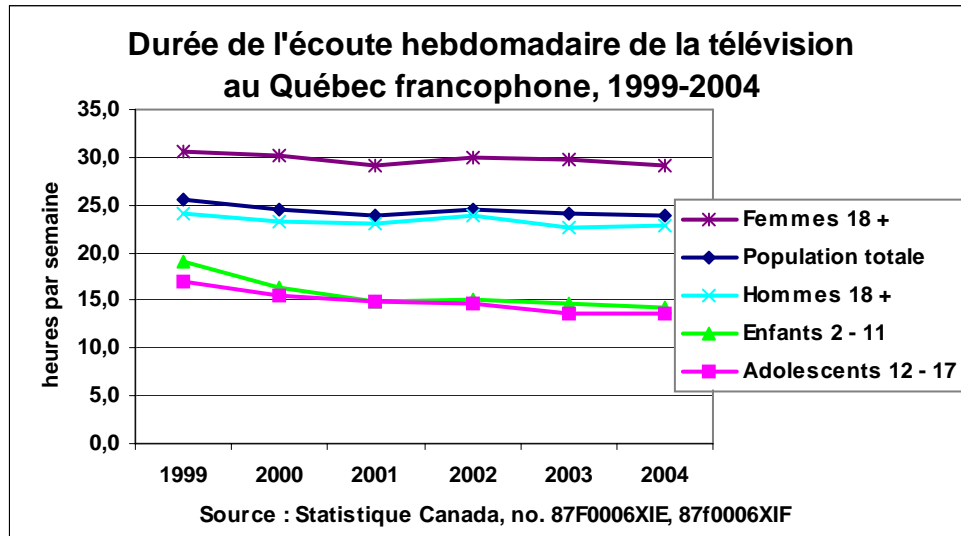
33. L'on croit souvent que les jeunes Canadiens abandonnent le système de radiodiffusion au profit des nouveaux médias mais, jusqu'à présent, les indices à ce sujet sont parfois contradictoires.⁶ Il n'en reste pas moins que l'adoption des nouvelles technologies audiovisuelles par les Canadiens risque de réduire l'écoute hebdomadaire télévisuelle canadienne dans les années à venir. Par exemple, la hausse du téléchargement (légal et illégal) des émissions sur

⁵ Cossette Média, *Nouvelle programmation : Réseaux français 2006/2007*.

⁶ Voir B. Veenhof, *Internet influence-t-il l'emploi du temps des Canadiens ?* Statistique Canada, No. 56F0004MIF, le 2 août 2006. À la page 16 de cette étude, l'auteur prétend que les grands utilisateurs d'Internet diffèrent peu des non-utilisateurs en ce qui concerne leur temps d'écoute de la télévision mais son enquête ne porte que sur les répondants âgés de 15 ans et plus et concerne l'usage de l'Internet au travail aussi bien qu'au foyer.

Internet et l'adoption de nouvelles technologies audiovisuelles telles que l'iPod et le téléphone cellulaire avec capacité vidéo auront sans doute des effets négatifs sur l'écoute de la télévision. Déjà, l'impact de ces nouveaux médias semble se confirmer déjà auprès des jeunes de 2 à 17 ans. Voir le Graphique 6.

Graphique 6



34. Dans le Graphique 3, l'écoute hebdomadaire de la télévision au Québec francophone pendant les années 1999-2004 a diminué auprès des jeunes de 2 à 17 ans. Nous croyons que les nouvelles technologies non réglementées par le gouvernement canadien ont eu un impact sur l'écoute de la télévision auprès des jeunes et que cet impact s'étendra aux autres groupes d'âge dans les années à venir.
35. En règle générale, ces technologies non réglementées ne présentent pas beaucoup de contenu canadien. En ce qui nous concerne, nous croyons que la disponibilité d'un contenu canadien francophone dans ces services non réglementés est fondamentale. Plus le contenu canadien est disponible à travers de multiples services, plus les téléspectateurs s'en prévaudront. À l'heure actuelle, les éléments du système de radiodiffusion réglementés et non réglementés ne sont pas sur un pied d'égalité. Il est donc essentiel que le gouvernement canadien trouve une façon de favoriser le contenu canadien auprès des éléments du système de radiodiffusion, tel l'Internet, qui sont présentement exemptés de la réglementation.
36. D'ailleurs, la partie du système de radiodiffusion non-réglementée ne contribue pas non plus financièrement à la production des émissions canadiennes, en particulier à la production de dramatiques, d'émissions de variétés ou de documentaires. Ce traitement contraste avec les entreprises de distribution autorisées par le CRTC, qui apportent une contribution au Fonds canadien de télévision ou à un autre fonds reconnu par le Conseil.

37. En utilisant de plus en plus de nouvelles technologies, les jeunes risquent de se dégager de la partie réglementée du système de radiodiffusion en faveur de la partie exemptée de réglementation. Si les jeunes auditoires continuent à quitter la partie réglementée de notre système de radiodiffusion comme ils le font aujourd'hui (voir le Graphique 3), il y aura des conséquences très néfastes pour le financement et l'écoute de la télévision francophone dans les années à venir. Il est donc important de fidéliser les téléspectateurs francophones aux émissions canadiennes en commençant par les jeunes auditoires.
38. L'UDA et la SARTEC considèrent que le développement du contenu canadien doit être au centre des préoccupations du gouvernement et du CRTC. En conséquence, il est nécessaire de trouver un meilleur équilibre entre la déréglementation des nouveaux médias et leur contribution à la présentation et au financement du contenu national.

(iv) la comparaison entre le taux d'adoption des technologies du Canada et celui d'autres pays

39. Selon la *National Association of Broadcasters* (NAB) aux États-Unis, il y avait 1 566 stations de télévision qui diffusaient en numérique dans 211 marchés (qui couvrent 99 % des foyers télévisuels au pays) le 28 août 2006.⁷ Ceci représente environ 92 % de toutes les stations commerciales et à but non lucratif. La *Digital Television Transition and Public Safety Act of 2005* a établi la date butoir du 17 février 2009 pour la transition au numérique des stations terrestres américaines et prévoit que toute station de télévision de pleine puissance cessera la diffusion analogique à ce moment.
40. La Commission européenne recommande le début de l'année 2012 comme date limite pour l'abandon de l'analogique dans tous les États membres. Les plans nationaux de passage au numérique devraient donc tous arriver à terme d'ici 2012. La Commission européenne estime que d'ici 2010, le processus de transition devrait être bien avancé dans l'ensemble de l'Union européenne. L'Autriche, l'Allemagne, la Suède ou l'Italie ont déjà arrêté la date d'abandon pour fin 2010 au plus tard. Le Royaume-Uni et la Belgique ont fixé la date limite pour 2012.⁸
41. Dans son avis d'audience publique de radiodiffusion 2006-5 du 12 juin 2006, le CRTC reconnaît qu'en 1999 :

[Le Conseil] n'avait pas prévu que les consommateurs adopteraient rapidement les téléviseurs haute définition (HD) ni que la télévision

⁷ <http://www.nab.org/newsroom/issues/digitaltv/dtvstations.asp>

⁸ *Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social européen et au comité des régions concernant l'accélération de la transition de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique.* COM(2005) 204 final, le 24 mai 2005.

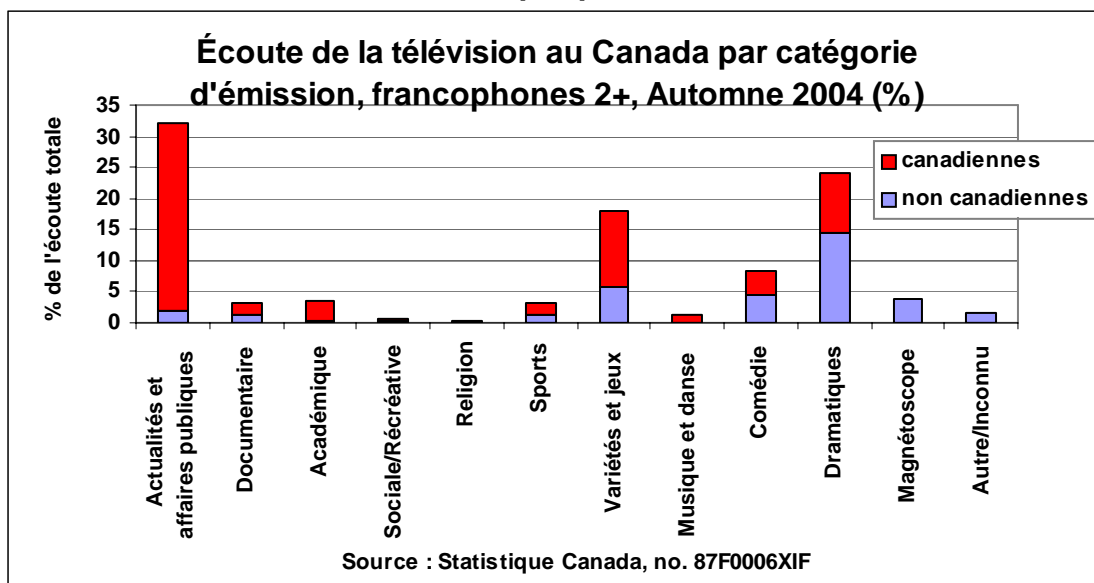
canadienne en direct vivrait une transition au numérique plutôt lente. Selon Télévision numérique canadienne, une association de l'industrie qui fournit de l'information sur la mise en œuvre de la télévision HD au Canada, la transition vers le numérique au Canada accuse un retard d'au moins quatre ans sur celle des États-Unis. (paragraphe 11)

42. Jusqu'à présent, le CRTC a laissé les télédiffuseurs décider des modalités de la conversion de l'analogique au numérique de la télévision en direct. Il nous semble que le Conseil devrait entreprendre une action plus proactive sur cette question de la transition et c'est sans doute ce qu'il entend faire dans le cadre du processus déclenché par l'avis d'audience publique en radiodiffusion CRTC 2006-5, *Examen de certains aspects du cadre réglementaire de la télévision en direct*.

(v) la demande quant à divers types de programmation et de services de programmation au sein de la population canadienne, compte tenu de la diversité de celle-ci

43. Parmi les diverses catégories d'émissions sur l'ensemble des stations canadiennes et étrangères, les dramatiques constituent la catégorie la plus populaire, après les actualités et les affaires publiques. Les dramatiques *canadiennes* représentent une part importante (40 %) de l'écoute totale des dramatiques auprès des francophones, mais elles restent minoritaires. Voir le Graphique 7. C'est pour cette raison, entre autres, que l'UDA et la SARTEC croient que les dramatiques de langue française devraient être au centre des préoccupations du gouvernement canadien et du CRTC.

Graphique 7



(vi) la manière dont les générations futures accéderont au contenu, à la programmation et aux services de programmation et les utiliseront

44. Les générations futures voudront sans doute accéder au contenu audiovisuel de façon de plus en plus spécialisée et personnalisée. Mais la nature de la programmation choisie par elles dépendra des choix offerts. À l'heure actuelle, les éléments du système de radiodiffusion, tels l'Internet et les services de télédiffusion mobile en direct, qui sont exemptés de la réglementation ne contribuent pas adéquatement à la production originale. Sans mesures de soutien à la création, à la distribution et à la mise en valeur du contenu canadien, les générations futures se tourneront vers les services étrangers, fort majoritairement anglophones.
45. Quant aux jeunes internautes, ils produisent de plus en plus leurs propres vidéos et les échangent ou les placent sur des sites web comme MySpace.com, YouTube.com, AtomFilms.com et Grouper.com. Beaucoup de Canadiens y participent, mais tous ces sites sont américains et uniquement de langue anglaise. La présence d'une variété de sites canadiens francophones qui accueilleraient des courts métrages produits par les utilisateurs devrait aussi être un objectif du gouvernement canadien. Quoique ce genre de production audiovisuelle ne puisse pas remplacer la production professionnelle, elle devrait trouver sa place dans l'ensemble du contenu canadien.
46. Pour pouvoir prendre en compte adéquatement les médias exemptés de la réglementation aussi bien que ceux qui sont réglementés, il est important que les règles actuelles de propriété étrangère dans le domaine de la radiodiffusion demeurent en place pour tous les titulaires du CRTC. Voir la section C)(v) de ce document.

(vii) l'incidence de l'évolution des technologies sur les choix de contenu et programmation offerts à la population canadienne, y compris les contenus locaux, régionaux, nationaux et internationaux

47. Il n'y a guère de doute que les technologies peuvent influencer sur les choix de contenu et de programmation offerts aux Canadiens. La puissance, la flexibilité et la mobilité permises par les nouveaux appareils audiovisuels numériques encouragent l'usage du contenu audiovisuel de façon de plus en plus spécialisée et personnalisée. L'Internet, par exemple, que le branchement soit par ordinateur, iPod ou téléphone cellulaire, permet un accès accru aux contenus internationaux, nationaux, régionaux et locaux.
48. En même temps, les économies d'échelle dans la production et la distribution de contenu audiovisuel favorisent la production et la diffusion de contenus nationaux et internationaux (surtout ceux des grands pays) par rapport aux contenus locaux et régionaux – qu'il s'agisse de nouveaux médias ou de médias plus traditionnels. Comme nous l'avons déjà suggéré, le passage au numérique

favorise aussi la convergence et la concentration de la propriété dans le domaine des médias et plus particulièrement dans le domaine audiovisuel. Parce que le même contenu numérique peut être facilement reproduit, diffusé et vendu sur plusieurs plateformes, la numérisation encourage la concentration verticale et horizontale qui permet des économies d'échelle et de gamme (« economies of scope »). Considérant la petite taille du marché francophone au Canada, il est d'autant plus important d'assurer une présence francophone dans la distribution et l'exploitation de la programmation canadienne.

C) L'INCIDENCE SUR LE SYSTÈME DE RADIODIFFUSION

(i) l'adoption des technologies par les entreprises de radiodiffusion depuis le 1^{er} janvier 2000

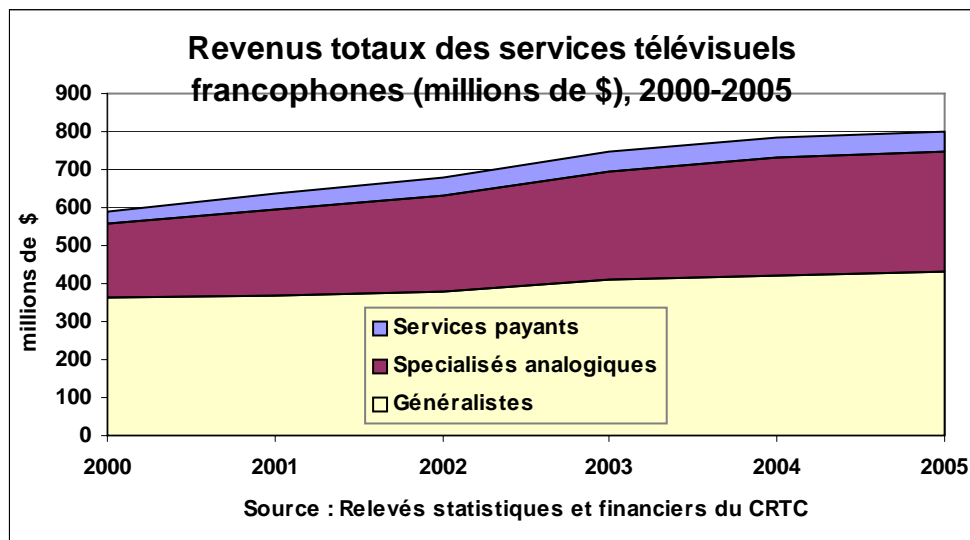
Voir les Graphiques 4 et 5.

(ii) l'incidence économique et réglementaire des nouvelles technologies sur le système de radiodiffusion

49. Il est possible que l'utilisation de médias personnalisés réduise la valeur des recettes totales auprès des services télévisuels francophones à l'avenir – mais il ne semble pas y avoir beaucoup d'indices précis de ce phénomène jusqu'à présent.
50. Malgré l'introduction de plusieurs nouvelles technologies audiovisuelles, les recettes totales des services spécialisés et payants francophones augmentent depuis 2000 et celles des services généralistes francophones augmentent aussi, quoique à un rythme moindre.⁹ Ainsi, les recettes totales de l'ensemble des services spécialisés (abonnements, publicité, et autres) ont augmenté de 195,6 millions de \$ en 2000 à 317,2 millions de \$ en 2005 alors que celles des services payants (abonnements et autres) ont augmenté de 34,8 millions de \$ à 50,5 millions de \$. De leur côté, les recettes totales des services généralistes (publicité, vente de droits de diffusion, et autres) ont passé de 360,8 millions de \$ à 434,2 millions de \$. Voir le Graphique 8.

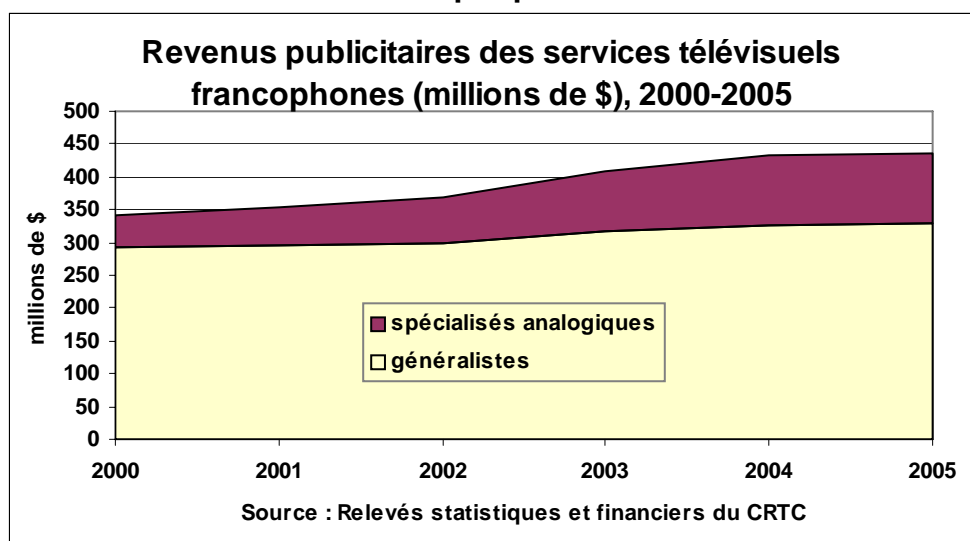
⁹ Les services spécialisés numériques francophones ont débuté seulement en 2005, année pour laquelle les quatre nouveaux services ont généré un total de 1,3 millions de revenus.

Graphique 8



51. Le même constat s'impose au chapitre des seules recettes publicitaires. Depuis 2000, les recettes publicitaires des services spécialisés francophones augmentent et celles des services généralistes francophones aussi (à un rythme moindre, cependant). Il est possible que la tendance vers l'utilisation de médias personnalisés réduise le volume des dépenses publicitaires auprès des services généralistes à l'avenir – mais il ne semble pas y avoir d'indice global précis qui indique que, à l'heure actuelle, les services télévisuels perdent des revenus significatifs à cause de l'introduction des nouvelles technologies audiovisuelles. Voir le Graphique 9.

Graphique 9



52. De toute façon, il est difficile d'isoler les effets des nouvelles technologies des effets d'autres variables qui agissent simultanément sur la performance

financière des entreprises de télévision. Par exemple, les transferts de propriété qui mènent à un plus haut degré de concentration dans l'industrie de la radiodiffusion sont normalement accompagnés d'un désir de faire payer les acquisitions avec les recettes des entités acquises. Ceci peut entraîner des coupures de budgets et une réduction des investissements dans les émissions canadiennes au profit d'investissements dans d'autres catégories de programmation considérées plus rentables.

53. Le désir d'étaler le même contenu sur plusieurs plateformes a aussi favorisé un accroissement de la propriété croisée. Entre autres, cet accroissement a mené à une multiplication des images de certains artistes-interprètes à travers divers médias – souvent sans la permission des artistes concernés et à leur détriment. Elle a aussi intensifié la présence des télé-réalités comme *Loft Story* (qui offrent de multiples occasions d'affaires, de publicité et de promotion et qui n'utilisent pas d'auteurs ou de comédiens professionnels) aux dépens des émissions « prioritaires ».
54. Enfin, à cette convergence et à cette concentration industrielle viennent s'ajouter des tentatives de la part de télédiffuseurs d'exploiter les œuvres télévisuelles existantes sur d'autres plateformes. En effet, parce que plusieurs des nouveaux médias ne génèrent pas beaucoup de production originale, les télédiffuseurs (ou leurs propriétaires) souhaitent recycler les émissions pour lesquelles ils ont obtenu des droits télévisuels au lieu de commander de la production originale. Cette habitude réduit la demande pour la production originale au profit du recyclage d'émissions existantes. Par conséquent, il est important que le gouvernement canadien favorise davantage une présence accrue de la production originale auprès des nouveaux médias. Le gouvernement doit aussi s'assurer que la *Loi sur le droit d'auteur* protège adéquatement les artistes interprètes et les auteurs œuvrant dans le secteur audiovisuel. Enfin, le CRTC et les institutions de financement d'émissions renforcent la présence d'un marché distinct pour l'ensemble des droits audiovisuels au Canada.

(iii) le type de contenu offert par les éléments réglementés et non réglementés du système, ainsi que les méthodes de fourniture

55. Quoique l'Internet soit devenu un havre pour le court métrage de fiction, jusqu'à présent, la présentation légale d'émissions de télévision sur Internet, surtout les dramatiques télévisuelles et le long métrage canadiens, est plutôt rare. Ceci est en partie attribuable aux préoccupations concernant la sécurité des émissions numérisées de la part des producteurs, des distributeurs et des ayants droit qui considèrent qu'il n'y a pas vraiment encore de modèle financier rentable satisfaisant.
56. Cependant, ce n'est qu'une question de temps avant que ces problèmes soient résolus. Les francophones veulent accéder au contenu audiovisuel de façon de plus en plus spécialisée et personnalisée et la nature de la programmation

choisie par elles dépend, en partie, du cadre politique, économique, juridique et réglementaire qui entoure les nouvelles technologies au Canada.

57. À l'heure actuelle, les éléments du système réglementés et non réglementés ne sont pas traités de façon égale. Il est donc important que le gouvernement canadien trouve une façon de mettre à contribution les éléments du système de radiodiffusion, tels l'Internet et les services de télédiffusion mobile en direct, qui sont exemptés de la réglementation. Dans l'avis public de radiodiffusion CRTC 1999 -84, *Nouveaux médias*, le Conseil a annoncé qu'il ne réglementerait pas les activités des nouveaux médias offerts sur l'Internet en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. Cette décision a été confirmée récemment dans l'avis public de radiodiffusion CRTC 2006-47, *Cadre réglementaire des services de télédiffusion mobile en direct*, dans lequel le Conseil annonce un nouveau projet d'ordonnance d'exemption qui inclura les entreprises de télédiffusion mobile fournissant des services de télévision sans fil qui ne sont pas distribués et accessibles sur Internet. Compte tenu de l'arrivée de multiples percées technologiques affectant Internet depuis 1999, et de la résistance du CRTC à les reconnaître, il serait peut-être approprié que le gouvernement canadien émette une directive au Conseil à l'effet de procéder à une révision de son ordonnance d'exemption des nouveaux médias.
58. En même temps, il est important que les règles actuelles de propriété étrangère dans le domaine de la radiodiffusion demeurent en place. Le gouvernement canadien a d'ailleurs déjà exprimé cet avis. Dans sa (deuxième) réponse du 4 avril 2005 au rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, *Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*, la Ministre du Patrimoine canadien à l'époque a déclaré que « le gouvernement désire indiquer qu'il n'est pas prêt à modifier les restrictions relatives à la propriété étrangère pour la radiodiffusion et le contenu, d'une façon plus générale... »¹⁰
59. Pour sa part, dans son Rapport final – 2006 du mois de mars, le Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications revient sur les règles relatives à la propriété étrangère de la façon suivante :

Le Groupe d'étude est d'avis que l'examen proposé de la politique de radiodiffusion devrait résoudre les questions liées à la séparation de la politique régissant le « contenu » canadien de la radiodiffusion de celle qui régit la « prestation » de services de télécommunications. Une telle séparation a été réalisée dans la politique des télécommunications qui est en vigueur dans l'Union européenne et ailleurs. Si elle est mise en œuvre au Canada, elle permettra de créer, pour les investissements étrangers, des règles symétriques qui s'appliquent aussi bien aux entreprises conventionnelles de télécommunications qu'aux entreprises de distribution

¹⁰ http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/ac-ca/progs/ri-bpi/pubs/lincoln2005/07_f.cfm

des services de radiodiffusion qui œuvrent actuellement dans les mêmes marchés des télécommunications.¹¹

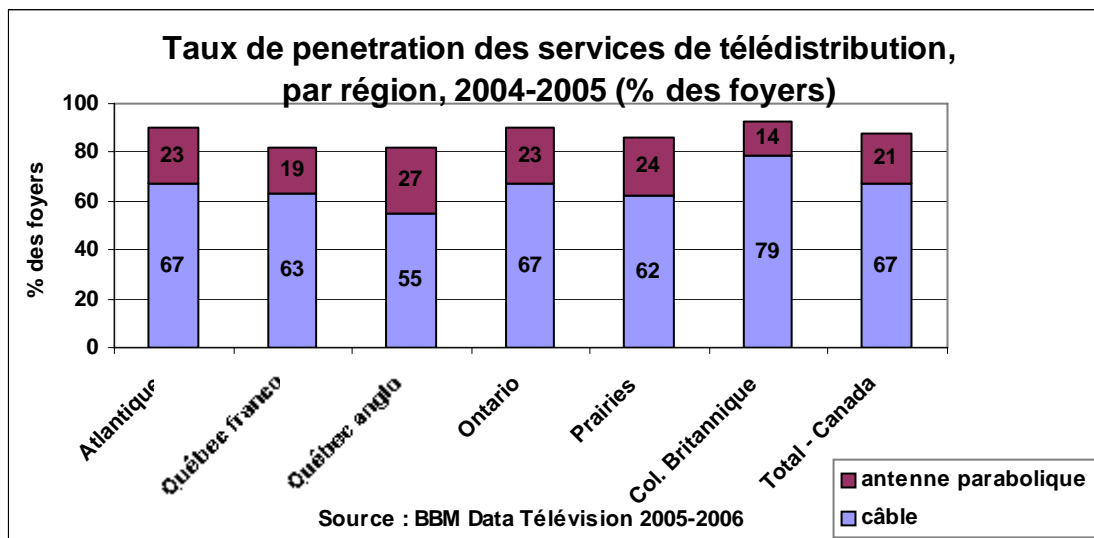
60. L'UDA et la SARTEC considèrent que la distinction que fait le Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications entre la propriété des entreprises de programmation qui fournissent le « contenu » canadien de la radiodiffusion et celle des entreprises de distribution des services de radiodiffusion n'est pas appropriée dans le contexte des questions que nous avons soulevées concernant les éléments du système de radiodiffusion qui sont exemptés de la réglementation.
61. Pour pouvoir prendre en compte adéquatement les médias exemptés de la réglementation aussi bien que ceux qui sont réglementés, il est important que les règles actuelles de propriété étrangère dans le domaine de la radiodiffusion demeurent en place pour tous les titulaires du CRTC. La propriété canadienne des médias est fondamentale à la sauvegarde de l'autonomie canadienne dans le domaine culturel et à la diversité culturelle sur le plan international.

(iv) les différentes méthodes grâce auxquelles les programmations locale, régionale et nationale sont offertes

62. Par rapport à la programmation nationale, les programmations locale et régionale sont de moins en moins présentes dans le système canadien de radiodiffusion. À part les nouvelles, le CRTC a abandonné la plupart de ses exigences à ce chapitre et les télédiffuseurs lorgnent vers les émissions dont le financement peut être amorti sur une population plus large.
63. Quant à la distribution, les programmations locale, régionale et nationale sont offertes par un ensemble de technologies de plus en plus numérisées dont les principales sont la câblodistribution et la distribution par satellite. Or, comme on peut le constater dans le Graphique 10, le nombre d'abonnés à ces deux genres de distribution est plus faible au Québec qu'ailleurs au Canada et, en conséquence, la dépendance des services télévisuels diffusés en direct est plus grande.

¹¹ <http://www.telecomreview.ca/epic/internet/intprp-qecrt.nsf/en/rx00069e.html>

Graphique 10



64. Ainsi, le processus que mène présentement le CRTC dans le cadre de l'avis d'audience publique en radiodiffusion 2006-5, *Examen de certains aspects du cadre réglementaire de la télévision en direct*, est d'une importance primordiale pour les francophones en raison de l'extinction possible de la diffusion analogique dans les années à venir.

(v) l'incidence économique prévue des nouvelles technologies sur les entreprises de radiodiffusion

65. Les entreprises de radiodiffusion canadiennes ont démontré une grande capacité d'adaptation au fil des années et elles continueront dans cette voie. (Pensons à l'arrivée de l'écran couleur, du câble, de la télévision payante, de la télévision spécialisée, du magnétoscope, de l'Internet, etc.) Les entreprises de radiodiffusion savent aussi comment diversifier leur portefeuille en misant sur plusieurs stratégies en même temps. Nous n'avons qu'à penser aux nombreux liens de propriété existant entre les télévisions en direct et les services spécialisés.
66. Nous croyons que la télévision généraliste continuera à être l'instrument privilégié de création des émissions dramatiques canadiennes de langue française et que la télévision livrée aux citoyens par câble ou par satellite continuera d'être le moyen le plus important de distribution de ces émissions auprès des auditoires au cours des cinq à dix prochaines années.

(vi) l'adoption des nouvelles technologies par les producteurs indépendants et l'incidence de ces technologies sur ces producteurs

67. Comme les entreprises de radiodiffusion, les producteurs indépendants continueront de s'adapter aux changements technologiques avec succès (en ayant recours, entre autres, aux technologies numériques).
68. Or, ce sont les créateurs qui sont à la base du système canadien de radiodiffusion comme en témoigne la *Loi sur la radiodiffusion*. Selon l'article 3.(1)f) de la *Loi*, « 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... » (nos soulignés.)
69. Malheureusement, la formulation des questions dans le décret C.P. 2006-519 du gouvernement en conseil donne l'impression que les créateurs ont été oubliés car, contrairement aux producteurs indépendants et aux titulaires d'une licence de radiodiffusion, aucune question à leur sujet n'est posée.

CONCLUSIONS

70. Ce mémoire fait ressortir l'importance d'un nouveau cadre politique télévisuel qui favoriserait davantage le développement, la production et la diffusion du contenu canadien, particulièrement dans les catégories de programmation dites « prioritaires » telles que les dramatiques, les documentaires et les variétés. Le mémoire nous permet de tirer les conclusions suivantes sur le milieu où le système canadien de radiodiffusion est appelé à évoluer.
71. D'abord, c'est la télévision généraliste qui continue à déclencher la grande majorité des dramatiques originales canadiennes. Le fonctionnement d'un service spécialisé de télévision est habituellement caractérisé par un nombre élevé de reprises, des auditoires moins importants, des recettes brutes inférieures, et une capacité moindre de faire l'acquisition d'émissions canadiennes originales et distinctes de grande qualité. De plus, les services spécialisés ne sont pas tenus par le CRTC de répondre aux mêmes exigences en matière de diffusion d'émissions « prioritaires » que les grands groupes de stations généralistes. Quoique les services spécialisés et payants fassent une contribution de plus en plus intéressante, c'est la télévision généraliste qui, en grande majorité, déclenche le financement des dramatiques originales canadiennes auprès des institutions financières et cette situation continuera dans un avenir prévisible.
72. Deuxièmement, il faudrait assurer une présence accrue de la production *originale* auprès des médias audiovisuels. Plusieurs des nouveaux médias ne génèrent pas beaucoup de production originale et leurs propriétaires souhaitent recycler les émissions télévisuelles existantes, ou des éléments tirés de ces

émissions, au lieu de commander de la production originale. Cette habitude réduit la demande pour la production originale au profit du recyclage d'émissions ou de matériel existant. Non seulement, le risque de saturation des auditoires est alors réel, mais l'on se prépare mal à la concurrence étrangère qui s'apprête à offrir du contenu original sur ces nouvelles plateformes. Et les rares créations canadiennes se retrouvent parfois sur des sites étrangers.

73. Troisièmement, pour assurer la pérennité du contenu tant sur les anciens services que sur les nouvelles plateformes, il est primordial que le gouvernement canadien trouve une façon de mettre à contribution les éléments du système de radiodiffusion, tels l'Internet et les services de télédiffusion mobile en direct, qui sont présentement exemptés de la réglementation. À l'heure actuelle, il existe deux secteurs audiovisuels en parallèle : le système canadien de radiodiffusion réglementé et un secteur audiovisuel non réglementé qui comprend l'Internet et les services de télédiffusion mobile en direct. Malheureusement, les éléments du système réglementés et non réglementés ne sont pas traités de façon égale.
74. Le système canadien de radiodiffusion a démontré qu'il est capable de livrer un volume intéressant de contenu canadien quand le CRTC l'y incite. Mais le secteur audiovisuel non réglementé échappe à la réglementation et livre une concurrence déloyale au secteur réglementé. Cette concurrence génère des demandes répétées de la part des entreprises de programmation et de distribution autorisées pour alléger le fardeau réglementaire et réduire les exigences du CRTC quant au contenu canadien. L'UDA et la SARTEC considèrent que le gouvernement canadien devrait plutôt resserrer les règles qui régissent le secteur non réglementé et adopter une démarche réglementaire intelligente qui favorisera davantage le développement, la production et la distribution de contenu canadien.
75. L'article 3.(d) de la *Loi sur la radiodiffusion* stipule que le système canadien de radiodiffusion doit :
 - (ii) favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistiques canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien,
76. Cette obligation devrait être adoptée comme objectif dans l'univers numérique aussi.
77. Quatrièmement, alors que l'on multiplie les nouvelles plateformes et que les modes d'accès au contenu évoluent, la santé financière du marché télévisuel francophone exige une attention particulière de la part du Ministère du Patrimoine canadien et du CRTC dans la formulation des politiques télévisuelles.

Face à une offre de contenu de plus en plus grande et accessible, il nous faut assurer une présence francophone signifiante sur les multiples plateformes. Le cadre réglementaire et financier doit non seulement préserver les moyens et capacités du marché télévisuel francophone, mais faire en sorte que la culture francophone soit présente dans tous les nouveaux médias.

78. Le marché francophone comprend environ 7 millions de personnes au Canada, mais il génère presque autant de programmation par semaine que les marchés qui ont plusieurs fois sa taille. Selon l'article 3.(1)c) *Loi sur la radiodiffusion*, « les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins. » Le marché télévisuel francophone doit faire l'objet d'un cadre réglementaire et financier approprié à ses moyens et ses capacités
79. Les artistes et les créateurs sont la pierre angulaire de notre télévision francophone. Ce sont des écrivains qui ont écrit les premières œuvres télévisuelles au Québec et qui sont devenus scénaristes et réalisateurs. Ce sont les comédiens, comédiennes, chanteurs et chanteuses qui ont captivé les millions de téléspectateurs au petit et au grand écran. Et ce sont encore eux qui les attireront dans l'univers numérique francophone. Mais pour cela, il faut que cette ressource inestimable se renouvelle.
80. Enfin, les créateurs et artistes sont à la base de notre secteur audiovisuel et servent à définir le caractère national des oeuvres. Ils doivent être associés à la vie économique des œuvres d'une façon équitable. Pour y arriver, le cadre politique, juridique et réglementaire doit également assurer la pleine participation des créateurs et artistes à la production des œuvres canadiennes. Que les oeuvres soient originales ou des reprises, leur utilisation sur les multiples plateformes doit tenir compte de la rémunération de tous les ayants droit.

Fin du document